ТАМБОВСКОЕ РЕГИОНАЛЬНОЕ ОТДЕЛЕНИЕ ОБЩЕСТВЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ
ВОЛЬНОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО ОБЩЕСТВА РОССИИ

ФГБОУ ВО «РОССИЙСКИЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
имени Г.В. ПЛЕХАНОВА»

НАУЧНАЯ ШКОЛА «ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ»
В РОССИЙСКОМ ЭКОНОМИЧЕСКОМ УНИВЕРСИТЕТЕ имени Г.В. ПЛЕХАНОВА

К 110-летию Российского экономического университета имени Г.В. Плеханова

ПОВЕДЕНЧЕСКАЯ ЭКОНОМИКА: СОВРЕМЕННАЯ ПАРАДИГМА ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ

Монография

Под редакцией
доктора экономических наук, профессора Г.П. Журавлёвой,
доктора экономических наук, профессора Н.В. Манохиной,
доктора экономических наук, профессора В.В. Смагиной

Москва – Тамбов
2016

УДК 33
ББК 65
П 42

Авторский коллектив:

Андреева Т.А., к.э.н., доц. – глава 9;
Барашов Н.Г., д.э.н., проф. – глава 2;
Блинова Т.В., д.э.н., проф. – глава 14;
Глухова Н.Н., к.э.н., доц. – глава 9;
Гриднев Д.С., д.э.н., проф. – глава 2;
Гримашевич О.Н., к.э.н., доц. – глава 3;
Гусарова Л.Ф., д.э.н., проф. – глава 5;
Журавлева Г.П., д.э.н., проф. – главы 1, 2, 5, 7, 11, 12;
Зацепилин А.А., к.э.н., доц. – глава 14;
Каткова М.А., к.э.н., доц. – глава 15;
Коблова Ю.А., к.э.н., доц. – глава 8;
Колбасенко О.Е., к.э.н., доц. – глава 9;
Котельников А.А., к.э.н., доц. – глава 4;
Кошелева А.С., к.э.н., доц. – глава 3;
Мамаева Л.Н., к.э.н., доц. – глава 11;
Манохина Н.В., д.э.н., проф. – глава 1, 8;
Мирошниченко Н.В., к.э.н., доц. – глава 8;
Митяева Н.В., д.э.н., проф. – глава 9;
Мурыгина Н.В., к.э.н., доц. – глава 10;
Неверов А.Н., к.э.н., доц. – глава 15;
Печерский В.Г., д.э.н., проф. – глава 7;
Пожаров В.А., к.э.н., доц. – глава 3;
Репетун Т.В., к.э.н., доц. – глава 9;
Русановский В.А., д.э.н., проф. – глава 14;
Русановский А.В., к.э.н., доц. – глава 13;
Русановская Е.В., к.э.н., доц. – глава 14;
Сивчикова Т.В., к.э.н., доц. – глава 10;
Смагина В.В., д.э.н., проф. – глава 15;
Степанова И.П., к.э.н., доц. – глава 9;
Удалов Д.А., д.э.н., проф. – глава 6;
Устинова Н.Г., к.э.н., доц. – глава 4;
Федорова Ю.В., д.э.н., проф. – глава 4;
Хачатрян А.Г., д.э.н., проф. – глава 9;
Чистякова С.В., к.э.н., доц. – глава 9;
Шевашкевич Д.С., д.э.н., проф. – глава 2

Рецензенты:
д.э.н., профессор А.И. Добрынин,
д.э.н., профессор А.Ш. Хасанова

П 42 **Поведенческая экономика**: современная парадигма экономического развития : монография / под ред. Г.П. Журавлёвой, Н.В. Манохиной, В.В. Смагиной ; ТРО ВЭО России, ФГБОУ ВО «Рос. экон. ун-т им. Г.В. Плеханова», Научная школа «Экономическая теория» в РЭУ им. Г.В. Плеханова. – М.; Тамбов : Издательский дом ТГУ им. Г.Р. Державина, 2016. – 340 с.

ISBN 978-5-00078-086-2

В основу монографии положено издание коллектива авторов научной школы «Экономическая теория» РЭУ им. Г.В. Плеханова «Поведенческая экономическая теория», переработанное и дополненное.

Книга посвящена новому направлению современной науки – поведенческой экономике, имеющей междисциплинарный характер и интегрирующей психологию и экономику. Инструментарий поведенческой экономической теории раскрывает психологическую основу и динамику принятия решений экономическими агентами.

Это новая самостоятельная субдисциплина для магистров, аспирантов и преподавателей, изучающих теоретическую и прикладную экономику.

УДК 33
ББК 65

ISBN 978-5-00078-086-2

© ТРО ВЭО России, 2016
© ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова», 2016
© Научная школа «Экономическая теория», 2016

TAMBOV REGIONAL DEPARTMENT OF PUBLIC ORGANISATION
OF FREE ECONOMIC SOCIETY OF RUSSIA

FEDERAL STATE BUDGETARY EDUCATIONAL INSTITUTION OF HIGHER EDUCATION
«PLEKHANOV RUSSIAN UNIVERSITY OF ECONOMICS»

SCIENTIFIC SCHOOL «ECONOMIC THEORY»
IN PLEKHANOV RUSSIAN UNIVERSITY OF ECONOMICS

By the 100-th anniversary
of Plekhanov State University of Economics

BEHAVIOURAL ECONOMICS: MODERN PARADIGM OF ECONOMIC DEVELOPMENT

Monograph

Edited by
Doctor of Economics, professor G.P. Zhuravleva,
Doctor of Economics, professor N.V. Manokhina,
Doctor of Economics, professor V.V. Smagina

Moscow – Tambov
2016

Authors:

Andreeva T.A., Cand. in Economics, Assoc. Prof. – chapter 9;
Barashov N.G., Dr. Sc. (Economics), Prof. – chapter 2;
Blinova T.V., Dr. Sc. (Economics), Prof. – chapter 14;
Glukhova N.N., Cand. in Economics, Assoc. Prof. – chapter 9;
Gridnev D.S., Dr. Sc. (Economics), Prof. – chapter 2;
Grimashevich O.N., Cand. in Economics, Assoc. Prof. – chapter 3;
Gusarova L.F., Dr. Sc. (Economics), Prof. – chapter 5;
Zhuravleva G.P., Dr. Sc. (Economics), Prof. – chapters 1, 2, 5, 7, 11, 12
Zatsepilin A.A., Cand. in Economics, Assoc. Prof. – chapter 14;
Katkova M.A., Cand. in Economics, Assoc. Prof. – chapter 15;
Koblova J.A., Cand. in Economics, Assoc. Prof. – chapter 8;
Kolbasenko O.E., Cand. in Economics, Assoc. Prof. – chapter 9;
Kotelnikov A.A., Cand. in Economics, Assoc. Prof. – chapter 4;
Kosheleva A.S., Cand. in Economics, Assoc. Prof. – chapter 3;
Mamaeva L.N., Cand. in Economics, Assoc. Prof. – chapter 11;
Manokhina N.V., Dr. Sc. (Economics), Prof. – chapter 1, 8;
Miroshnichenko N.V., Cand. in Economics, Assoc. Prof. – chapter 8;
Mityaeva N.V., Dr. Sc. (Economics), Prof. – chapter 9;
Murygina N.V., Cand. in Economics, Assoc. Prof. – chapter 10;
Neverov A.N., Cand. in Economics, Assoc. Prof. – chapter 15;
Pechersky V.G., Dr. Sc. (Economics), Prof. – chapter 7;
Pozharov V.A., Cand. in Economics, Assoc. Prof. – chapter 3;
Repetun T.V., Cand. in Economics, Assoc. Prof. – chapter 9;
Rusanovsky V.A., Dr. Sc. (Economics), Prof. – chapter 14;
Rusanovsky A.V., Cand. in Economics, Assoc. Prof. – chapter 13;
Rusanovskaya E.V., Cand. in Economics, Assoc. Prof. – chapter 14;
Sivchikova T.V., Cand. in Economics, Assoc. Prof. – chapter 10;
Smagina V.V., Dr. Sc. (Economics), Prof. – chapter 15;
Stepanova I.P., Cand. in Economics, Assoc. Prof. – chapter 9;
Udalov D.A., Dr. Sc. (Economics), Prof. – chapter 6;
Ustinova N.G., Cand. in Economics, Assoc. Prof. – chapter 4;
Fedorova J.V., Dr. Sc. (Economics), Prof. – chapter 4;
Khachatryan A.G., Dr. Sc. (Economics), Prof. – chapter 9;
Chistyakova S.V., Cand. in Economics, Assoc. Prof. – chapter 9;
Shevashkevich D.S., Dr. Sc. (Economics), Prof. – chapter 2

Reviewers:

Dr. Sc. (Economics), Prof. A.I. Dobrynin,
Dr. Sc. (Economics), Prof. A.Sh. Hasanova

Behavioural economics: modern paradigm of economic development : monograph / ed. by G.P. Zhuravleva, N.V. Manokhina, V.V. Smagina ; TPO VEO Russia, Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education «Plekhanov State University of Economics», Scientific school «Economic theory» in Plekhanov State University of Economics. – M.; Tambov : the Publishing House of TSU named after G.R. Derzhavin, 2016. – 340 p.

ISBN 978-5-00078-086-2

The basis of the monograph edition put a group of authors of scientific school «Economic theory» of Plekhanov State University of Economics «Behavioural economic theory», revised and enlarged.

This book is devoted to a new direction of modern science – behavioural economics, which has a multidisciplinary and integrating psychology and economics. Instrumentation of behavioral economic theory reveals the psychological basis and the dynamics of decision-making by economic agents.

This is a new independent subdiscipline for masters, graduate students and professors studying Theoretical and Applied Economics.

ISBN 978-5-00078-086-2

© TRO VEO Russia, 2016
© FGBOU VPO «Plekhanov State University of Economics», 2016
© Scientific school «Economic theory», 2016

Оглавление

ВВЕДЕНИЕ 9

ЧАСТЬ ПЕРВАЯ
Поведенческая экономика (ПЭ) как современная парадигма развития экономической науки

Раздел I. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ПОВЕДЕНЧЕСКОЙ ЭКОНОМИКИ

Глава 1. Генезис поведенческой экономической теории 13

Глава 2. Специфика методологии теории поведенческой экономики 58

Глава 3. Теория перспектив А. Канемана и А. Тверски 75

Глава 4. Поведенческая теория игр 84

Раздел II. ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ПОВЕДЕНЧЕСКОЙ ЭКОНОМИКИ

Глава 5. Собственность как институт свободного индивидуального выбора и связанной с ним ответственностью 100

Глава 6. Поведенческая теория фирмы 120

Глава 7. Эволюция концепций и моделей человека и личности. Поведенческая теория личности 134

Глава 8. Потребительская экономика и поведенческая теория потребления..... 156

Глава 9. Поведение потребителя: теория ожидаемой полезности и «троянского обучения» 195

Глава 10. Поведенческая теория финансов и теория аукционов 232

Раздел III. ПРИКЛАДНЫЕ АСПЕКТЫ ПОВЕДЕНЧЕСКОЙ ЭКОНОМИКИ

Глава 11. Поведенческий конфликт как форма проявления накопленных противоречий экономических интересов в обществе 244

Глава 12. Поведение государства как института преодоления неразрешимых противоречий (поведенческих конфликтов) в поведенческой экономике .. 255

Глава 13. Поведение регионов Российской Федерации на рынке труда 267

Глава 14. Оппортунистическое поведение коммерческих банков в сфере инвестирования реального сектора российской экономики 281

Глава 15. Теоретические и практические результаты, достигнутые в рамках поведенческой экономики 298

ЧАСТЬ ВТОРАЯ
Поведенческая экономика как новая самостоятельная учебная субдисциплина для специалистов высшей квалификации

Глава 16. Требования к специалистам высшей квалификации в новой реальности и рекомендуемая рабочая программа по дисциплине «Поведенческая экономика» для магистров 311

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 331

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ 332

Content

INTRODUCRION 9

PART ONE
Behavioural Economics (BE) as a modern paradigm of Economics development

Section I. THE ORETICAL AND METHODOLOGICAL FOUNDATIONS OF BEHAVIOURAL ECONOMICS

Chapter 1. Genesis of behavioural Economics 13

Chapter 2. Specifics of the methodology of behavioural Economics theory 58

Chapter 3. Prospect theory by A. Kahneman и A. Tversky 75

Chapter 4. Behavioral game theory 84

Section II. MAIN DIRECTIONS OF BEHAVIOURAL ECONOMICS DEVELOPMENT

Chapter 5. Property as an institution of free individual choice and associated liability 100

Chapter 6. Behavioural theory of firm 120

Chapter 7. Evolution of the concepts and models of human and personality. Behavioural theory of personality 134

Chapter 8. Consumer economics and behavioral theory of consumption 156

Chapter 9. Consumer Behavior: theory of expected utility and «trojan learning»..... 195

Chapter 10. Behavioral finance theory and the theory of auctions 232

Section III. APPLIED ASPECTS OF BEHAVIOURAL ECONOMICS

Chapter 11. Behavioral conflict as a form of accumulated contradictions of economic interests in society 244

Chapter 12. The behavior of the state as an institution to overcome the insoluble contradictions (behavioral conflicts) in behavioral economics 255

Chapter 13. Behavior of the Russian Federation regions in the labor market 267

Chapter 14. Opportunistic behavior of commercial banks in the sphere of investment of the real sector of the Russian economy 281

Chapter 15. Theoretical and practical results achieved in the framework of behavioral Economics 298

PART TWO
Behavioral Economics as a new independent educational subdiscipline for high qualified specialists

Chapter 16. Requirements for highly qualified specialists in the new reality and recommended work program on the subject «Behavioral Economics» for the Masters 311

CONCLUSION 331

BIBLIOGRAPHY 332

ВВЕДЕНИЕ

Предлагаемая читателю книга «Поведенческая экономика», с одной стороны, раскрывает содержание относительно нового аналитического направления в развитии экономической науки последних десятилетий, а, с другой стороны, для рекомендации к ее изучению как новой самостоятельной учебной дисциплины. Известно, что для практики нет ничего лучше хорошей теории, ибо именно теория определяет поведение человека, фирмы, домохозяйства, государства и его регионов в хозяйственной жизни общества, что находит свое отражение в результатах их хозяйственной деятельности. «Идеи экономистов и политических деятелей – писал Джон Мейнард Кейнс, – и когда они правы, и когда они ошибаются – имеют гораздо большее значение, чем принято думать. В действительности только они правят миром»[1].

Современная экономическая теория многообразна. Она предполагает разные решения хозяйственных проблем с позиции различных школ и направлений. Но выбор между рекомендациями различных школ сложен, поскольку теория каждой из них, имея рациональное зерно, отражает лишь одну из реальных сторон экономики. В реальной жизни смена научных школ и преподавание основных положений их теорий происходит в борьбе, так как каждая из них претендует на универсальность своей теории, одновременно отражающих, по-существу, различные экономические интересы отдельных классов или социальных групп общества.

Меняющийся экономический мир нового столетия характеризуется тем, что в общественном сознании происходят качественные изменения в понимании динамики экономических, социальных и духовных процессов. Меняется научная картина мира. Причем мир изменяется быстрее, чем процесс познания этого мира. Весь мир сейчас, в том числе и Россия переживает особый период турбулентности и реконструкции, появления малоизученных, но вполне закономерных и важных для экономического развития тенденций (трансформация экономических систем, глобализация, технологический взрыв, компьютеризация, экологическая и экономическая безопасность и т.д.)

Главной задачей экономической науки во все времена было дать ответ на вопрос об устройстве экономического мира. Но так как сегодня мир изменился, то задачей современной экономической науки становится уже новое объяснение мира. К сожалению, прежние экономические школы не решают эту задачу. К классической политической экономии и к современному «Экономиксу» серьезные

[1] *Кейнс Дж.М.* Теория занятости, процента и денег. Избр. произв. М.: Экономика, 1993. С. 517.

претензии предъявляют не только российские, но и известнейшие западные ученые-экономисты. Как тут не вспомнить известное положение, неоднократно высказываемое академиком Л.И. Абалкиным о том, что в науке нет и не может быть монополии какой-либо научной школы на абсолютную истину. Там, где возникает такая монополия, заканчивается наука, о чем свидетельствует весь исторический опыт России.

В условиях автоматизации и информатизации современной экономики способность не просто к творческому мышлению, а способность к неформальным поступкам, неординарным решениям и действиям, нововведениям – вот главное требование к специалистам. В этом случае на первое место выступают теоретические знания, способствующие развитию мыслительного аппарата. Научить размышлять самостоятельно на основе анализа различных учений, теорий и взглядов ученых-теоретиков становится первейшей задачей при изучении и преподавании экономической науки

Поведенческая экономика (*behavioral economics*) – относительно новая наука и учебная дисциплина. Она имеет скорее междисциплинарный характер и находится на стыке двух наук: психологии и экономики, что позволяет выявить психологическую основу и динамику принятия решений человеком и другими агентами.

Сейчас нельзя не принимать во внимание поведенческую экономику, поскольку поведенческий подход:

– присущ деятельности различных субъектов: от индивида и фирмы до рынков и регионов;

– систематически повторяется и усложняется;

– позволяет выявить глубинные мотивы деятельности агентов, не всегда следующих канонам традиционной экономики.

Поведенческую экономику до недавнего времени многие считали наукой второстепенной, необязательной – этакой несовершеннолетней родственницей взрослой традиционной экономики. Однако приверженцы последней все же признавали, что индивиды время от времени ведут себя неразумно, нерационально, но на это всегда были теоретические доводы. Они утверждали, что эксперименты бихевиористов – психологов и экономистов, как бы ни были интересны, не опровергают рациональных моделей, потому что их проводят в контролируемых условиях и в отсутствии главного регулятора рационального поведения – конкурентной среды рынка.

Позиции традиционных экономистов серьезно пошатнулись в условиях глобального финансового кризиса. В октябре 2008 г. великий А. Гринспен сделал свое признание. Вера в то, что индивиды, компании и рынки в основе своей рациональны, рухнула, и соответствующие опасности для интересов экономики и общества предстали во всей красе. Речь идет о психологии экономического и финансового поведения. Эти дисциплины долго были на периферии экономического анализа, но финансовый кризис вдруг переместил их в центр внимания экономистов и финансовых аналитиков. В настоящее время в США уже 20% студентов-экономистов

занимаются специализацией по бихевиоральной экономике в ведущих университетах страны. Присуждение Нобелевской премии за 2002 г. исследователю в этой области – американскому психологу Д. Канеману – сыграло свою положительную роль в развитии поведенческой экономики.

Исследуя поведенческую экономику, эксперты стараются понять, как психологические явления, эмоции и групповая динамика влияют на принятие экономических решений. Исследования показали, что люди часто принимают решения, которые не в их интересах, или принимают за чистую монету то, что экономисты считают необходимым для их благосостояния, то, что как будто в их интересах. Например, с рациональной точки зрения лучше начать копить на пенсию в начале вашей карьеры. Но многие этого не делают, а исследования показывают, что люди страшатся долгосрочной экономии. На инвестиционные решения, по всей видимости, имеют огромное влияние многие виды познавательных и эмоциональных воздействий. Экономисты старой закалки утверждали, что иррациональное поведение не могло прижиться на почве жестких расчетов финансовых рынков. Иррациональные люди могут раскачивать маятник равновесия цен и индексов, но мудрые трейдеры всегда приведут стоимость в «рыночное стойло», к экономически обоснованным уровням. После 2008 г. этот призрачный закон рассеялся. Поведенческие экономисты, которые часто используют более житейские и эмпирические подходы, чем экономисты, которые занимаются официально принятыми рыночными моделями, опровергли устоявшееся мнение о том, что банкиры ведут себя рационально, тщательно анализируют свои решения и сосредоточиваются только на максимизации своих личных интересов.

Homo Economicus упал с пьедестала. На смену модели экономического человека, рационального эгоиста, принимающего во внимание прежде всего собственные интересы, богатство, доходы, стабильно относящегося к риску, дисконтированию пришла модель поведенческого человека-альтруиста, имеющего особое восприятие информации, риска, непоследовательно относящегося к вещам, материальному миру, принимающего решения эвристически и использующего правило большого пальца, далекого от постоянной оптимизации своих действий и выбора.

Поведенческая экономика формируется как новая интеллектуальная платформа научного сообщества, новое направление, в рамках которого осуществлено смещение акцентов с разработки формализованных моделей рационального поведения индивида в различных ситуациях выбора на процесс их экспериментальной и эмпирической проверки, выяснения степени согласованности (расхождения) традиционной экономической теории и выведенных из нее закономерностей, тенденций с реальными фактами хозяйственной деятельности.

Цели, которые преследовали авторы данного издания, заключаются в следующем:

– сформировать представление о взаимодействии современной экономики с достижениями психологической науки;

– раскрыть роль экспериментов в современной экономике;

– продемонстрировать возможности внедрения выявленных закономерностей человеческого поведения в экономическую теорию;

– рассмотреть различные направления практического приложения поведенческой теории;

– объяснить смысл построения экономических моделей и описать связанные с ними проблемы;

– разработать рекомендации для институтов государственного управления, разрабатывающих различные прогнозы на основе экономико-психологических моделей.

Есть и еще один серьезный аргумент в пользу данного издания. Если зайти на сайт «Книги по поведенческой экономике на английском языке» (URL: http://mymoney.pro/archives/890), можно назвать несколько десятков западных авторов и написанных ими источников[1].

Российская экономическая школа в числе разработчиков поведенческой экономики насчитывает пока всего несколько ученых, к числу которых следует отнести И. Павлова, А. Будицкого, В. Плескачевского, В. Рутгайзера, М. Федотова и др[2].

Авторы данной книги надеются в определенной степени восполнить сложившийся в современной науке пробел по поведенческой экономике.

Кроме этого, почти в каждой главе можно найти отдельные элементы новизны при изложении ряда экономико-теоретических проблем.

Книга предназначена для широкой аудитории студентов и преподавателей экономических вузов и факультетов, а также школ с углубленным изучением экономики. Она может быть полезна и практикам, работникам государственного управления, и всем, кто интересуется экономической теорией и политикой.

Авторы с благодарностью примут замечания и предложения, отзывы читателей, которые можно направлять по адресу: 119054, г. Москва, Стремянный пер., 28, Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова, научная школа «Экономическая теория» или 392000, г. Тамбов, ул. Интернациональная, 33. ТРО ВЭО России.

---

[1] См.: *Ариели Д.* Предсказуемая иррациональность. Скрытые силы, определяющие наши решения; Позитивная иррациональность. Как извлекать выгоду из своих нелогичных поступков. М.: Изд-во «Манн, Иванов и Фербер», 2010. Сер. «Книги Стокгольмской школы экономики»; *Лерер Д.* Как мы принимаем решения. М., 2010; *Акерлоф Дж.А., Шиллер Р.Дж.* Животный дух: как человеческая психология управляет экономикой и почему это важно для глобального капитализма? М., 2010; *Левитт С., Даббнер С.* Фрикономика. Мнение экономиста-диссидента о неожиданных связях между событиями и явлениями. М.: Изд-во «Вильямс», 2007; *Левитт С., Даббнер С.* Суперфрикономика. М.: Изд-во «Манн, Иванов и Фербер», 2009

[2] См.: *Павлов И.А.* Поведенческая экономическая теория – позитивный подход к исследованию человеческого поведения (научный доклад). М.: ИЭ РАН, 2007; *Федотова М., Плескачевский В., Рутгайзер В., Будицкий А.* Поведенческая оценка: концепция поведенческих финансов и ее применение в оценке бизнеса // Вопросы экономики. 2009. № 5; *Давыдов Д.* Интервальное восприятие информации и экономическое поведение потребителя: методологические аспекты // Вопросы экономики. 2007. № 12; Поведенческая экономика: видеолекции от Д. Репина. URL: http://www.neiromarketing.ru/news/72.htm.

Часть первая

ПОВЕДЕНЧЕСКАЯ ЭКОНОМИКА (ПЭ) КАК СОВРЕМЕННАЯ ПАРАДИГМА РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ НАУКИ

РАЗДЕЛ I

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ПОВЕДЕНЧЕСКОЙ ЭКОНОМИКИ

Глава 1

ГЕНЕЗИС ПОВЕДЕНЧЕСКОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ТЕОРИИ

Главная цель данной главы – исследовать генезис (формирования поведенческой экономической теории (behavioral economics)) как новое научное направление экономической мысли. Греческое слово генезис (genesis) переводится как происхождение, возникновение, процесс образования и становления развивающегося явления (в нашем случае – поведенческой экономики).

Экономика – это часть повседневной жизни людей, люди принимают ежедневное участие в экономической деятельности, живут в экономической среде, постоянно используют термины, употребляемые экономистами. Каждому из нас знакомо слово «экономика», хотя разные люди вкладывают в него неодинаковое содержание. И многих сегодня вопрос «что такое экономика?» может поставить в тупик. Не следует удивляться тому, что, живя в окружении экономики, мы затрудняемся сказать, что это такое. Данное обстоятельство объясняется тем, что экономика – настолько общее, емкое, многозначное понятие, что определить ее одной фразой не представляется возможным.

Считается, что термин «экономика» изобрел еще в VI в. до н. э. греческий поэт Геспод, соединив два слова: «ойкос» (дом, хозяйство) и «номос» (знаю, закон), что дословно означает искусство, знание, свод правил ведения домашнего хозяйства. В научный оборот этот термин был введен представителями древнегреческой экономической мысли Ксенофонтом (ок. 430–355 или 354 гг. до н. э.), написавшим труд под названием «Экономикос», и Аристотелем (384–322 гг. до н. э.). Последний науку о богатстве делил на «экономику» (совокупность потребительных стоимостей) и «хрематистику» (искусство делать деньги). Но времена меняются, а вместе с ними меняется и усложняется смысл старых слов.

В современных условиях термин «экономика» используется в различных значениях:

1) народное хозяйство данной страны или его часть, включающая отдельные отрасли (экономика промышленности, сельского хозяйства и т.д.); хозяйство района, региона, страны, группы стран или всего мира (региональная экономика, мировая экономика, экономика России и т.д.);

2) исторически определенная совокупность экономических отношений между людьми, складывающихся в процессе хозяйственной деятельности, соответствующих данной ступени развития производительных сил и образующих определенную экономическую систему (рабовладельческая, капиталистическая и другие экономики);

3) научная дисциплина, занимающаяся изучением деятельности людей, ее законов и закономерностей (теоретическая экономика, политическая экономика, поведенческая экономика), некоторых условий и элементов хозяйствования, производства, народонаселения, труда, управления и т.д., отдельных отраслей и видов хозяйственной деятельности (экономика животноводства, образования и т.п.).

Экономика как наука, т.е. систематизированное знание о сущности, целях и задачах хозяйственной деятельности, возникла в XVI – XVII вв.

Если же вспомнить историю экономической мысли (а историю, по словам русского историка В.О. Ключевского, нужно знать, не потому что она прошла, а потому что, уходя, она не смогла убрать свои последствия, то отказывается, что современные научные системы пришли на смену:

- учению Аристотеля «об экономии», отражавшему систему хозяйствования аграрно-традиционного общества, экономику «дорыночного» типа. Его экономические воззрения господствовали в течение двух тысячелетий;
- учению меркантилистов и физиократов в эпоху первоначального накопления капитала;
- учению классиков политической экономии А. Смита, Д. Рикардо, Дж. С. Милля, К. Маркса, отражавшему эпоху дальнейшего развития капиталистического общества, рынка свободной конкуренции, господствовавших более 300 лет;
- более ста лет на Западе, а теперь и у нас, в РФ превалирует научная система А. Маршалла как первая попытка неоклассического синтеза (объединившая учения А. Смита и маржиналистов) под названием «Экономикс» и включающая вторую

попытку неоклассического синтеза Пола Самуэльсона, объединившую неоклассиков и кейнсианство;

▪ учению институционалистов, основоположником которого отдельные авторы объявляют Т. Веблена, рассматривающего экономическую систему со стороны институтов.

В одной из своих статей Р. Солоу, перефразируя О. Уайльда, охарактеризовал современную экономическую теорию как «теоретически изощренную погоню за непознаваемым»[1]. Это высказывание с полным правом можно отнести к поведенческой экономической теории, поставившей в эпицентр научных исследований до нее не исследованные и, соответственно, не познанные человеческие эмоции, переживания, настроения и страсти, управляющие различными экономическими процессами.

С самого начала поведенческая экономика предстала как прямой вызов стандартной, неоклассической теории, объявленной в XX в. «мейнстримом».

Принципиальные отличия поведенческой экономической теории

Прежде всего отметим принципиальные, отличительные характеристики поведенческой экономической теории, которые позволяют позиционировать ее как отдельное научное направление. Поведенческая экономическая теория представляет собой один из современнейших исследовательских подходов, которые считаются альтернативными основному, наиболее распространенному до сих пор неоклассическому направлению экономической науки. К поведенческой экономической теории можно отнести целую совокупность теорий, в рамках которых описывается процесс принятия решений в различных областях экономики различными субъектами на соответствующих уровнях хозяйствования. Это преимущественно микроэкономический уровень – фирмы, организации, их подразделения, домашние хозяйства, а также наноэкономический уровень – отдельного субъекта. Данным теоретико-методологическим подходом поведенческая экономика принципиально отличается от неоклассической парадигмы, а также австрийской школы, которые ставят во главу угла не процесс принятия решения, а его конечный результат. Но поведенческая экономическая теория не ограничивается чисто описательными методами, а нацелена на построение обобщенной модели принятия решений. В неоклассической концепции микроэкономики исходными являются рациональная модель поведения фирмы, организации, домохозяйства и, соответственно, максимизация получаемой полезности или прибыли, только потом результаты (прогнозы) данной модели сопоставляются с реальным поведением агентов. В поведенческой экономической теории презумпции экономической рациональности

[1] *Solow R.* How Did Economics Get That Way and What Way Is It? // Daedalus. 1997. Vol. 126. № 1. P. 39 – 58.

как таковой не существует. Цель исследователя в рамках поведенческой экономической теории – понять, каким образом осуществляется реальный процесс принятия решений, какие экономические факторы и условия его детерминируют, каковы присущие данным процессам принятия решений тенденции и закономерности. Поскольку этот процесс для всех экономических субъектов и на практике, и в теории характеризуется значительной сложностью, представители поведенческой теории полагают, что в нем господствует не рациональное, а конвенциональное поведение субъектов, подчиняющееся принятым установкам, нормам, правилам и условностям. Представители поведенческой экономической теории считают необходимым отказаться от постулатов максимизации полезности или прибыли и заменить их другими, более реалистичными конкретными поведенческими допущениями. Таким образом, поведенческая экономика строится на теоретических подходах, отличающих ее от существующих, традиционных направлений экономической науки.

Поведенческая экономическая теория отличается подходом и к пониманию существа экономического поведения человека. Так, классическая экономическая наука в качестве основного действующего субъекта рассматривает «человека экономического», способного принимать идеальные рациональные решения, учитывающие все возможные риски и приносящие максимизированную собственную выгоду. Именно поведение такого «человека экономического» лежит в основе построения классической наукой различных моделей окружающего мира. В действительности вышеуказанными способностями может обладать только некий человекоподобный автомат. Кроме того, в теории такого «человека экономического» более всего удобно использовать именно в моделировании: подобный человек делает логически безупречный выбор и обладает значительной долей прозорливости. Реальная действительность сложнее классической модели: в ней всегда есть место эмоциям, чувствам, даже ошибкам, и это свойственно всем хозяйствующим субъектам. Складывается теоретико-методологическое противоречие: единого «человека экономического» элементарно не существует в реальности, но при этом понятие активно применяется в теории (см. рис. 1.1).

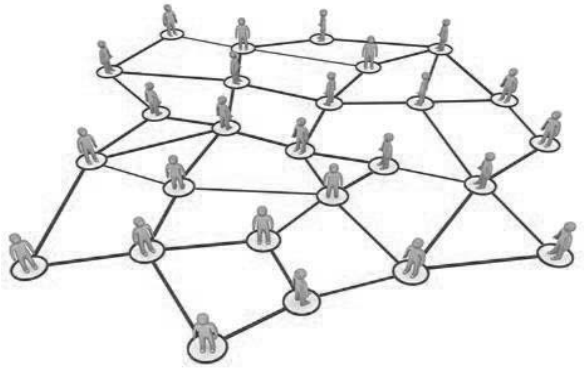


Рис. 1.1. Модель единого «человека экономического»

В этом случае встает закономерный вопрос: настолько ли существенны неэкономические факторы – психологические, социокультурные, что могут непосредственно влиять на принятие решений субъектами и даже перевесить такие материальные выгоды, как деньги, к использованию которых в качестве основного стимула деятельности экономического субъекта привыкли экономисты классического и неоклассического направлений? Дать ответ на этот вопрос, а также расширить границы представлений о поведении традиционного рационального субъекта смогла новая область науки – поведенческая экономическая теория, призванная объединить психологию и экономику.

Истоки поведенческой экономической теории – в истории 30-летней давности. В 1980-е гг. начало формироваться нечто похожее на комплексный альтернативный подход, основанный на иной модели человека. Этот подход формируется на пересечении посткейнсианской, поведенческой, неоавстрийской и институционалистской исследовательских программ.

Отметим, что в среде ученых, разработчиков поведенческой теории, есть разные подходы к пониманию ее истоков. Так, В. Автономов[1] рассматривает поведенческую экономику как результат столкновения психологической и экономической теории, его последствия. При этом он отмечает, что при их первом столкновении в последнем десятилетии XIX и начале XX вв. синтеза экономического и психологического знания не произошло. С одной стороны, маржиналистская революция свела важнейшую экономическую проблему – ценности – к психологии потребительского выбора. Это, казалось бы, открывало дорогу для непосредственного применения психологических методов в экономической теории. С другой стороны, в те же годы на Западе активно формировалась самостоятельная, независимая от философии психологическая наука. Однако синтеза экономического и психологического знания не случилось. Более того, после краткого периода интенсивных контактов стороны надолго разошлись, весьма недовольные друг другом. Причины этого, по мнению В. Автономова, следующие. Экономическая теория в маржиналистском варианте была готова воспринять отнюдь не любую психологию, а психологию строго определенного вида. Целью маржиналистов было не желание точнее отразить реальные мотивы покупателя и продавца, а стремление создать строгую, логически непротиворечивую теорию равновесного гармоничного обмена. Первостепенную роль сыграл здесь математический инструментарий дифференциального исчисления. Отсюда необходимость такого субъекта, который «любит» и «умеет» максимизировать нелинейную функцию полезности. Выбор психологических оснований для теории предельной полезности (по крайней мере, это бесспорно справедливо для Вальраса) был в значительной мере предопределен общей мировоззренческой установкой самой теории.

Подходящая гедонистически-рационалистическая модель человека нашлась в трудах Бентама, который опирался на ассоциативную психологию XVI –

[1] *Автономов В.С.* Человек в зеркале экономической теории (Очерк истории западной экономической мысли). М., 1993. С. 124 – 127, 137 – 139, 146.

XVIII вв. С другой стороны, современная маржиналистам психология далеко отошла от представлений о человеке как о пассивном существе, управляемом внешними воздействиями через ощущения, преследующем единственную цель – получения наслаждений – и рассчитывающем при этом каждый свой шаг. Напротив, новая психология подчеркивала изначальную активность личности, действие врожденных инстинктов (никак не сводимых к погоне за наслаждениями), влияние физиологических и биологических факторов. Психология «рационального гедониста» представлялась в этом контексте безнадежно устаревшей. В то же время эксперименты новых психологов, посвященные прежде всего исследованию наиболее примитивных форм поведения (поведение животных, маленьких детей, душевнобольных проще, и поэтому его легче исследовать, чем поведение нормального взрослого человека), не могли вызвать энтузиазма у экономистов, не говоря уже о том, что результаты этих экспериментов не поддавались формализации. Однако критика психологами гедонистических свойств «маржиналистского человека» все же принесла свои плоды. Реакция экономической теории имела три основных варианта. Первый состоял в том, чтобы вытеснить не только гедонистическую, но и всякую психологию за пределы экономической науки. Второй сводился к «косметическому ремонту» психологических предпосылок маржиналистской теории без сколько-нибудь значительного пересмотра самой теории. Наконец, третий вариант заключался в попытках сформулировать новую социально-экономическую теорию, согласующуюся с выводами «новой психологии», т.е. поведенческую экономику.

Большую последовательность, по мнению В. Автономова, проявил в критике маржиналистской и неоклассической моделей человека основоположник институционализма Т. Веблен. Из экономистов своего времени Веблен был, несомненно, лучше всех знаком с современной психологией, прежде всего с трудами У. Джеймса и У. Макдугалла, а также с эволюционных теорий Ч. Дарвина. Поэтому неудивительно, что в его концепции человеческой природы важную роль играют «инстинкты». Однако при этом речь идет вовсе не о биологических, неосознанных аспектах человеческой деятельности. Как раз наоборот, к инстинктам Веблен относит способы (обычаи) осознанного и целенаправленного человеческого поведения, формирующиеся в определенном культурном контексте и передающиеся из поколения в поколение, т.е. то, что он чаще называет институтами. «Цивилизованные народы Запада», с точки зрения Веблена, подвержены влиянию следующих основных «инстинктивных склонностей»:

1) инстинкта мастерства;
2) праздного любопытства;
3) родительского инстинкта;
4) склонности к приобретательству;
5) «набора эгоистических склонностей»;
6) инстинкта привычки.

Эти инстинкты не существуют изолированно – они образуют коалиции, подчиняют себе друг друга. Так, большую силу имеют родительский инстинкт, празд-

ное любопытство и инстинкт мастерства, когда они «заручаются поддержкой привычки», т.е. входят в привычку у людей. Тогда праздное любопытство поставляет информацию и знания, служащие целям, которые ставят перед людьми инстинкт мастерства и родительский инстинкт. В результате мы имеем «поиск эффективных жизненных средств», ведущий к «росту технологического мастерства». Такое поведение Веблен называл промышленным и явно одобрял в отличие от так называемого денежного соперничества, которое имеет место тогда, когда добродетельный союз мастерства, любопытства и привычки попадает под власть эгоистических, приобретательских инстинктов. Тогда возникают «дурацкие способы поведения» и «бесполезные институты», существующие, несмотря на то, что они противоречат врожденному здравому смыслу.

Однако собственные позитивные разработки Веблена и последующих институционалистов рассматривались большинством экономистов как внесистемные, растворяющие экономическую теорию в «культурной антропологии, социальной философии и социологии», поэтому были обречены на пребывание на периферии экономической науки фактически до 1980-х гг.

Подчеркнем, что теоретико-методологический оплот классической и неоклассической школы с ее теорией полезности, полной рациональности как научного мейнстрима двух последних столетий было сложно подвергать конструктивной критике со стороны еще только формирующихся новых альтернативных подходов, к числу которых принадлежала поведенческая экономика. Только в 1960–1970-е гг. появились работы, в которых систематически демонстрировалось отклонение поведения людей от рационального. Авторами наиболее известных работ были М. Алле, Д. Канеман, С. Лихтенштейн, Г. Райфа, П. Словик, А. Тверски, Б. Фишхоф.

«Дилемма генерала»

Приведем один из наиболее известных примеров нерационального поведения людей – «дилемму генерала». Генерал потерпел поражение в войне и хочет вывести свои войска (600 человек) с территории противника. У него есть две возможные дороги, разведка дала оценки возможных потерь при выборе каждой из них. Данные о дорогах и возможных потерях представлены на рисунке 1.2.

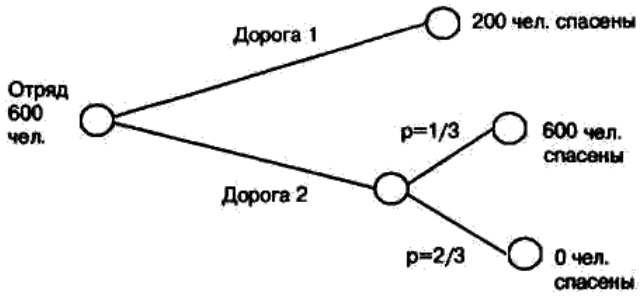


Рис. 1.2. «Дилемма генерала»

Большинство людей, рассматривающих дилемму, показанную на рисунке 1.2, выбирают первую дорогу, стараясь избежать лотереи, когда в одном из исходов погибает весь личный состав соединения.

Но эта же дилемма была представлена испытуемым в ином виде (рис. 1.3). Теперь уже большинство испытуемых выбирают вторую дорогу, так как на ней с вероятностью p = 1/3 можно спасти все соединение.

Легко увидеть, что лотереи на рис. 1.2 и 1.3 эквивалентны, но одна из них представлена в виде выигрышей, а другая – в виде потерь.

$$\frac{\lambda_i}{\lambda_j} = \frac{1-\alpha_i}{1-\alpha_j}; \sum_{i=1}^{N} \lambda_i = 1$$

Рис. 1.3. Иное представление «дилеммы генерала»

Многочисленные эксперименты продемонстрировали отклонение поведения людей от рационального, определили эвристики, которые используются при принятии решений. Перечислим наиболее известные эвристики.

1. *Суждение по представительности.* Люди часто судят о вероятности того, что объект А принадлежит к классу В только по похожести А на типовой объект класса В. Они почти не учитывают априорные вероятности, влияющие на эту принадлежность. В одном из опытов испытуемым дали краткие описания субъектов из группы в составе 100 человек и попросили определить вероятности того, что рассматриваемый субъект является юристом или инженером при условии, что: 1) в группе 70 инженеров и 30 юристов; 2) в группе 30 инженеров и 70 юристов. Ответы были примерно одинаковы. В других экспериментах было показано, что люди ориентируются только на представительность, не учитывая даже размер выборки, по которой выносится суждение.

2. *Суждение по встречаемости.* Люди часто определяют вероятность событий по тому, как часто они сами сталкивались с этими событиями и насколько важными для них были эти встречи. Так, в одном из опытов испытуемые оценили вероятность нахождения буквы «К» в английских словах на 1-м и 3-м местах. Большинству людей было легче вспомнить слова с буквой «К» на 1-м месте, и они определили соответствующую вероятность как большую, хотя в действительности справедливо обратное (на 3-м месте буква «К» встречается значительно чаще). Тверски и Канеман отмечают, что многие люди, видимо, верят в «закон малых чисел», утверждающий, что малая выборка хорошо характеризует все множество.

3. *Суждение по точке отсчета.* Если при определении вероятностей используется начальная информация как точка отсчета, она существенно влияет на результат. Так, при оценках вероятностей событий группам людей давали завышенные и заниженные начальные значения и просили их скорректировать. Средние по группам ответы существенно различались.

4. *Сверхдоверие.* В экспериментах было показано, что люди чрезмерно доверяют своим суждениям, особенно в случаях, когда они выносят суждение о прошлых событиях. Люди переоценивали свои суждения о вероятности редких явлений природы, изменений курса акций на бирже и т.д. Они были настолько уверены в своих суждениях, что рисковали определенными суммами денег.

5. *Стремление к исключению риска.* Многочисленные работы показывают, что как в экспериментах, так и в реальных ситуациях люди стремятся исключить альтернативы, связанные с риском. Они соглашаются на средние (и хуже средних) альтернативы, только чтобы не возникли ситуации, где хотя бы при очень малой вероятности возможны большие потери.

Объяснения отклонений от рационального поведения вызвали неоднозначную реакцию экономистов. Приверженцы теории субъективной ожидаемой полезности утверждали, что нерациональность человеческого поведения является кажущейся, так как неправильно сформулирован критерий, который человек стремится оптимизировать. Действительно, если результат выбора известен, почти всегда можно подобрать критерий, с точки зрения которого этот выбор является оптимальным. Если принять такую точку зрения, теория субъективной ожидаемой полезности, скорее, позволяет объяснить выбор, чем предсказать его. Признание нерациональности человеческого поведения привело к поиску его причин. Среди этих причин называют[1]:

• недостаток информации у ЛПР (лица, принимающего решение в процессе выбора);

• недостаточный опыт ЛПР: он находится в процессе обучения и поэтому меняет свои предпочтения;

• стремление ЛПР найти решение, оптимальное с точки зрения совокупности критериев (целей), строго упорядоченных по важности (но не может его найти);

• различие между объективно требуемым временем для реализации планов и субъективным горизонтом планирования ЛПР.

Прежде чем более подробно разбирать отдельные теоретические парадигмы, внесшие свой вклад в формирование модели «альтернативного человека» в рамках поведенческой теории, очертим основные контуры, свойства и внутреннюю логику данной модели.

Во-первых, данная модель на порядок менее абстрактна, чем неоклассическая. Эта большая реалистичность прослеживается в каждом ее компоненте.

Во-вторых, в этой модели акцентируется не логический выбор, а его практическая познавательная деятельность, в ходе которой человек активно включается в окружающий мир и сталкивается при этом с теми или иными проблемами, причем, как правило, не логического, а, скорее, личностного характера.

В-третьих, альтернативная модель экономического поведения лишена ситуационного детерминизма, столь характерного для неоклассики. Объяснение

[1] *Garling T., Axhausen K., Brydsten M.* Travel choice and the goal process utility distinction // Applied Cognitive Psychology. 1996. № 10.

человеческих действий следует искать не в изменении внешних условий его деятельности, а в первую очередь в самом человеке, его внутреннем мире.

Если неоклассическая модель экономического поведения основана на постулате рациональности, для альтернативной модели исходным понятием, пожалуй, является неопределенность. Существующую для каждого экономического субъекта неопределенность можно трактовать двояко. Во-первых, это нехватка информации о будущем или настоящем, которую можно восполнить, но не при существующей институциональной структуре. Во-вторых, это, в принципе, неустранимая неопределенность, связанная с тем, что окружающая субъекта среда состоит из людей, которые также действуют по своим, только им известным соображениям. Большая степень реалистичности альтернативного подхода требует ограничить не только имеющуюся в распоряжении субъекта информацию, но и его способности к обработке этой информации и принятию продуманных и взвешенных решений. Оптимизационная процедура, предполагаемая неоклассической моделью, в данном случае невозможна. Принятие решений в этих условиях объясняет поведенческая теория ограниченной рациональности, которая исходит из того, что выбирается не оптимальный, а удовлетворительный по тому или иному критерию вариант. Наконец, целевая функция. Здесь к традиционным целям: благосостоянию, полезности, удовлетворению потребностей – добавляются специфические цели творческой, познающей и действующей личности: самореализация, стремление к совершенству, радость творчества, достижение большого контроля над внешними обстоятельствами. Другая группа мотивов включает в себя обеспечение душевного комфорта в самом процессе познавательной деятельности и принятия решений – это прежде всего сохранение непротиворечивой системы ценностей, своего душевного мира, а также избежание когнитивных диссонансов, чрезмерного напряжения и т.д.

Итак, альтернативный подход возвращает целевой функции экономического поведения большое значение, которого пыталась ее лишить ординалистская неоклассическая теория, основанная на «максимизации чего угодно». Более того, альтернативный подход вскрывает «черный ящик», которым со времени основания экономической науки являлся процесс принятия решений. Целевая функция понимается здесь не только как желаемый результат выбора, но и как критерий эффективности самого процесса выбирания. Поведенческая экономическая теория основана на модели ограниченной рациональности. К ней можно отнести совокупность теорий, описывающих процесс принятия решений в различных областях экономики. Этим она принципиально отличается от неоклассической парадигмы.

Поведенческая экономика – отрасль экономической теории, учитывающая в явном виде психологические особенности человеческого восприятия, суждения и действия при принятии тех или иных экономических решений. Учет этих особенностей дает возможность улучшить объясняющую способность экономической теории путем введения дополнительных предпосылок о поведении агентов, пере-

ходя от «избитой» предпосылки о рациональных агентах, максимизирующих полезность, как единственно возможной основы экономической теории, к более реальным ситуациям и, соответственно, построению моделей с более высокой объясняющей способностью.

Первые источники идеи поведенческой экономики

Обратимся к первым источникам, в которых были высказаны идеи поведенческой экономики. Так, еще в XVIII в. А. Смит (по праву считающийся пионером экономической теории и сторонником максимизации личной выгоды) писал в своей первой крупной научной работе «Теория нравственных чувств»[1]: «We suffer more... when we fall from a better to a worse situation, than we ever enjoy when we rise from a worse to a better», т.е. увеличение нашей полезности от того, что мы получили определенную сумму денег, не равна количественно уменьшению в абсолютном выражении полезности, если ту же сумму у нас отнимут. Это является концепцией «избегания риска».

Однако немногие экономисты поднимали вопросы, касающиеся психологических принципов поведения, влияющих на принятие индивидуумами экономических решений, поэтому вряд ли можно сказать, что данное направление активно развивалось вплоть до начала XX в.

Во время Великой депрессии небольшая группа экономистов, включающая в себя таких гуру, как И. Фишер и В. Парето, начала писать о необходимости учета человеческого фактора в принятии решений. Так, Фишер указывал в «Теории процента»[2] на необходимость учета психологии при анализе сглаживания потребления экономическими агентами: помимо прозорливости и ожиданий относительно собственной продолжительности жизни, агентами руководят еще и мода, озабоченность жизнью других людей, привычка.

Знаковой работой в данной области стала публикация А. Тверски и Д. Канемана 1979 г. «Prospect theory: An analysis of decision under risk», где авторы применили психологические методы для объяснения провалов теории, использующей предпосылку о рациональности экономических агентов при принятии решений. Первая научная конференция, посвященная именно поведенческой экономике, прошла только семь лет спустя в Чикагском университете, объединив тем самым психологов, экономистов и социологов.

11 мая 2011 г. было объявлено о присуждении приза Ю. Дженсона[3] европейскому ученому-экономисту А. Фальку, представителю поведенческой экономики из

[1] *Smith A.* The Theory of Moral Sentiments. 1759.

[2] *Fisher I.* The Theory of Interest. § 9. The Personal Factor. 1930.

[3] Награда фонда Ю. Дженсона и Европейской экономической ассоциации (ЕЭА) для европейских экономистов в возрасте 45 лет, внесших важный вклад в теоретические и прикладные исследования.

Боннского университета. Этот приз присуждает Европейская экономическая ассоциация раз в два года. Основные достижения А. Фалька, лауреата премии, состоят в придании более точного смысла утверждениям о том, что предпочтения, определяющие поведение людей, включают в себя значительный компонент желания отблагодарить за сделанное добро (reciprocity).

То, что эти соображения играют большую роль, было понятно и 20 лет назад, когда распространились разные варианты лабораторных экспериментов на основе игры ультиматума. Людей, собранных для эксперимента, разбивают на пары. Одному дают, скажем, 1000 руб. (в этом эксперименте принципиально, что то, на что «играют» участники, – настоящие деньги). Этот человек должен предложить своему партнеру схему раздела (например, «Тебе 300 руб., мне – 700»), а партнер должен сказать, согласен он или нет. Если согласен, они идут домой с предложенными суммами в кармане; если не согласен, никто из них ничего не получает. Идея игры ультиматума проста. Если бы участники – обычные люди – были полностью рациональны, в равновесии второй (тот, кто решает, брать деньги или нет) всегда брал бы любую сумму, большую 0 (лучше пойти домой с 1 руб., чем ничего не получив.) Раз так, первому нужно спокойно предлагать: «Мне – 999 руб., тебе – 1 руб.». Однако эксперименты с настоящими деньгами (и «маленькими» – когда студенты делят 10 долл., и «большими» – когда жители африканской деревни играют на деньги, сравнимые с их годовым доходом) показывают, что для реалистического описания этого процесса нужны более тонкие предположения, чем предположение о полной рациональности экономических субъектов. В реальности «второй» часто обижается, если первый предлагает ему слишком мало (например, «Мне – 900, тебе – 100»). Даже на «600 – 400» и то обижаются, хотя гораздо реже.

Работы А. Фалька, если можно свести десятки статей к одному предложению, дают возможность правильно оценить вес «нерациональности» в поведении людей. В его теоретических работах были предложены функции полезности (воображаемые целевые функции людей), в которые входит оценка не только последствий действия («Я получаю 1 руб.»), но и оценка намерений, которые выявляются наблюдаемым действием («Предлагая мне 1 руб., он хочет меня обидеть» = «совершенно обо мне не заботится»), а его эмпирические исследования того, как устроено поведение людей, использовали все, кажется, мыслимые современные методы.

Приведем пример одного из исследований А. Фалька под названием «Самочувствие мужчины зависит от зарплаты его коллег». Интенсивность чувства удовлетворения от материального вознаграждения значительно возрастает у мужчин, знающих о том, что они получают больше своих коллег, выполняющих аналогичную работу. Участникам исследования, разделенным на пары, предлагалось выполнить серию тестов различной сложности, за правильное выполнение которых выплачивались премии – от 30 до 120 евро. Размеры премий за одинаковые задания были разными, причем участников информировали о том, какую сумму получает их партнер. В процессе эксперимента активность головного мозга испытуемых фиксировалась методом функциональной магнитно-резонансной томографии. Как

и ожидалось, получение премии приводило к активации вентральной части полосатого тела (corpus striatum). В этой области головного мозга находится центр удовольствия, активизирующийся в ответ на приятные раздражители – вкусную пищу, сексуальное возбуждение и т.д. Знание о размере премий, окружающих оказывало заметное влияние на интенсивность реакции. Наиболее активным центр удовольствия был у мужчин, знающих о том, что они получили значительно больше денег, чем их визави, выполнивший точно такое же задание. «Этот результат находится в явном противоречии с традиционной экономической теорией, которая считает значимым фактором экономической мотивации только абсолютный размер вознаграждения», – полагает автор исследования А. Фальк[1].

Интерес к поведенческой экономике проявили и экономисты других научных школ. Так, в одном из интервью Г. Беккер отмечал, что поведенческая экономика делится на два направления: одно – изучение мотивов, и в этом Чикагская школа была первопроходцем, другое – многочисленных ошибок потребителей.

Некоторые работы по поведенческой экономике сделали много полезного в выявлении отдельных типов подобных ошибок. Но это совсем не отменяет представления о том, что, во-первых, потребители почти всегда выбирают именно то, что им нужно, во-вторых, обычно потребители принимают более удачные решения, чем те, что сделало бы за них правительство.

Большая часть поведенческой экономики связана с финансами. Но, если посмотреть на тех, кто занимается поведенческой экономикой и одновременно управляет хедж-фондами, по мнению Г. Беккера, не факт, что в целом они показывают намного лучшие результаты, чем все остальные[2].

Отметим, что поведенческая экономика в нашей стране известна довольно слабо. В результате практическими исследованиями по поведенческой экономике в России занимаются зарубежные ученые. Так, на научной конференции в ГУ ВШЭ в 2007 г. вызвал огромный интерес доклад Б. Херрмана (из Ноттингемского университета Великобритании) о различиях в кооперативном поведении граждан Швейцарии и России, выявленных в ходе организованных им имитационных экспериментов, соединяющих идеи Д. Канемана с методами В. Смита.

От этого направления компаративистских исследований следует ожидать новых открытий. Однако ему предстоит еще долго развиваться, прежде чем оно станет достаточно известным в нашей стране и с его помощью можно будет делать достоверные выводы о российской ментальности.

Выделим российских ученых, занимающихся различными проблемами в русле поведенческой экономики: это профессор РЭШ А. Суворов, профессор ВЭШ Ю. Латов, старший научный сотрудник ИЭ РАН И. Павлов, профессора Финансовой академии при Правительстве РФ М. Федотова, В. Рутгайзер и др.

Отличительной характеристикой поведенческой экономики является отказ от «трех китов». Современной науке в целом, прежде всего поведенческой экономике,

[1] URL: http://www.vovremya.info/news/1215432815.html.

[2] URL: http://slon.ru/articles/324307/.

присущ отход от сложившихся принципов исследования, считавшихся «тремя китами». Отход от дедуктивного анализа к «трем китам» – предпосылкам рациональности, преследования собственных интересов и равновесия, возможно, наиболее заметен в отношении молодых экономистов. Эти предпосылки лежали в основе дедуктивного аналитического подхода и воспринимались как неприкосновенные. Изменять их означало отказываться от основ теории.

Современная экономика медленно уходит от «трех китов» к более широким понятиям и принципам целенаправленного поведения, разумного собственного интереса и устойчивого развития. Изменения можно наблюдать во множестве теоретических работ по поведенческой экономике, эволюционной теории игр, агентному моделированию (agent-based modeling), экспериментальной и новой институциональной экономике. В действительности значительная часть современных работ, воспринимаемых как передний край экономической науки, не соответствует канонам «трех китов».

Ту же тенденцию можно увидеть в распределении научных наград. Например, Д. Канеман и В. Смит получили Нобелевскую премию за разработки в области поведенческой и экспериментальной экономики, а М. Рабин за работы в поведенческой экономике награжден медалью Кларка.

Развитию поведенческого подхода в значительной степени способствовал процесс аксиоматизации теории выбора, который предоставил возможность четкой формулировки как исходных предпосылок теории, так и ее следствий. Какие конкретно формализованные гипотезы и положения теории принятия решений подверглись наиболее интенсивной экспериментальной проверке?

Во-первых, это так называемая гипотеза фон Неймана и Моргенштерна, согласно которой функция предпочтений индивида в рисковых ситуациях выбора имеет специфическую форму, а именно есть сумма произведений полезности каждого из возможных исходов на объективную вероятность их появления.

Во-вторых, это совокупность основных аксиом как теории ожидаемой полезности, так и теории субъективной ожидаемой полезности, а именно – аксиома замещения или принцип безусловности (все зависит от того, какую модель мы имеем в виду – фон Неймана и Моргенштерна или Сэвиджа), условие транзитивности, доминирования и инвариантности. Отдельно здесь стоит выделить аксиому транзитивности, с которой в экспериментальных исследованиях связано так называемое явление обращения предпочтений (preference reversal).

В-третьих, так называемая гипотеза искушенности в исчислении вероятностей (probabilistic sophistication hypothesis), подразумевающая под собой, что индивиды обладают однозначными, четко определенными субъективными вероятностями, удовлетворяющими условиям классической математической теории вероятностей, в частности – условию аддитивности, которое в данном случае является одним из основных.

В-четвертых, это совокупность так называемых когнитивных эвристик (cognitive heuristics) – простейших правил, используемых людьми в процессе принятия ре-

шений. Перечислим основные из них: это эффект исходного, референтного положения (reference point effect); эффект вложенных средств (sunk cost effect); эффект начального запаса или наделенности (endowment effect); эффект рамки (framing effect); предубеждение по поводу доступности (availability bias); предубеждение по поводу репрезентативности (representativeness bias).

Данные исследования продемонстрировали такой подход к проблеме, который отличался от предлагавшегося Саймоном. За исходный пункт психологи-когнитивисты взяли теорию максимизации ожидаемой полезности и байесовский вероятностный подход к формированию индивидом собственных мнений и суждений. Из-за того, что результаты этих работ часто включали в себя различные психологические принципы или конструкты, которые могли быть выражены достаточно простым формальным образом, данный вид исследований обеспечил способ моделирования ограниченной рациональности, который был более приближен к стандартной экономической теории, чем радикальный подход Саймона.

Родоначальники теории поведенческой экономики

Признанным основоположником поведенческой экономической теории считается нобелевский лауреат, американский экономист, профессор психологии и информатики Г. Саймон. Исследования Саймона имели междисциплинарный характер и протекали на пересечении психологии, теории информации, организации, компьютерного моделирования принятия решений. Его вклад в экономическую науку относится к «теории принятия решений в деловых организациях», т.е. фирмах. Среди его экономических трудов выделяют монографии «Административное поведение» (1947), «Модели человека: социальная и рациональная» (1957), «Организации» (совместно с Дж. Марчем, 1958 г.). Со своими сотрудниками он провел ряд эмпирических исследований того, как реально протекает процесс принятия решений в фирмах, дал этим исследованиям первое теоретическое оформление и разработал на основе этой теории нормативные алгоритмы принятия «правильных» решений[1]. В 1978 г. Саймону была присуждена Нобелевская премия по экономике «за новаторское исследование процесса принятия решений в рамках экономических организаций».

В процессе своих исследований Саймон создал обобщенную модель экономического поведения, которая получила название теории ограниченной рациональ-

[1] *Саймон Г.* Науки об искусственном / послесл. О.К. Тихомирова. М.: Мир, 1972; О применении теории следящих систем для изучения процессов регулирования производства // Процессы регулирования в моделях экономических систем. М.: Издательство иностранной литературы, 1961; Методологические основания экономики // Системные исследования. Методологические проблемы. Ежегодник за 1989–1990 гг. М.: Наука, 1991; Рациональность как процесс и продукт мышления // THESIS. 1993. Вып. 3; Теория принятия решений в экономической теории и науке о поведении // Теория фирмы. СПб.: Экономическая школа, 1995.

ности. Отправной точкой для Саймона послужила необходимость пересмотреть нереалистическую предпосылку полной информации, используемую в неоклассической теории. Для того чтобы максимизировать полезность или прибыль, экономическому субъекту просто не хватает счетных способностей. Проблема саймоновского субъекта состоит не столько в том, что у него мало информации, сколько в том, что ее слишком много относительно возможностей ее обработки. Процесс принятия решений в модели Саймона можно описать двумя главными понятиями – поиска и принятия удовлетворительного варианта.

Вопреки неоклассической теории у человека с его ограниченными информационными и счетными возможностями, по мнению Саймона, не может быть всеобъемлющей функции полезности, которая позволила бы сравнить разнородные альтернативы. Эта функция, по мнению Саймона, имеет всего два {0, 1} или три {– 1, 0, 1} значения, где 1 обозначает удовлетворительный вариант, – 1 – неудовлетворительный, а 0 – безразличный.

В результате хозяйственный субъект поступает следующим образом: поиск вариантов ведется до тех пор, пока не будет найден первый приемлемый (удовлетворительный) вариант, а затем прекращается. Приемлемость или неприемлемость варианта зависят от начальных целей субъекта. Легко заметить, что выбор удовлетворительного варианта требует от экономического субъекта гораздо меньшей информированности и счетного искусства, чем в неоклассической модели. Ему уже не надо иметь точную информацию об исходе данного варианта и сравнивать его с исходами альтернативных вариантов в рамках общей функции полезности. Достаточно смутного интуитивного представления о том, что данный вариант выше или ниже приемлемого уровня. При этом сравнивать варианты между собой вообще нет необходимости.

Рациональность, описываемую в теории Саймона, можно считать ограниченной лишь относительно формального, максимизационного критерия. В то же время описываемая им модель принятия решений полностью соответствует более широким критериям рациональности, распространяющимся не только на результаты действия, но и на процесс принятия решений. Однако центр тяжести поведенческого анализа лежит не в области мотивации, а в сфере обработки информации и принятия решений. Поэтому звание основателя поведенческой теории по праву принадлежит нобелевскому лауреату Г. Саймону. Он активно участвовал в эмпирических исследованиях того, как реально протекает процесс принятия решений в фирмах, дал этим исследованиям первое теоретическое оформление и разработал на основе этой теории нормативные алгоритмы принятия правильных решений. В 1972 г., когда теория искусственного интеллекта была признана дисциплиной, результаты этого периода были обобщены в книге Ньюэлла и Саймона «Решение проблем человеком» («Human Problem Solving»).

Работы Саймона и Ньюэлла 1950-х гг. оказали исключительно важное воздействие на развитие информатики и вычислительной техники. Ими была задана так называемая парадигма символьной обработки информации (symbolic information

processing), в основе которой лежит гипотеза о том, что человеческое мышление наиболее адекватно моделируется как в основном последовательное и алгоритмизуемое оперирование с некоторыми символами, каким-то образом отображающими действительность. Мышление человека обеспечивается действием одной из разновидностей того, что Саймон и Ньюэлл назвали материальной символьной системой (physical symbol system), на некотором уровне рассмотрения принципиально тождественной для человека и ЭВМ (этот тезис называется компьютерной метафорой, или концепцией бестелесного интеллекта). Когда в 1970-х гг. в теории искусственного интеллекта произошло осознание того, что в реальных мыслительных процессах важнейшую роль наряду с общими принципами мышления играют также конкретные знания, в качестве одного из источников этих знаний стала рассматриваться семантическая структура естественного языка.

Таким образом, Саймон, в огромном творческом наследии которого практически не было собственно лингвистических работ, на несколько десятилетий определил продуктивное взаимодействие между лингвистами и представителями компьютерной науки.

Гипотеза Ньюэлла – Саймона (1976), или гипотеза о физической символьной системе, утверждает, что физическая символьная система имеет необходимые и достаточные средства для произведения базовых интеллектуальных действий в широком смысле этого слова. Под этим понимается то, что впоследствии было названо сильным искусственным интеллектом. Основанием для гипотезы стало успешное применение созданной ими программы – универсального решателя задач – для моделирования рассуждений человека. Другими словами, без символьных вычислений невозможно выполнять осмысленные действия, а способность выполнять символьные вычисления вполне достаточна для того, чтобы стать способным выполнять осмысленные действия. Таким образом, если мы полагаем, что животное, или человек, или машина действуют осмысленно, значит, они каким-то образом выполняют символьные вычисления (ваш кот в какой-то мере – вычислительная машина). И наоборот, так как компьютер способен к подобным вычислениям, на его основе может быть создан искусственный интеллект. Гипотеза уязвима для критики, но так получилось, что большая часть исследований искусственного интеллекта пошла именно по пути создания символьных систем. Независимо от того, справедлива ли эта гипотеза, символьные вычисления – реальность программирования, и полезность подобной парадигмы в этой области трудно отрицать.

Саймон исходит из того, что перед человеком, принимающим решения, нет готовых альтернатив – их нужно искать самому; считает, что в процессе поиска вариантов можно максимизировать полезность. Для этого нет необходимой информации: субъект не может заранее знать исходов каждого варианта, во-первых, из-за неопределенности, не сводимой к риску, во-вторых, из-за своих ограниченных счетных способностей, в-третьих, из-за того, что у него вопреки неоклассической модели нет всеобщей и последовательной функции полезности, которая позволила бы сравнить разнородные альтернативы.

Согласно Саймону экономический субъект выходит из положения так: поиск вариантов ведется до тех пор, пока не будет найден первый приемлемый (удовлетворительный) вариант, а затем прекращается.

Чтобы выяснить, что определяет приемлемость или неприемлемость варианта, Саймон опирается на категорию «уровня притязаний» (aspirations level), разработанную в психологической науке К. Левином. Уровень притязаний личности – понятие, введенное для обозначения стремления индивида к цели такой сложности, которая, по его мнению, соответствует его способностям. Это образование, тесно связанное с самооценкой личности, формируется под влиянием субъективных переживаний успеха или неуспеха в деятельности. Уровень притязаний может быть адекватным, т.е. соответствовать способностям индивида, и неадекватным, заниженным или завышенным.

Что такое система предпочтений и уровень притязаний личности?

Под системой предпочтений понимают совокупность взглядов, ценностей, убеждений, интересов, с помощью которых человек сравнивает альтернативы и принимает решение. Каждый человек обладает уникальными предпочтениями, которые складываются под влиянием его воспитания, обучения, жизненного опыта, а также индивидуальных психических свойств. Предпочтения незримо присутствуют внутри каждого из нас, они скрыты в глубинах человеческой психики и «срабатывают» только тогда, когда перед человеком встает проблема выбора. Поскольку принятие решений непрерывно сопровождает деятельность людей, система предпочтений – это активный и постоянно «включенный» механизм, используемый людьми для сравнения и выбора альтернатив.

Уровень притязаний личности характеризует стремление человека к достижению целей такой степени сложности, на которую он сам считает себя способным. В основе уровня притязаний лежит оценка человеком своих возможностей, причем сохранение этой оценки стало для него потребностью. Уровень притязаний может быть частным, т.е. относиться к определенным областям (например, бизнесу, политике, науке, искусству), либо он может иметь общий характер, т.е. относиться сразу ко многим областям жизни и деятельности человека, прежде всего к таким, в которых проявляются его умственные и нравственные качества. В этом случае уровень притязаний основан на общей самооценке человеком себя как личности. В процессе принятия решений уровень притязаний влияет прежде всего на формулирование целей деятельности и выбор таких альтернатив, которые в наибольшей мере соответствуют этим целям.

Уровень притязаний не является врожденной характеристикой, а формируется постепенно под влиянием предпочтений, способностей, опыта человека, прежде всего его личных переживаний своих достижений как успешных или неуспешных. В результате воздействия этих факторов уровень притязаний может повышаться или снижаться, оставаясь в целом адекватным возможностям человека. Однако дальнейшие изменения могут привести к формированию неадекватного, т.е. завышенного или заниженного, уровня притязаний. В частности, завышенный уровень

притязаний часто служит причиной так называемого аффекта неадекватности. Он проявляется в том, что человек находится в устойчивом и отрицательном по своей природе эмоциональном состоянии, которое возникает у него в связи с неуспехом в деятельности. При этом человек либо игнорирует сам факт неуспеха, либо отказывается признать себя его виновником. Это происходит потому, что таким образом он стремится сохранить сложившуюся у себя завышенную самооценку и завышенный уровень притязаний, отвергая при этом сомнения относительно своих способностей и состоятельности. По этой причине аффект неадекватности можно рассматривать как своеобразную защитную реакцию человека, позволяющую ему снять внутренний конфликт (диссонанс) ценой отказа от адекватного отношения к действительности. Разумеется, что устойчивое пребывание человека в подобном состоянии, поддерживающем завышенный уровень притязаний, приводит к постановке нереальных целей и принятию ошибочных решений.

Впоследствии американскими учеными Д. Макклеландом и Д. Аткинсоном была разработана теория мотивации достижения успехов в различных видах деятельности. Согласно этой теории люди, мотивированные на успех, ставят перед собой цели, достижение которых однозначно расценивается ими как успех. Они стремятся во что бы то ни стало добиться успеха в своей деятельности, они смелы и решительны, рассчитывают получить одобрение за действия, направленные на достижение поставленных целей. Для них характерны мобилизация всех своих ресурсов и сосредоточенность внимания на достижении поставленных целей.

Совершенно иначе ведут себя люди, мотивированные на избегание неудачи. Для них явно выраженная цель в деятельности заключается не в том, чтобы добиться успеха, а в том, чтобы избежать неудачи. Человек, изначально мотивированный на неудачу, проявляет неуверенность в себе, не верит в возможность добиться успеха, боится критики, не испытывает удовольствия от деятельности, в которой возможны временные неудачи.

Прямым продолжением идей Саймона является концепция американского экономиста Р. Хайнера. Противники теории ограниченной рациональности часто выдвигают следующий аргумент: в отличие от максимизационной модели она не дает однозначных и устойчивых предсказаний экономического поведения. Р. Хайнер доказывает, что дело обстоит прямо противоположным образом. Субъект традиционной неоклассической микроэкономики должен адекватно реагировать на любое, даже самое незначительное, изменение окружающих условий, которое необходимо учесть, если хочешь достичь оптимума. Для того чтобы формализовать свою модель инерционного поведения, Р. Хайнер выводит формулу так называемого универсального условия надежности. Это условие сводится к тому, что человек изменяет свое поведение, если степень надежности превышает некоторый допустимый предел, который равен отношению возможного убытка от не вовремя принятого решения к возможной выгоде от принятия своевременного решения. Таким образом, взвешивается как выгодность принятия решения, так и его вероятность. Концепция Хайнера исходит из модели принятия удовлетворительного решения:

решения принимаются лишь в тот момент, когда это надежно, а в других случаях человек просто никак не реагирует на новую, поступающую к нему информацию, хотя в случае удачи он мог бы получить дополнительную выгоду. Модель Хайнера объясняет относительную негибкость экономического поведения по сравнению с исходной моделью, а также феномен «порогов», хорошо знакомый психологам: поведение меняется лишь тогда, когда внешний раздражитель превышает некоторую пороговую величину.

В целом рациональность, описываемую в теориях Саймона, Хайнера и других, можно считать ограниченной лишь по отношению к неоклассическим предпосылкам. На самом деле это полноценная рациональность, распространяющаяся не только на результаты действия, но и на процесс принятия решений.

Следующая группа теорий целиком сосредоточивает свое внимание не на доступности информации, а на способности человека осмыслить ее. Эти теории не исходят из фиксированной степени рациональности экономического субъекта (абсолютной или ограниченной), а трактуют ее как переменную величину, определяют факторы, побуждающие человека больше или меньше думать. Это одна из разновидностей теории ограниченной рациональности. Наиболее известна из теорий этого рода теория Х-эффективности гарвардского профессора Х. Лайбенстайна.

Согласно Лайбенстайну степень рациональности (продуманности) человеческого поведения зависит от двух сил. Физиологическая (животная) природа человека требует от него экономить мыслительную энергию и душевные силы. Если бы поведение человека определялось только его физиологической природой, оно было бы минимально рациональным. Однако на практике этого не происходит, причины этого – общественная природа человека, стандарты и нормы, которые ставит перед ним общество. Эти требования отчасти проникают внутрь человеческой психологии. В определенных случаях общество требует от человека больших затрат физических и умственных сил. Таким образом, в реальной жизни происходит конфликт возвышенных стремлений и общественных (групповых) норм поведения с физиологическими потребностями человека и его стремлением к экономии сил. В результате достигается некоторая оптимальная для душевного комфорта индивида степень рациональности, с которой он решает хозяйственные вопросы и которая, естественно, далека от абсолютной рациональности, предусматриваемой исходной оптимизационной моделью. Отсюда следует, что никакая фирма в принципе не может полностью использовать интеллектуальный потенциал своих работников и достичь максимальной эффективности. Это явление, присущее любой экономической системе, Лайбенстайн и назвал Х-неэффективностью. Понятие Х-неэффективности имеет смысл только в сопоставлении с оптимальным уровнем, присущим системе общего равновесия в условиях полной и бесплатной информации, так что Лайбенстайн не отходит здесь слишком далеко от основного течения.

В рамках поведенческого направления можно выделить несколько наиболее известных, в большой степени самостоятельных школ.

К теории Лайбенстайна близко примыкает концепция одного из главных представителей французской школы экономической психологии П.-Л. Рейно[1]. Если Лайбенстайн остается в рамках традиционных проблем, трактуемых экономической теорией, П.-Л. Рейно выходит за эти рамки, рассматривая экономику лишь как поле приложения универсальной психологической теории и отбрасывая неоклассическую микроэкономику полностью. Согласно концепции экономической психологии, все типы экономического поведения можно проранжировать по уровню затрат умственной энергии. Чем более осознанным, рациональным является поведение, тем больше затрат энергии оно требует и тем менее охотно ведут себя так экономические субъекты. С другой стороны, полностью не осознанное поведение, когда человек просто «плывет по течению», почти не расходуя энергии, тоже, по мнению Рейно, не является типичным, ибо оно не обеспечивает человеку самосохранения. Переход экономического субъекта от одного типа поведения к другому осуществляется согласно экономической психологии не плавно, а скачкообразно, через «пороги», которые по интенсивности последующего изменения подразделяются на пороги разрыва и адаптации. Существованием таких порогов Рейно объясняет, в частности, феномен экономических кризисов: привыкшие «не думать» в ходе подъема экономические субъекты вдруг сразу начинают «шевелить мозгами», когда инерция поведения завлекла их уже слишком далеко по ложному пути, но, дав себе труд подумать, они приходят к правильному поведению, которое выводит их из кризиса.

Стимулом к написанию «A Behavioral Theory of the Firm» («Бихевиоральной теории фирмы»), одного из самых значительных сочинений по проблемам принятия решений в организациях, явилась убежденность Дж.Г. Марча и Р.М. Сайерта в том, что лучшее понимание современного процесса принятия решений требует, чтобы существующие исследования рыночных факторов были дополнены анализом внутренних операций фирмы, другими словами – объединения экономической деятельности и организационных исследований[2]. Эти идеи и связанная с ней исследовательская программа означали необходимость отказа от доминировавших в то время в обеих областях представлений. Однако в последующие годы работа авторов стала, говоря словами из предисловия ко второму изданию книги, «частью общепризнанной доктрины, в особенности в отношении подхода к фирме как к организации, являющейся средоточием многосторонних противоречивых интересов и использующей для осуществления действий в условиях ограниченной рациональности стандартные правила и процедуры».

[1] *Reynaud P.-L.* La psychologie economique. P., 1966; Idem. Precis dc psychologie economique. P., 1974.

[2] *Cyert R.M.* A Behavioral Theory of the Firm (1963), A Behavioral Theory of the Firm, second edn (1992; March J.G. Handbook of Organizations. Chicago, IL: Rand McNally, 1965; March J.G. Decisions and Organizations. Oxford: Basil Blackwell, 1988.

Процесс принятия решений

Процесс принятия решений, по крайней мере до появления книги Р. Сайерта и Дж. Марча и работ Г. Саймона, традиционно представлялся и теоретически описывался с помощью понятий преднамеренности, логических следствий и оптимизации. Предполагалось также, что принимаемые решения определенным образом базировались на таких предпочтениях, как желания и потребности, и ожиданиях, связанных с различными альтернативными результатами. Считалось также, что «лучшей из возможных» альтернатив (с точки зрения предпочтений и последствий) окажется та, которая будет выбрана. Этот набор предположений дополнялся понятиями о единстве лица, принимающего решение (таким образом, возникала возможность проведения исследований, позволяющих объяснить и/или предсказать человеческое поведение на уровне организации в целом). Использование данного, во многом основывающегося на анализе человеческих качеств подхода сопряжено с рядом проблем. В частности, одной из наиболее сложных представляется проблема, связанная со свойством обладания связанными, четко определенными предпочтениями. Противоположная точка зрения заключается в том, что принятие решений в организации подразумевает под собой участие нескольких действующих лиц, имеющих взаимно несовместимые предпочтения или цели (как результат базового разделения труда). Таким образом, для того чтобы справиться с этим и другими, в большей степени когнитивными ограничениями рациональности, организации необходима политическая система. Связанным с этой точкой зрения является представление о том, что предпочтения необязательно являются стабильными; по мере того как влияние принимающих решения лиц возрастает (в различных направлениях), они могут изменяться.

Таким образом, модель фирмы становится моделью изменяющихся многоцелевых коалиций интересов, в которых господствуют взгляды и предпочтения доминирующей в настоящий момент группы. В соответствии с этой точкой зрения цели фирмы не являются данностью, а устанавливаются в результате переговоров как внутри заинтересованных групп, так и между ними. В любой ситуации коалиция может иметь интересы как в фирме, так и вне нее; она может включать в себя администрацию, акционеров и государственных агентов, равно как и подразделения внутри организации.

Таким образом, эти ограничения рационального действия различными способами связываются с влиянием на процессы принятия решений.

В процессе разработки теории принятия решений Р. Сайерт и Дж. Марч сформулировали четыре основные концепции:

– квазиразрешения конфликта;
– уклонения от неопределенности;
– проблематичного поиска;
– организационного обучения.

Квазиразрешение конфликта описывает состояние дел, преобладающее в боль-

шинстве организаций в течение наиболее продолжительного периода времени и соответствующее, как отмечалось выше, подходу, в соответствии с которым они рассматриваются как коалиции преследующих различные цели участников. Очевидно, что такие конфликты требуют разрешения. Р. Сайерт и Дж. Марч убеждены в том, что противоречивость целей не мешает существованию и даже процветанию большинства организаций, а процедуры разрешения конфликтов не сводят цели до обычного уровня и даже не делают их согласованными. Исследователи утверждают, что конфликты разрешаются посредством использования локальной рациональности, правил обеспечения приемлемого уровня решений и последующего внимания к целям. Локальная рациональность подразумевает под собой, что, когда организация разбивается на отдельные подразделения, каждое из них сталкивается со специфическими проблемами и устанавливает ограниченный набор целей. Например, отделы сбыта или маркетинга прежде всего несут ответственность за связанные с реализацией продукции цели и стратегии. Каждый из них стремится быть рациональным с точки зрения этих локальных параметров, хотя, разумеется, «местнические» рациональности, как и цели, будут, по-видимому, взаимно несовместимыми. Сомнительно, чтобы эта идея разложения комплексных проблем на подпроблемы действительно способствовала бы преодолению конфликтов и нахождению совместимых друг с другом и с внешней средой решений. Разрешение конфликтов, как утверждают Р. Сайерт и Дж. Марч, зависит от двух других условий – правил решения относительно выбора приемлемого уровня и последующего внимания к целям.

Первое условие связано с допустимым для организации уровнем согласованности; если он оказывается низким, дивергенция является возможной, можно рассчитывать на то, что результат окажется, скорее, вероятным, чем оптимальным. Р. Сайерт и Дж. Марч утверждают, что организации действительно имеют слабые правила согласованности, таким образом, допускают в процессе принятия решений и местные рациональности, что объясняется двумя причинами. Во-первых, большое количество локальных решений в любом случае не будет противоречить друг другу; во-вторых, внешняя среда будет использоваться системой не в полной мере, в силу чего образуются ресурсы для преодоления любой несогласованности. Наконец, последующее внимание к целям описывает ситуацию, когда организации в различные моменты времени стремятся к разным целям. Авторы приводят в пример фирму, которая выпускала однородную продукцию, а затем пыталась удовлетворить потребителей за счет увеличения товарного ассортимента (при этом она решала первую задачу до начала решения второй). Такого рода «временной буфер» является эффективным способом преодоления проблем подобного рода.

Характерной чертой всех процессов принятия решений в организациях, причем такой, с которой организации достаточно легко «уживаются», является неопределенность. Источниками неопределенности для принимающих решения лиц могут быть поведение рынка, позиции акционеров и изменения в законодательстве. Для уменьшения ее степени необходимы используемые в процессе принятия решений

знания. По мнению Р. Сайерта и Дж. Марча, для уклонения от неопределенности организации используют различные стратегии (такие как предвидение будущих событий, установление правил принятия решений, когда акцент делается на краткосрочной реакции на сигналы обратной связи, устранение острых краткосрочных проблем и отказ от долгосрочного планирования будущих состояний). Они также избегают неопределенности будущих состояний внешней среды путем поддержания с оперирующими в ней субъектами стабильных договорных отношений. Другими словами, «они создают планы, стандартные процедуры действия, соблюдают отраслевые традиции и заключают позволяющие уменьшить неопределенность соглашения с субъектами внешней среды»[1]. Подобным образом организации пытаются справиться и с проблемами внутренней среды. Так, планирование или разработка бюджета могут рассматриваться в качестве последовательности соглашений между подразделениями. Что касается отраслевых договоренностей относительно установления цен, внутренние договоренности являются стабильными в течение срока их действия, следовательно, обеспечивают для каждого подразделения организации снижение степени неопределенности, которая обязательно возникла бы вследствие действий других подразделений. Проблематичный поиск связан с понятием ограниченной рациональности. Если организации действительно устанавливают приемлемые цели и выбирают первый соответствующий им вариант решения, поиск стимулируется проблемой и не является дальним регулярным поиском, не связанным с конкретными задачами. Если проблема стимулирует поисковое поведение, поиск рассматривается как мотивированный. Речь идет о достаточно бесхитростных действиях; поиск выполняется с использованием простой каузальной модели, если, конечно, менеджмент не инициирует более сложную.

В этих обстоятельствах поиск ведется в соответствии с двумя правилами. Прежде всего он осуществляется относительно симптомов проблемы или текущего решения. Предполагается, что причина проблемы и ее результат весьма близки, требуемое решение будет незначительно отличаться от уже принимавшихся. Разумеется, в случае необходимости принятия радикальных решений данная практика оказывает негативное влияние на поведение менеджеров. Если соблюдение этих правил не позволяет принять решение, возможны два дальнейших усовершенствования. Во-первых, могут использоваться более сложные каузальные модели; во-вторых, поиск может быть направлен на идентификацию слабых мест, открывающих новые возможности для организации, или осуществляться в политически слабых областях посредством создания новой коалиции.

Поиск является тенденциозным. Оценки состояния внешней среды являются отражением различий в подготовке, опыте и целях участников процесса. Последней концепцией является концепция организационного обучения. Было бы наивным предполагать, что процесс организационного обучения аналогичен индивидуальному. В то же время Р. Сайерт и Дж. Марч выяснили, что со временем организа-

[1] *Cyert R.M., March J.G.* A Behavioral Theory of the Firm. 2-nd ed. Prentice Hall, Englewood Cliffs, NJ, 1962. P. 167.

ции действительно демонстрируют адаптивное поведение. Более того, адаптация присутствует на всех трех этапах процесса принятия решения (таких как цели, правила внимания и поиска). Цели могут изменяться в соответствии с опытом, полученным в процессе решения других задач, а также по результатам анализа действий других организаций; организации также учатся направлять свое внимание на определенные элементы внешней среды, игнорируя остальные. Наконец, если поиск является проблемно-ориентированным, можно предположить, что его правила будут адаптированы (как следствие неудач проблемного поиска). Р. Сайерт и Дж. Марч утверждают, что предложенные ими концепции более полезны при исследовании процессов принятия решений в организациях, чем для разработки связанных с традиционными, основанными в большей степени на экономических идеях моделями поведения при принятии решений (впоследствии Дж. Марч и его коллеги определили раздел науки о поведении в процессе принятия решений как «мусорный бачок»).

Изучение современной организации и ее вклада в социальный и экономический прогресс инициировало проведение многочисленных эмпирических исследований и написание огромного количества книг. Исследование поведения в процессе принятия решений является крупнейшей и важнейшей составляющей этой деятельности, так как трансформированное посредством решений менеджеров и администраторов знание нередко оказывает огромное влияние на природу товаров и услуг, на которые мы создаем спрос, которые мы затем приобретаем и в конечном итоге потребляем. Именно принятие решений позволяет нам быть свидетелями действий или бездействия организаций, идентифицировать взаимосвязи различных интересов и рациональностей, поэтому при оценке результатов научной деятельности Р. Сайерта и Дж. Марча обязательно надо учитывать развитие нашего понимания этого комплексного явления и его исторического контекста. Р. Сайерт и Дж. Марч первыми осознали, что прежние исследования процесса принятия решений определенным образом игнорировали состояние внутренних организационных условий, основанные на разделении труда структурные свойства современных организаций, обусловливающие создание структурных единиц, решающих различные задачи и оперирующих в специфических внешних условиях, в силу чего возникают проблемы интегрирования и координирования действий. Понимание важности развития организационной теории наряду с осознанием ограничений традиционных экономических подходов позволило ученым разработать бихевиоральную теорию фирмы. В этом и заключалось их огромное теоретическое достижение, так как предложенные исследователями новые идеи расширили, развили и усложнили наши представления о процессе принятия решений. Пользуясь терминологией Дж. Марча и Р. Сайерта, можно сказать, что в процессе продвижения к пониманию наблюдаемого поведения упрощенный поиск доказал свою неэффективность, следовательно, возникла потребность в более полной и сложной модели.

Концепции Р. Сайерта и Дж. Марча послужили руководством для многих исследовавших *процесс принятия организационных решений* ученых и вошли в лексикон

и сознание как теоретиков, так и практиков менеджмента. Позднее эти разработки подтолкнули Р. Марча (как он пишет об этом во вступительной главе к «Decisions and Organizations», «Решения и организации», 1988) к поискам ответа на вопрос о том, действительно ли стимулированные работой «A Behavioral Theory of the Firm» (1963) последующие исследования процессов принятия решений являются, скорее, регрессом (если мы разделяем мнение о том, что научный прогресс выражается, в частности, в упрощении)? Исследования процессов принятия решений действительно подталкивают нас к признанию того факта, что рациональность является ограниченной, конфликты поистине имеют место, а поиск обычно оказывается бесхитростным. В то же время они позволили нам отказаться от представления о том, что в мире присутствуют лишь рационально действующие экономические субъекты. Выполненные учеными различных стран мира исследования в рамках рассмотренной нами концепции способствовали развитию как экономической, так и бихевиоральной теорий. Во многих отношениях ранняя работа Р. Сайерта и Дж. Марча установила стандарты и направление этих исследований. Теория Сайерта и Марча опирается на четыре группы предпосылок. Рассмотрим их.

1. **Квазирешение конфликтов.** Организация представляет собой коалицию, у членов которой есть свои цели, в значительной степени не совпадающие с целями организации. Поскольку цели или предпочтительные для каждого из членов организации альтернативы не могут быть реализованы, необходим механизм разрешения конфликта для достижения достаточной согласованности и последовательности более или менее независимых целей. Следовательно, цели организации – это компромиссное соглашение, которое достигается в результате сделок и обучения. Информация способствует снижению неопределенности при принятии решения, но не устраняет ее. Возникает вопрос: как, собственно, могут приниматься решения в условиях неопределенности целей и взаимосвязей между действиями и последствиями? Эта проблема фактически не рассматривается классической теорией, которая предполагает существование всеобъемлющей рациональной системы принятия решений. Сайерт и Марч объясняют, как в действительности принимаются решения. Они утверждают, что организации являются, скорее, адаптивно, чем всеобъемлюще рациональными. Организация должна приспосабливаться к целому ряду ограничений – из-за наличия разнообразных точек зрения и интересов тех, кто вовлечен в процесс принятия решений; неопределенности внешней среды и трудностей в сборе, накоплении и обработке информации.

Сайерт и Марч называют такие средства квазиразрешения конфликта, как:

а) *желаемый уровень достижения целей.* Способом разрешения конфликта может стать, скорее, установление некоторого «желаемого уровня достижения целей», нежели принятие формулы, требующей что-либо максимизировать или минимизировать. Такой уровень целей предъявляет довольно либеральные требования к участникам, так как предполагает лишь согласование целей и оставляет значительную организационную свободу для тех, кто стремится к достижению своих целей;

б) *последовательное достижение целей.* Является еще одним способом обойти проблему конфликта целей;

в) *локальная рациональность.* Утверждается, что подразделения организации должны принимать решения, ориентируясь лишь на свои функциональные цели, при этом не делается даже попыток системной оптимизации целей.

2. **Стремление избежать неопределенности.** Организации пытаются уклониться от принятия решений, связанных с риском и неопределенностью, рассматривая только неотложные проблемы и не разрабатывая долговременных стратегий. Кроме того, они стремятся достичь согласия с внешней средой и тем самым избежать неопределенности, возникающей при отсутствии такого согласия. Другими словами, они ищут «конвенциональную среду».

3. **Поиск проблем.** Сайерт и Марч утверждают, что планомерный поиск потенциальных проблем не является таким обычным правилом, как реагирование на уже возникшие проблемы и последующий поиск альтернатив для их разрешения. Найденные проблемы могут разрешаться не с помощью разработки альтернатив, удовлетворяющих целям, а путем пересмотра самих целей для реализации имеющихся альтернатив. Фирмы могут отыскивать проблему, так же как специалист ищет точку приложения своих знаний (правда, поиск может «давать перекосы», например, слабости часто обнаруживаются в противоположной области). Поиск стараются облегчить, применяя упрощенные правила и процедуры (например, новое решение ищут в непосредственной близости к традиционному, однако «перекосы» могут вообще ограничить поиск принципиально новых решений).

4. **Организационное обучение.** Организации «обучаются» в результате накопления опыта либо существующей, либо аналогичной системы. Они учатся приспосабливаться к более реальным целям, выявлять положительный опыт и извлекать из этого выгоду, изменять процедуру поиска, если она оказалась малоэффективной.

Ограниченная рациональность и отсутствие единоличной ответственности порождают и своеобразное явление, которое Сайерт и Марч назвали организационной расслабленностью (organizational slack), свойственной большим коалиционным организациям. Проявляется оно в том, что некоторые члены коалиции получают больше, чем минимум, необходимый для того, чтобы удержать их в организации: завышается зарплата, лишние привилегии получают управляющие; быстрее, чем это действительно нужно, растет бюрократический аппарат и т.д. Это означает, что организация заведомо не может максимизировать прибыль, так как факторы производства оплачиваются не по их предельной производительности. Но, с другой стороны, «подкожный жир», накопленный организациями в хорошие времена, позволяет им выжить во время неприятностей, когда отмена «лишних» выплат и привилегий не приводит к распаду фирмы.

В определенном смысле заключение не является ни необходимым, ни особенно уместным, так как темпы комплексных исследований современных организаций нарастают. Последователем данных взглядов стал, в частности, У. Старбук, кото-

рый проводил эксперимент: три человека, преследуя и собственные цели, должны были сотрудничать для достижения совместных результатов. Результаты опыта позволили сделать два основных вывода: во-первых, индивиды видоизменяют информацию, которую они передают, стремясь к получению вознаграждения, ожидаемого ими от альтернативных групповых действий; во-вторых, при этом в экспериментальной ситуации данные манипуляции не влияют на групповое поведение. Кроме того, в рамках общего проекта создания «A Behavioral Theory of Firm» / У. Старбук написал работу об уровнях притязаний, в основу которой легли разработанные Г. Саймоном понятия. Результаты этой работы были опубликованы в престижном журнале «Psychological Review» (Starbuck, 1963), посвященной критике представлений Л. Фестингера о том, что люди формируют свои притязания таким образом, чтобы максимизировать собственную субъективную выгоду. При этом Л. Фестингер рассматривал уровень притязаний в качестве исходной точки возникновения ощущений успеха или неудачи: действие, позволяющее превзойти исходный уровень притязаний, квалифицируется людьми как успех, а не обеспечивающее достижение этого уровня – как неудача. По мнению У. Старбука, согласно модели максимизации выгодности, люди должны были бы устанавливать свой уровень притязаний столь низким, чтобы любой результат мог трактоваться ими как успех. В то же время сам У. Старбук доказывал, что уровни притязаний изменяются в зависимости от продвижения к поставленной цели. Он также указывал на то, что люди формируют свои предпочтения «задним числом», так что их поведение и предпочтения находятся в постоянном взаимодействии.

Одним из родоначальников поведенческой экономики является Р.Д. Льюис, автор книги «Деловые культуры в мировом бизнесе»[1]. Р.Д. Льюис является крупнейшим в мире лингвистом и специалистом в области кросс-культурных исследований. Культурой он называет коллективное программирование мышления группы людей, которое оказывает влияние на поведение человека и той общности, к которой он принадлежит. Культура – продукт миллионов разумов, отфильтрованный сотнями поколений и представленный в виде устойчивых ценностей, верований и моделей общения. Зная особенности этого программирования, можно построить коммуникационную модель, которая позволит успешно общаться с представителями других культур.

Модель Льюиса предполагает пять этапов последовательных действий:

1) изучение особенностей программирования различных культур, включая свою;

2) разграничение кажущихся и действительных характеристик (избавление от ложных стереотипов);

3) подразделение культуры на три группы и установление, какая из групп ближе (определение своего культурного профиля);

4) анализ того, как те или иные культуры функционируют в различных ситуациях;

[1] *Льюис Р.Д.* Деловые культуры в мировом бизнесе / пер. с англ. М.: Дело, 2001.

5) сравнение культур, выделение у них общих черт и построение на их основе алгоритма достижения взаимопонимания (эмпатии).

Льюис убежден в том, что не существует неразрешимых межнациональных вопросов, несмотря на то что между представителями разных стран имеются недопонимание и различия в культуре. Используя одни и те же понятия, люди разных стран и культур часто вкладывают в них различный смысл.

Ученый привлекает внимание к культурным и национальным особенностям людей в неодинаковых обществах. Особый интерес автор проявляет к возможности «просчитать», как люди другого культурного сообщества будут реагировать на «наши предложения». По его словам, «мы сможем в определенной степени предсказать их отношение к нам»[1].

Как и другие представители западной культуры, Р.Д. Льюис ориентирован на прагматический эффект во взаимодействии людей с различными культурами. Это продолжение реализации бихевиористского подхода в международном бизнесе, которое наблюдается и в работах других авторов, например, американских ученых Дж. Гибсона, Дж. Доннелли-мл, и Дж. Иванцевича. Р.Д. Льюис сравнивает не только культурные особенности различных наций, но и особенности их мышления, характера взаимоотношений. Он дает свою классификацию культур, выделяя моно-, поли- и реактивные культуры. Россию Льюис относит к поликультурным странам, какими являются, к примеру, латиноамериканские страны. Однако отдельные положения теории Р.Д. Льюиса спорны, в частности о том, что русский язык применительно к менеджменту характеризуется в основном тремя стилями, такими как «принуждение – подчинение – подтасовывание результатов». На это обращала внимание В.А. Розанова[2]. Она отмечает, что в своей работе Льюис сознательно многократно проводит мысль о том, что для русских характерны мелкое жульничество, мошенничество. Подобное утверждение является оскорбительным для сотен тысяч россиян, это явление относится по большей мере к социальным проявлениям, хотя об этом можно спорить. Глава о России написана Льюисом очень сумбурно. Нет сомнений, что он не читал работы русского философа Н. Бердяева «Судьба России», глубоко проанализировавшего положительные и отрицательные черты русского характера. В. Розанова также отмечает, что написанная Р.Д. Льюисом книга о культурных различиях народов разных стран и возможностях их применения в бизнесе значительно уступает работам российских ученых, в частности книге В. и М. Сухарева «Психология народов и наций», которая более глубока по содержанию и аналитичности.

Работы М. Алле, французского экономиста, лауреата Нобелевской премии 1988 г., Г. Марковица, Д. Эльсберга и Р. Строца привнесли в экономику сомнение и неуверенность по поводу адекватности стандартных моделей поведения индивида в условиях риска и неопределенности данных реальной жизни. Главная задача, ко-

[1] *Льюис Р.Д.* Деловые культуры в мировом бизнесе / пер. с англ. М.: Дело, 2001.

[2] *Розанова В.А.* Рецензия на учебное пособие Р.Д. Льюиса «Деловые культуры в мировом бизнесе» / пер. с англ. // Управление персоналом. 2000. № 11.

торую решали эти ученые, состояла в демонстрации того, что основополагающие принципы и аксиомы нормативной теории выбора в условиях риска и неопределенности систематически нарушаются лицом, принимающим решение. Заметим, что своеобразная атака на основные элементы теоретического анализа исходила из среды самих экономистов и была выражена посредством четких формальных рассуждений и выводов, просто игнорировать которые уже не было возможности. В результате данные работы явились толчком к изменению господствующих представлений и переориентации усилий исследователей на объяснение полученных результатов путем изменения теории ожидаемой и субъективной полезности.

Начиная с 1950-х гг. на помощь экономистам в решении поставленных проблем теории выбора пришло значительное число психологов, работавших в сфере относительно молодого на тот период времени направления исследований – когнитивной психологии. Среди них необходимо выделить такие имена, как С. Лихтенштейн, Р. Льюс, П. Словиц, Б. Фисхоф, У. Эдварде, представители американской школы; А. Тверски и Д. Канеман, пионеры экспериментальных методов израильской школы; В. Гомульский, Р. Кетлинский и Ю. Козелецкий, представители польской школы, и др. Непосредственно для экономической теории научный вклад данной группы ученых заключался в том, что была проделана значительная эмпирическая работа, которая включала в себя наряду с систематическим экспериментированием накопление различных аномальных случаев. Большая ее часть была ограничена простыми экспериментами со ставками среди альтернатив, предусматривающих риск. Никто по большому счету и не надеялся на получение столь впечатляющих и значительных в научном плане результатов. Однако обнаруженные феномены и парадоксы оставили открытыми множество вопросов, в частности по поводу предсказательной способности теории ожидаемой полезности, значительное время доминировавшей в экономической литературе по теории выбора в условиях риска и неопределенности.

Развитию поведенческого подхода в значительной степени способствовал процесс аксиоматизации теории выбора, который предоставил возможность четкой формулировки как исходных предпосылок теории, так и ее следствий.

Д. Канеман и В. Смит за исследования в области принятия решений и механизмов альтернативных рынков стали нобелевскими лауреатами 2002 г. Теория перспектив Д. Канемана и А. Тверски помещает поведенческую экономику на более прочную опору свидетельств. Эта теория указала, что в фактическом человеческом принятии решений (в противоположность нормативному) «потери чувствительнее выигрышей». Кроме того, люди более сосредоточены на «изменениях» полезности своих состояний, чем на полезности самих состояний, а оценка соответствующих субъективных вероятностей заметно смещена относительно присущей каждому «точки отсчета»[1].

[1] *Канеман Д., Тверски А.* Рациональный выбор, ценности и фреймы // American Psychologist. 1984. Vol. 39. № 4. P. 341–350.

Классической работой Канемана и Тверски, представителей израильской школы «принятия решений», принято считать статью «Теория перспектив: анализ принятия решений в условиях риска», опубликованную в журнале «Эконометрика» в 1979 г. Данная работа является наиболее цитируемой в современной экономической литературе, касающейся вопросов принятия решений в условиях риска и неопределенности. Теория перспектив оказалась чрезвычайно востребованной в экономической науке. Во многом подобное положение дел объясняется тем, что в теоретическом анализе были задействованы факторы, характеризующие универсальные качества людей (или, если угодно, свойства человеческой природы), которые являются следствием процессов более высокого уровня физиологической организации, нежели приписываемая индивидам (в данном случае экономистами) способность выбирать наилучшую, оптимальную стратегию поведения. По утверждениям как самих авторов, так и их коллег теория перспектив появилась не на пустом месте. Канеман и Тверски умело обобщили уже существовавшие длительное время (некоторые – на протяжении 30 лет), находившиеся на виду первичные результаты исследований, причем проделали это в такой форме, которая оказалась востребованной для нужд экономической науки. Им удалось построить формальную модель, в которой различные элементы были сведены воедино. В статье Д. Канемана «Карты ограниченной рациональности: вклад психологии в теорию экономического поведения»[1] предлагается версия карты пространства ограниченной рациональности, характеристики которого заданы психологическими особенностями принятия решений с учетом риска потерь и возможных сожалений по поводу неправильных решений.

В своем эссе автор описывает пространство воспринимаемости, используя в оригинале понятия accessibility dimension, dimensionality of decisions and judgments и т.д. Однако это понятие, которое можно было бы перевести с английского как «измерение доступности, размерность решений», «пространство воспринимаемости», на самом деле трактуется как масштаб, так как Д. Канеман в своем изложении обозначает лишь одно измерение: «С одного конца вектора, задающего направление в этом пространстве, мы обнаруживаем операции, имеющие свойства восприятия и интуитивной Системы 1: они осуществляются быстро, автоматически и без усилий. С другого конца расположены медленные, последовательные, интеллектоемкие операции, которые люди осуществляют по своему разумению. Воспринимаемость – это континуум, а не дихотомия, и некоторые интеллектоемкие операции требуют больше усилий, чем другие». Именно эти способности, по мнению нобелевского лауреата, и определяют масштаб «пространства воспринимаемости». Данное концептуальное представление призвано способствовать формализации двухсистемного подхода, а также поискам ответов на вопросы, сформулированные в «Заключительных замечаниях», ответы на которые «часто указывают на суждения по поводу способа действий, свойственного большинству людей».

[1] *Канеман Д.* Карты ограниченной рациональности: психология для поведенческой экономики // The American Economic Review. 2003. Dec. P. 5–28.

В пространстве «решений и суждений» Д. Канеман рассматривает его когнитивный аспект, не затрагивая онтологического. В его примерах не анализируется специфика ситуаций. Однако именно этот – онтологический – аспект особенно важен для определения условий экономического анализа. Ведь, помимо того, что классическая теория предполагает принятие аксиом рационального выбора (невыполнение которых в большинстве реальных случаев доказывают в своих экспериментах Д. Канеман и его коллеги), она ограничивает рассмотрение принятия решений условиями ситуации рыночного соглашения, определенным типом благ, участвующих в рыночном обмене. Развиваясь, экономическая теория включает в рассмотрение все новые предпосылки. В области экономических феноменов Д. Канеман и А. Тверски разрушили «бастионы» непротиворечивости и навели посредством теории перспектив «мостик» эффективности в направлении психологии. «Точка отсчета» располагается в пространстве «психологии взрослых», которые действуют в четко определенной области рациональных решений, из каковой ранее экономисты старались не выходить. Однако практика все настойчивее подталкивала исследователей к границам этой области, пока не стали явственно различимы те самые «фреймы рациональности», о которых идет речь в нобелевской лекции. (Фрейм (англ. frame – «кадр», «рамка») – в самом общем случае структура, содержащая некоторую информацию.)

Д. Канеман и А. Тверски, сделав объектом своих исследований механизмы принятия человеком решений в условиях неопределенности, показывают в очередной раз, что нормативная теория и модель часто расходятся с реальностью.

Рассмотрим на примере организации розничной торговли, в каких именно случаях институциональная роль элиминируется, начинают действовать психологические факторы принятия решения, используемые в целях манипуляции потребительским поведением.

Предпосылкой работ Канемана и Тверски стало предложенное Г. Саймоном понятие ограниченной рациональности, вводящее понимание о последовательной реализации целей и задач экономическими агентами и об ограниченной способности определения целей и прогноза долгосрочных последствий «принимаемых ими решений, что обусловлено как их умственными способностями, так и сложностью среды, которая их окружает».

Человек, отправившийся за покупками в супермаркет, попадает в целый лабиринт с множеством рядов с прилавками и полками. Так как продукты в супермаркете лежат обычно разложенными по секциям и представлены в ассортименте, чтобы попасть от одного вида товаров к другому, подчас необходимо преодолеть немалое расстояние, за время прохождения которого внимание привлечется к новым товарам, купить которые, возможно, и не входило в начальные намерения покупателя. Построение супермаркета в виде лабиринта великолепно отражает «эффект обрамления», обусловливающий принятие решения о покупке новых товаров. Организация супермаркета, таким образом, создает новые условия задачи приобретения товаров.

Многие супермаркеты поддерживают осуществление покупок с помощью кредитных и дебетовых карточек. Данный факт воспринимается покупателями как шаг торговли навстречу к самому покупателю, т.е. с благодарностью; кроме того, доступность и легкость в обращении с такими карточками повышают частоту их использования. В действительности при оплате товаров с помощью карточек повышается склонность человека осуществлять дорогие, в том числе ненужные, покупки. Дело в том, что человек при обращении с карточками не отдает реальные «бумажки» или монетки, а расплачивается электронными деньгами, ощущение денег исчезает. Это сопутствует появлению «нереалистического оптимизма» (эффекта Ирвина) и невозможности оценки «реального богатства».

Многие атрибуты представленных на прилавках товаров воспринимаются нами интуитивно и бессознательно. Так, влияние контекста и использование «эффекта доступности» демонстрируется на примере расположения товаров на уровне глаз покупателей. В случае порядового расположения товаров можно порекомендовать ставить на уровне глаз наиболее дорогостоящие предметы потребления. Усиление только что указанных эффектов достигается при наклонном расположении полок с товарами. Как только человек берет товар с наклонной полки, вслед за ним к краю полки съезжает стоящий за ним товар. Таким образом, новый товар также попадает в поле внимания человека. Кроме того, ставить первый товар на прежнее место становится более затруднительно, он с большой вероятностью будет приобретен.

Целый ряд психологических эффектов используется фирмой «Tupperware» при организации специальных вечеров для своих постоянных и редких клиентов и потенциальных покупателей. Так, глубоко укоренившийся в нас стереотип «Бери, только отдавая что-либо взамен» (правило взаимного обмена) действует, когда покупателям предлагается какой-либо пробник или небольшой сувенир «в подарок». В реальности же это можно назвать «не-совсем-бесплатным-подарком», поскольку это стимулирует человека на дальнейшее приобретение товаров данной фирмы. В самом начале вечера у «Tupperware» гости получают подарки – сувениры, которые они сами вытаскивают из мешка («иллюзия контроля» ситуации). Впоследствии привлекательная улыбающаяся «хозяйка вечера», оживленно болтающая и подающая легкую закуску, ненавязчиво развлекает гостей, предлагая им поближе познакомиться с демонстрируемыми в ходе вечера товарами (эффект доступности). Контакт с физически привлекательной «хозяйкой», говорящей вам комплименты, вызывает позитивные эмоции и устойчивое чувство «Вы мне нравитесь». «Якорное» закрепление «хозяйки» и подарков по ассоциации с товарами «Tupperware» способствует их приобретению в дальнейшем и продвижению бренда «Tupperware» на рынке.

Продемонстрированные здесь примеры наглядно отражают роль психологических факторов в ситуации принятия решения при розничной торговле. Роль экономических институтов необходимо учитывать с принятием положения о необходимости анализа действия психологических факторов. Прописанные нормы и

правила часто нарушаются, санкции за это не всегда предусмотрены, а повышение неопределенности в сфере регулирования взаимоотношений экономических агентов нивелируется путем применения специальных приемов. На примере розничной торговли очевидно, как именно осуществляется манипуляция «нерационально действующим» потребителем, находящимся в ситуации выбора из альтернатив – благ, представленных на рынке.

Ограниченная рациональность человека, интуитивное принятие решений при невозможности или нежелании тщательно размышлять над ситуацией принятия решения используются в целях стимулирования покупателя осуществить максимальное число приобретений. Как заметил британский философ А.Н. Уайтхед, особенностью современной жизни является развитие цивилизации путем увеличения числа операций, которые мы осуществляем, без раздумий над ними. Причина популярности этой модели поведения индивида заключается в ее успешном и плодотворном эмпирическом тестировании на реальных данных. С помощью теории перспектив оказалось возможным логично объяснить различные виды аномального поведения экономических субъектов, которые были проанализированы в работе К. Камерера «Теория перспектив в реальной действительности: опыт использования в полевых условиях»[1]. Исследования, которые были обобщены Камерером, проводились в различных странах, поэтому говорить о том, что существуют значительные различия в восприятии явлений, связанных с риском и неопределенностью, между представителями различных наций, очевидно, не представляется разумным и обоснованным. По словам данного автора, его работа «описывает десять закономерностей, выявленных на основе естественно наблюдаемых данных, которые являются аномальными для теории ожидаемой полезности, но могут быть все объяснены с помощью трех простых составных частей теории перспектив – принципа уклонения от потерь, эффекта отражения и нелинейного оценивания вероятностей – наряду с предположением, что люди отделяют решения... от других проблем, с которыми эти решения могли бы быть сгруппированы». Наибольший интерес вызывает в данном случае то, что обнаруженные феномены относятся к различным сферам экономической деятельности (таким как финансовые рынки, страхование, потребительское поведение), тем самым свидетельствуя об универсальном характере моделей, предложенных сторонниками поведенческой экономики для их объяснения.

Перечислим и кратко охарактеризуем некоторые из них. «Головоломка о доходности капитала» (equity premium puzzle) связана со слишком высокой доходностью денежных средств, вложенных в акции, по сравнению с доходностью государственных облигаций или активов, не сопряженных с риском. «Эффект размещения» (disposition effect) сопряжен с тем, что индивиды чересчур долго владеют проигрышными акциями, т.е. ценными бумагами, падающими в цене, и в то же время слишком быстро продают акции, растущие в стоимости. Феномен «асим-

[1] *Camerer C.* Prospect Theory in the Wild: Evidence from the Field // D. Kahneman, A. Tversky (eds.). Choices, Values, and Frames. P. 288 – 300.

метричных ценовых эластичностей» возникает тогда, когда объем покупок является более чувствительным к увеличению цены по сравнению с ее эквивалентным снижением. Невосприимчивость к плохим новостям, касающимся располагаемого дохода, свойственна потребителям, которые не снижают достигнутый уровень потребления после поступления неблагоприятной информации о собственных доходах. Переоценка возможных потерь и выгод ведет к приобретению экономическими агентами завышенных в цене страховых полисов от нежелательных исходов, а также лотерейных билетов, притом, что ожидаемая полезность выигрыша, как правило, ниже стоимости самого билета.

Теория трансгрессии Ю. Козелецкого

Среди истоков поведенческой теории отметим работы польских экономистов, в частности Ю. Козелецкого[1]. Он разработал теорию трансгрессии. Особого внимания заслуживает взгляд ученого на природу творчества и деструкции. Он тоже исходит из того, что человеку присущи стремление к постоянному преодолению своих прежних достижений и результатов, желание выйти за пределы того, чем он обладает, называемое им трансгрессией. Именно благодаря актам трансгрессии, движению вперед люди расширяют свой мир, создают новые материальные и духовные ценности, развивают науку, технику, искусство. Одной из разновидностей трансгрессии является творчество. Трансгрессия создает возможности для возникновения новых форм, раздвигает границы человеческого познания, расширяет свободу индивида. Однако наряду с конструктивной, созидающей трансгрессией «человек предпринимает деструктивные действия, приводящие к разрушению прежних форм, соответствующих нормам культуры... Человек использует действия, направленные на узурпацию, часто стремится приобрести абсолютную, садистическую власть, пропагандирует экстремистские идеологии, направленные против человеческого общества, наконец, осуществляет деструктивные акты, подобные самоубийству». Таким образом, трансгрессия, по мнению Ю. Козелецкого, – это понятие, объединяющее в себе как созидательную (традиционно именуемую творчеством), так и разрушительную (деструктивную) деятельность. С точки зрения исследователя, трансгрессивная деятельность человека объясняется наличием у него губристической мотивации.

Отметим, что термин «губристический», введенный Ю. Козелецким, произошел от древнегреческого hubris – «наглость», «гордыня», «гордость», «самоуважение», «стремление к славе». В древнегреческой философии и литературе этот термин первоначально означал безудержную спесь и стремление к превосходству, вызывающие гнев богов. В настоящее время он утратил свое уничижительное значение, им стали описывать нормальные движущие силы личности.

[1] *Козелецкий Ю.* Психологическая теория решений. М.: Прогресс, 1979; Человек многомерный: психол. эссе. Киев: Лыбидь, 1991.

Ю. Козелецкий пишет, что само слово hubris расширяло свой смысл по мере взросления человеческой культуры. Автор называет губристической мотивацией стойкое стремление человека к подкреплению и повышению самооценки (собственной важности). Губристическая мотивация формируется у человека в обществе. Как указывает П. Кууси, люди постоянно стремятся к самоутверждению и соперничеству потому, что любой человек представляет собой неповторимую индивидуальность не только с точки зрения заложенной в нем генетической информации, но и по своему культурному достоянию, именно поэтому человек постоянно сравнивает себя с другими людьми и стремится завоевать авторитет. Уникальность любого человека обрекает его на непрестанное соперничество и борьбу за свое место в жизни.

Итак, человеку присущи «творческая сила», «стремление к трансгрессии», которые расширяют его свободу, позволяют ему воздействовать на окружающий мир, изменяя его, и самореализоваться – удовлетворить глубинную личностную потребность. Достичь этого можно путем совершения как созидательных, так и разрушительных действий. Одна из глубинных причин трансгрессии (как деструктивной, так и конструктивной) – это отчуждение человека от природы и мира в целом. Удовлетворение подобных стремлений, или «подтверждение собственной ценности», порождает удовольствие и вызывает гордость. Это выражается в повышении чувства индивидуальной безопасности, сохранении неповторимости личности и позволяет оптимистичнее смотреть на мир, придает жизни смысл. Ю. Козелецкий подчеркивает психологическое, антропологическое и биологическое значение губристической мотивации, или губристических интересов (он взаимозаменяет эти два понятия). Однако, как любое психологическое явление, губристическая мотивация имеет двоякую природу. Выделяют две формы губристической мотивации. У каждого человека присутствуют губристические мотивы, но, если некоторым характерно стремление к идеалу и такие люди не могут представить свою жизнь без постоянного движения к совершенству, другие предпочитают постоянно оглядываться по сторонам, сравнивая себя с другими и делая все для возвышения своего эго над окружающими.

Существуя в континууме «Превосходство – неполноценность», личность стремится повысить собственную самооценку путем возвышения себя над другими. В данном случае личность стремится «быть лучше других» или «сравняться с другими». Чем лучше его положение в сопоставлении с другими, тем полнее удовлетворяются его губристические стремления. Такие губристические мотивы называются *стремлением к превосходству.*

Вторая форма губристической мотивации, именуемая Ю. Козелецким *стремлением к совершенству*, имеет иную структуру. Человек подкрепляет или усиливает собственную самооценку благодаря постоянному совершенствованию своих достижений, повышению уровня совершенства, стремлению к мастерству. В этом процессе не важна шкала общественных сравнений – ведущую роль приобретают стандарты совершенства, создаваемые индивидом и влияющие на самооценку.

Если в школе для вас главным признаком успеха являлось большее количество пятерок в журнале, чем у соседа по парте, если на уроках физкультуры любой ценой надо было пробежать стометровку быстрее остальных, а в данный момент вам не дает покоя мысль, что все ваши бывшие одноклассники давно объездили всю Европу, а у вас до сих пор нет загранпаспорта, скорее всего вы склонны проявлять стремление к превосходству. Конечно, индивида можно поздравить, если карьеризм, конкуренция и перепрыгивание через головы сотрудников – не его конек и он вполне доволен тем, что занимается любимым делом, пусть не очень прибыльным и не приносящим такого желаемого всеми карьерного роста, зато он добился огромных результатов в нем, он постиг его в совершенстве, добился в нем мастерства. В жизни для него главное – стремление к совершенству, только не надо переоценивать свои возможности в поисках идеала.

Кроме того, Ю. Козелецкий прояснил психологические подходы к принятию решений. Он выделил четыре этапа в процессе принятия решения, такие как:

• создание субъективного представления о задаче;

• оценка последствия принятия альтернативных решений;

• прогнозирование условий, определяющих эффективность при принятии альтернативных решений;

• принятие решения на основе выбора из всех рассмотренных альтернатив.

Допуская возможность мысленной процедуры принятия решения по Ю. Козелецкому, проанализируем психологические особенности осуществления отдельных этапов теории принятия решений.

Формирование субъективного представления о задаче, которую предстоит решить, может происходить лишь в том случае, если задача окажется актуальной для данного субъекта. Решение задачи должно входить в область его интересов, обязанностей, амбиций и т.п. При этом субъект может принять задачу, если ее решение, на его взгляд, может способствовать самоосуществлению, самосовершенствованию, либо удовлетворению потребностей какого-либо уровня (от физиологического, безопасности, аффилиации до самоактуализации), как минимум.

Уровень потребностей личности в значительной мере зависит от уровня развития интеллекта. В то же время интеллект субъекта позволит ему объективно («трезво») оценить задачу.

Принятие задачи непосредственно связано с системой мотивов субъекта к деятельности, общению, познанию.

После принятия решения субъект начинает перебирать (оценивать) альтернативные способы, пути решения проблемы. На данном этапе принятия решения исключительно значимым является аналитический ум субъекта.

Принятие решения, как правило, направлено на достижение результата, успеха в конкретной деятельности. Успех в любой сфере деятельности зависит не только от способностей, навыков, знаний, но и от мотивации достижения. Человек с высоким уровнем мотивации достижения настойчиво работает, стремясь достичь намеченных целей.

Уровень мотивации в деятельности и принятие решения определяются:

• значимостью достижения успеха;

• надеждой на успех;

• субъективной оценкой вероятности достижения успеха, субъективными эталонами достижения.

Субъект с мотивацией достижения успеха попытается найти оптимальный вариант решения проблемы, будет отвергать слишком сложные и очень легкие пути, которые предположительно могут привести к успеху в решении проблемы. Мотивация достижения определяет преимущества и ограничения, присущие личности как субъекту саморегуляции и лицу, ответственному за принятие профессиональных решений.

Субъекты с сильной мотивацией успеха отличаются:

• стремлением достичь высоких результатов (успехов);

• стремлением делать все как можно лучше;

• выбором сложных заданий и желанием их выполнить;

• стремлением совершенствовать свое мастерство.

Субъекты с мотивацией избегания неудачи обычно выбирают наиболее легкие возможные пути достижения успеха. Уровень субъективного «акме» у них довольно низкий. Оценка последствий альтернативных решений необязательно происходит в процессе интеллектуальной активности с опорой на знания, умения и способности. Выбор способа решения проблемы может быть стимулирован эмоциональным состоянием субъекта, под влиянием авторитетного, обожаемого человека, в состоянии эйфории, без учета собственных возможностей и ситуационных обстоятельств. Таковыми являются выборы с расчетом на «шанс» («авось»). Мотивы достижения успеха или избегания неудачи являются личностными переменными и обусловлены базовыми характеристиками личности, такими как самооценка, направленность, ценностные ориентации, притязания и др.

Каждый принимающий решение должен быть готов к тому, что реализация принятых решений может привести к неудачам. Неудача, как правило, является следствием действия личностных факторов: низкого уровня мотивации, отсутствия компетентности, а также игнорирования объективных условий – материальной, общественной и психологической реальности. Причиной неудачи могут быть необоснованный оптимизм в принятии решений, переоценка собственных возможностей. Достижению успеха при реализации принятого решения мешает и то, что большинство людей ориентированы на быстрый успех. Необходимы длительная мотивация, увлечение процессом деятельности. Конструктивная реакция на неудачу усиливает мотивацию. Человек, осознав собственные неудачи, увеличивает расход энергии и времени на достижение цели. Неудача в случае конструктивной реакции на нее закаляет характер, увеличивает настойчивость и уровень мотивации. Деструктивная реакция на неудачи может привести к снижению самооценки, формированию комплекса неполноценности, беспомощности, дезорганизации активности, отказу от деятельности.

Качество принимаемого индивидом решения зависит от уровня его притязаний. Индивид с высоким реалистичным уровнем притязаний уверен в ценности своих действий при принятии решений. Принятие им решений связано с наличием устойчивых жизненных планов, со стремлением к самоутверждению, ответственностью и готовностью к коррекции неудач за счет собственных усилий.

Индивид с нереалистичным уровнем притязаний отличается повышенной требовательностью к другим и готовностью обвинять других в своих неудачах, инфантильной аффективностью, неспособностью подчиняться решениям других. Такие личностные качества обусловливают низкое качество и нереалистичность принимаемых им решений. Умеренный уровень притязаний является условием принятия индивидом реалистичных, неамбициозных решений. Люди с таким уровнем притязаний уверены в себе, настроены на успех, соразмеряют свои усилия с ценностью достигаемого.

Люди с низким уровнем притязаний неспособны принимать серьезные решения, склонны к подчинению другим, часто беспомощны, осознают свои невысокие возможности, не имеют ясных представлений о перспективах своей жизни.

Проблема принятия решения всегда связана с проблемой риска, так как реализация принятого решения, как правило, происходит в условиях некоторой степени неопределенности. Неопределенности возникают из-за невозможности точного прогнозирования результатов действия и взаимодействия ситуационных и диспозициональных (личностных) факторов. Вероятностный характер достижения эффективности реализации принятых решений можно интерпретировать со ссылкой на «теорию проспектов» А. Тверски и Д. Канемана, представителей когнитивной психологии. Эта теория позволяет рассматривать анализ процессов психологической регуляции выборов решений из альтернатив с заранее известными вероятностями, обеспечивающих субъективную вероятность наступления событий, а также их субъективную ценность. Последствия принятия решения могут быть негативными. В таком случае отношение к принятому решению можно определить в соответствии с теорией когнитивного диссонанса Л. Фестингера:

- изменить или аннулировать решение;
- изменить привлекательность имеющихся альтернатив решения;
- выявить совпадающие когнитивные элементы альтернатив, чтобы убедиться в том, что при помещении альтернатив в новый контекст они могут привести к одному и тому же результату.

Реализация любого, даже тщательно взвешенного решения с учетом действия всевозможных факторов всегда связана с определенным риском. Интеллектуальный потенциал принимающего решение может снизить уровень риска, но не может его исключить. В связи с этим в процедуре реализации решения следует предусмотреть возможность развития событий в альтернативных направлениях. Одним из ведущих, мотивирующих начал принятия решения для проявления активности в жизнедеятельности человека являются его потребности, обусловленные ценностными ориентациями. Для определения особенностей принятия решения

при реализации инноваций в образовании следует проанализировать результаты обследования преподавателей на предмет выявления у них ведущих ценностных ориентаций. Данные обследования мотивационных тенденций преподавателей с помощью опросника А. Эдвардса (Edwards Personal Preference Schedule), определяющих ценностные ориентации, получены Т.В. Корниловой (2003). Обнаружено, что наиболее предпочтительными для преподавателей оказались мотивационные тенденции оказания опеки (1-е место), достижения и автономии (2–3), стойкости в достижении цели (4). Разница в средних значениях показателей по данным тенденциям составляет примерно 1 балл (от 17,5 до 16,5 при максимальном значении в 20 баллов). Наименьшие значения показателей оказались по ценности принятия авторитетов (15), демонстративности (16). В соответствии с такими показателями при принятии решения о внедрении инновационных технологий в учебный процесс вуза необходимо ориентироваться на такие из них, которые обеспечивают условиями для оказания студентам помощи при поиске ими способов и средств решения учебно-исследовательской проблемы на основе развития у них мотивации достижения и самостоятельности, побуждают к активной деятельности для достижения цели. Развитие тенденции неприятия авторитетов следует оценивать как показатель критического мышления, что весьма ценно при выборе решения относительно принятия или отрицания предлагаемых другими авторами инновационных технологий обучения.

При принятии решения к внедрению инноваций в учебный процесс преподавателю необходимо разносторонне проанализировать все факторы, предположительно способные влиять на исход деятельности студентов и самого преподавателя. Кроме факторов дидактического и материального плана, в первую очередь необходимо учитывать готовность самого преподавателя и студентов к внедрению инноваций в учебно-познавательную деятельность (соответствие процедур инновационной деятельности индивидуально-типологическим особенностям студентов и преподавателя). Преподавателю необходимо знать, для какой части студентов окажется приемлемой инновация в учебной деятельности. В распоряжении преподавателя должны быть результаты психодиагностического обследования студентов. Часть студентов может оказаться невосприимчивой к динамическим требованиям инновационных процедур, таким как темп, скорость, интенсивность выполнения действий. Для некоторых студентов, чаще всего интровертов, неприемлемыми окажутся игровые технологии обучения. Специфические особенности любой инновационной технологии обучения могут не соответствовать индивидуально-типологическим особенностям той или иной части студентов, поэтому при принятии решения о внедрении инноваций в учебный процесс преподавателю необходимо позаботиться об индивидуализации реализации программ инновационных технологий. Проблема личной ответственности преподавателя за принятие решения относительно внедрения инновационных технологий в учебный процесс связана с возможностью реализации собственного интеллектуального потенциала и возможностей студентов. Кроме того, необходима нравственная регуляция

процедуры внедрения инноваций, чтобы предотвратить возможность нанесения ущерба студентам, на состояние и самоощущение которых может повлиять принимаемое решение.

Исследователь поведенческой экономики Д. Ариэли, автор книги «Предсказуемо иррациональны», используя классические визуальные иллюзии и свои, весьма неочевидные, а иногда просто удивительные, исследования, показывает, насколько индивиды далеки от предполагаемой рациональности принятия собственных решений. Часто бывают ситуации, когда головой мы знаем, как лучше и разумнее было бы сейчас поступить, но при этом ведем себя противоположно. Д. Ариели, специалист в области поведенческой экономики, изучал такие случаи, выясняя причины и мотивы наших иррациональных поступков, о чем и рассказывает в другой книге[1]. Он предлагает использовать полученные знания о природе человеческой иррациональности, извлекая для себя выгоду, ведь на самом деле иногда именно благодаря нелогичному поведению рождаются новые открытия. Почему высокое вознаграждение снижает наши шансы на победу и как с гарантией сделать работу бессмысленной – обо всем об этом и о других скрытых силах, определяющих наше поведение, рассказывает Д. Ариэли. Зная закономерности, которые он выявил, легче в дальнейшем принимать лучшие решения. Радость и печаль недолговечны. Вот мы добились своей цели: заработали денег на мечту, сделали приятную покупку. Долго ли после этого мы радуемся этому? Обычно не очень. Даже если это автомобиль, эйфория продолжается максимум месяц и сходит на нет. Негативные переживания по поводу неудач обычно продолжаются дольше, но благодаря действию механизма адаптации и привыкания они тоже недолговечны. Так как же продлить приятные ощущения, а негативные переживания сделать, наоборот, менее яркими? Исследования показывают, что для этого в приятном времяпрепровождении нужно делать паузы (оказывается, в этом плане при просмотре классного фильма реклама играет положительную роль), а в случае негативных эмоций, напротив, быстрее проживать ситуацию (например, быстро выполнить рутинную работу). Полезны сформулированные Д. Ариэли практические советы к внедрению:

1) ставить амбициозные, волнующие цели, которые вызывают энтузиазм, но не являются слишком фантастическими или такими большими, что внутреннее волнение будет мешать их достигать;

2) заниматься только теми вещами, которые, помимо материальной компенсации, приносят моральную отдачу. В таких случаях есть понимание, зачем вообще это нужно;

3) для продления ощущений от приятной деятельности делать в ней паузы, а в случае скучных, неприятных занятий, наоборот, выполнять их как можно быстрее и за один раз.

Механизмы, разработанные человечеством в процессе эволюции, имели смысл лишь в прежние времена. Но с учетом разрыва между скоростью технологического развития и человеческой эволюции инстинкты и способности, которые прежде

[1] *Ариели Д.* Позитивная иррациональность. М.: ЭКСМО, 2010.

нам помогали, теперь начинают нам мешать. Принятие неправильных решений, которое в прежние времена могло доставлять людям незначительные неудобства, теперь начинает оказывать на их жизнь самое значительное влияние. Когда создатели современных технологий не могут осознать склонности человека к совершению ошибок, они начинают создавать новые и «улучшенные» системы в областях фондового рынка, страхования, образования, сельского хозяйства или здравоохранения, которые не принимают во внимание присущие им ограничения. Д. Ариэли называет эти технологии несовместимыми с человеком, следы которых можно заметить повсюду. Вследствие этого дело заканчивается тем, что люди начинают совершать неотвратимые ошибки, а иногда их провал сопровождается шумом и треском.

На первый взгляд, такая оценка природы человека выглядит удручающе, однако дела обстоят не так уж и плохо. Специалисты в области поведенческой экономики хотят понять корни человеческой слабости и найти более сострадательные, реалистичные и эффективные пути, позволяющие людям избегать искушения, проявлять больше самоконтроля и достигать своих долгосрочных целей. Для общества в целом может быть крайне полезным понимание, как и когда люди терпят неудачу. Это позволит создавать новые способы преодоления наших ошибок. «Когда мы начинаем лучше понимать, что же на самом деле управляет нашим поведением, а что уводит нас в сторону (будь то деловые решения, связанные с вознаграждением или мотивацией, либо личные вопросы, связанные с поиском счастья или партнера), мы можем лучше контролировать наши деньги, связи, ресурсы, безопасность и здоровье – как для себя лично, так и для общества в целом. Именно в этом и состоит истинная цель поведенческой экономики: если мы поймем, каким образом действуем на самом деле, сможем с большей степенью готовности изучать собственные предубеждения, лучше разобраться в том, каким образом они влияют на нас, а, следовательно, сможем принимать лучшие решения»[1].

Психология экономического и финансового поведения субъектов как отдельная дисциплина долго была на периферии экономического анализа, но финансовый кризис переместил ее в центр внимания экономистов и финансовых аналитиков. Чрезвычайно популярным стал труд Дж.А. Акерлофа и Р.Дж. Шиллера под названием «Spiritus Animalis, или «Как человеческая психология управляет экономикой и почему это важно для глобального капитализма?»[2] Рациональность была «расстреляна», приоритеты смещены. Исследования показали, что люди часто принимают решения, которые не в их интересах, или верят экономическим выводам экспертов, считая, что они заботятся о чужом кошельке. Книга Дж. Акерлофа и Р. Шиллера повествует о факторах, влияющих на экономику, которые не учитываются традиционной экономической теорией.

---

[1] *Ариели Д.* Позитивная иррациональность. М.: ЭКСМО, 2010.

[2] *Акерлоф Дж., Шиллер Р.* Spiritus Animalis, или Как человеческая психология управляет экономикой и почему это важно для мирового капитализма? М.: ООО «Юнайтед Пресс», 2010.

Монография вышла в свет в самый разгар финансового кризиса – в 2009 г. Отчасти это повлияло на ее широкий успех, ведь более удачным моментом для такой публикации могли быть только 1930-е гг.

Термин animal spirits (буквально «животный дух»), положенный авторами в заглавие книги, отсылает к трудам известного экономиста XX в. Дж. Кейнса. «Дух» олицетворяет собой некое иррациональное начало, присущее любому человеку и не позволяющее ему соблюдать ограничения популярных экономических моделей. Акерлоф и Шиллер приводят наиболее известные примеры видов нерационального поведения, в той или иной степени определяющих возможность возникновения финансового кризиса. Первый вид – доверие (примерный перевод английского слова confidence), предполагающее необоснованную веру в успех и позитивное развитие событий. Излишний оптимизм: рынок растет и дальше будет расти. Второй – злоупотребления и недобросовестность: преследуя корыстные цели, люди часто не могут остановиться. В этом смысле весьма показателен пример компании «Enron», которая пыталась выбраться из цепи одних бухгалтерских манипуляций за счет других, еще более опасных. Третий вид нерационального поведения – склонность недооценивать значение инфляции, названная авторами денежной иллюзией: многие склонны забывать о том, что деньги имеют не только номинальную, но и реальную стоимость, поэтому нередко рост зарплат на самом деле является лишь одним из последствий инфляции. Наконец, люди не доверяют статистике, но постоянно мыслят законченными историями (или «нарративом», по выражению Н. Талеба).

В результате распространенный слух об успешности некоего сомнительного дела становится популярным примером для подражания, а советы друзей оказываются важнее здравого смысла. Акерлоф и Шиллер утверждают, что в совокупности именно эти факторы приводят к возникновению новых «пузырей» на финансовых рынках. Они не предлагают конкретных рецептов выхода из кризиса, но призывают экономистов, политиков, банковских аналитиков и обозревателей обратить внимание на то, что общепринятые макроэкономические модели и популярные убеждения никак не учитывают иррациональности человеческого поведения. В подтверждение этих идей они приводят множество исторических фактов, примеров, результатов исследований и экспериментов.

Новейшие работы по поведенческой экономике – «Фрикономика» и «Суперфрикономика» С.Д. Левитта и С.Дж. Дабнера[1].

«Фрикономика» – книга со странным названием и еще более странным жанром (несколько статей на разные, слабо связанные друг с другом темы), однако «цепляющая» и, по мнению ее прочитавших, весьма полезная. Работа выделяется довольно нестандартными взглядами авторов и эпатажностью стиля. В отличие от всяких

[1] *Левитт С.Д., Дабнер С.Дж.* Фрикономика. Мнение экономиста-диссидента о неожиданных связях между событиями и явлениями. М.: Вильямс, 2007; *Левитт С.Д., Дабнер С.Дж.* Суперфрикономика. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2010.

новомодных теорий авторы «Фрикономики» начинают доказывать свои тезисы на цифрах и примерах. Представление о стиле данной работы дает характерная для ее манеры цитата: «У экономистов имеется одна любопытная привычка – они склонны описывать самые сложные явления с помощью цифр. Давайте, к примеру, рассмотрим, во что нам обходится спасение от вымирания полярных пятнистых сов. Согласно данным одного исследования, для защиты пяти тысяч сов необходимо прекратить лесозаготовительную деятельность в этом регионе, что приведет к прекращению дальнейшей деятельности по производственной цепочке. Прекращение бизнеса обойдется в 46 млрд долл., т.е. в 59 млн долл. на одну сову». Российские читатели оценили данную работу как средство для повышения умения правильно выбирать, фильтровать и оценивать информацию, а также абстрагироваться от общепринятых, навязанных обществом взглядов.

«Суперфрикономика» является продолжением первой работы данных авторов, нетрадиционно подходящих к экономике. Их подход можно назвать эмпирическим, но при этом авторы всегда полагаются на данные для нахождения ответа на свои вопросы.

Среди вопросов, которые они задают и которые рассматривают в своих книгах, встречаются такие: влечет ли увеличение количества полицейских к снижению уровня преступности; правда ли, что деньги выигрывают выборы (речь о США); почему в США был большой спад преступности в конце XIX в.; жульничают ли учителя на экзаменах учеников в школе, как это выяснить; почему крэкдилеры живут с родителями; действительно ли агенту по недвижимости выгодней продать ваш дом дороже; как, используя данные истории болезней пациентов, можно выяснить, кто является хорошим врачом, а кто нет; какую роль играют родители в воспитании детей и их последующем успехе; может ли имя, данное ребенку при рождении, повлиять на его успех в будущем; почему террористу-смертнику нужно страховать свою жизнь; что безопасней: пойти из бара домой пешком пьяным или сесть за руль и доехать на машине; что опасней для детей: хранящееся дома оружие или бассейн около дома; почему врачи плохо моют руки; какую пользу могут принести детские автокресла; каков лучший способ поймать террориста; как телевизор может стать причиной роста преступности; может ли кенгуру спасти планету; что общего имеют ураганы, сердечные приступы и шоссе смерти.

При поиске ответов на эти вопросы данные авторы отталкиваются от того, что у каждого человека есть стимулы поступать так или иначе. Затем они строят гипотезу относительно того, как можно проанализировать данные.

Усилиями этих исследователей строится образ экономиста как необычного, любопытного человека, который изучает окружающий мир, взаимодействие людей и событий в нем.

Для успешного ведения бизнеса одних только товаров уже недостаточно, утверждают авторы этой книги. Потребители, уставшие от стандартизированной продукции, стремятся получить товар, созданный специально для них, да еще и соответствующий их внутреннему миру, поэтому, по мнению авторов, в настоящее

время зарождается новая экономика – экономика впечатлений, ориентированная на ощущения потребителя. В контексте этой экономики авторы предлагают отказаться от традиционных отношений между компанией и клиентами, вместо этого компания должна стать «режиссером впечатлений», а клиенты – «зрителями» или «гостями».

В книге рассматриваются принципы успешной постановки впечатлений, а также театральные приемы, которые может использовать компания. Большое внимание уделяется чрезвычайно эффективному инструменту повышения потребительской ценности – массовой персонализации, а также формам потребительской уступки.

Итак, анализ истоков и различных направлений поведенческой экономической теории позволяет сделать вывод о том, что их появление неслучайно. Экономика как базис общества в процессе его перехода от индустриальной стадии к постиндустриальной интенсивно развивалась, охватывая все новые и новые области жизнедеятельности субъектов – индивидов, фирм и прочего, что послужило объективной причиной необходимости обновления, модернизации экономической мысли. Нужны были новые подходы, методы исследования – именно их и представила поведенческая теория. Результаты этих исследований в рамках поведенческой экономики находили практическое применение. Например, данные о потребительских настроениях (анализом которых занималась Мичиганская школа) используются в прогнозировании, в том числе в системе циклических индикаторов Национального бюро экономических исследований США и во многих других странах.

Глава 2

СПЕЦИФИКА МЕТОДОЛОГИИ ТЕОРИИ ПОВЕДЕНЧЕСКОЙ ЭКОНОМИКИ

Для серьезного изучения экономических проблем первостепенное значение имеют вопросы методологии – специфической области философских и научно-теоретических знаний. Внимание к методологии в настоящее время значительно возросло. Нельзя не отметить, что для западной экономической мысли второй половины прошлого столетия (XX в.) характерен так называемый «методологический бум». О чем свидетельствует:

1. Острая дискуссия по проблемам постпозитивизма в современной философии.

2. Образование научного сообщества экономистов-методологов.

3. Появление журналов «Экономическая наука и философия», «Экономическая методология» и др.; монографий под названием «Философия экономики» (например, Ю. Осипова).

4. В ведущих университетах Запада читаются курсы по методологии. Вышли учебники: Блауг «Методология экономики» (1994 г.), Калдуэл «Позитивизм: экономическая методология в XX в.» и др.

5. Морис Алле в книге «Экономика как наука» (1995 г.) писал, что изучение экономики как науки в ее нынешнем состоянии с точки зрения философской науки, видимо, плодотворно, ибо как любая молодая наука, экономика наталкивается на вопросы методологии.

6. В ВАКе в специальность 08.00.01 – экономическая теория с 2001 г. введена область научных исследований – методология экономической теории. Что отражает признание значимости этих проблем для современной экономической науки.

Методология состоит из двух составляющих: «метод» и «логос». Слово «метод» (от греческого methodos) обозначает способ достижения какой-либо цели, решения конкретной задачи; совокупность приемов или операций практического или теоретического освоения (познания) действительности. Слово «логос» (от греческого logos) обозначает одновременно и «слово» (предложение, высказывание, речь) и «символ» (понятие, суждение, основание) и является одним из понятий древнегреческой философии. В целом же методология – это система принципов и способов организации и построения теоретической и практической деятельности, а также учение об этой системе.

Доминирующая в настоящее время неоклассическая концепция экономики рассматривает человека как логически мыслящий автомат, который точно учитывает

доступную ему информацию и на ее основе принимает решения, максимизирующие его собственную выгоду и, соответственно, минимизирующие степень риска при достижении поставленных целей. Такое поведение принято называть рациональным. На основе этой исходной установки экономисты-неоклассики строят элегантные модели спроса и предложения, деловых циклов, работы налоговых систем, инфляции и т.д.

Но не все современные экономисты согласны с традиционными моделями. К ним, в частности, относятся сторонники относительно новой концепции в экономической науке, известной как behavioral economics – экономика поведения, поведенческая экономика, поведенческая экономическая теория, или бихевиоральная экономика. Принято считать, что ее идейные основы были заложены в статье двух американо-израильских психологов – лауреата Нобелевской премии по экономике 2002 г. Д. Канемана (Daniel Kahneman) и его многолетнего соавтора А. Тверски (Amos Tversky). Статья «Теория ожиданий: принятие решений в рискованных ситуациях»[1] появилась в 1979 г. в журнале «Econometrica». Авторы этой работы в серии экспериментов продемонстрировали, что живые люди отнюдь не склонны поступать в соответствии с предписаниями неоклассической экономики и часто демонстрируют склонность к абсолютно нерациональному поведению. Стоит отметить, что у Канемана и Тверски были предшественники (например, французский экономист М. Алле)[2], но статья этих ученых прозвучала сильнее (возможно, просто потому, что была опубликована в удачное время).

С тех пор подобные идеи обрели немало последователей, занявших очень престижные кафедры в американских университетах. В частности, они установили, что якобы иррациональное поведение отнюдь не хаотично. Оно подчиняется определенным моделям и потому вполне предсказуемо, во всяком случае в статистических терминах. Такой точки зрения придерживается и Д. Ариели (Dan Ariely), профессор поведенческой экономики в Массачусетском технологическом институте в Кембридже. В своей книге «Предсказуемо иррационален: Скрытые силы, влияющие на наши решения»[3] («Predictably Irrational: The Hidden Forces That Shape Our Decisions»), опубликованной в 2008 г., он пропагандирует данную концепцию.

Необходимо подробнее остановиться на персональном составе современных сторонников поведенческой экономической теории. По их собственному мнению, главными представителями первого поколения ученых, которые внесли существенный вклад в оформление поведенческой экономики в качестве самостоятельного направления исследований, были Д. Канеман, Д. Прелек, А. Тверски, Р. Чалер и Э. Шафир. Если быть более точным, по мнению специалистов, первой настоящей

[1] *Kahneman D., Tversky A.* Prospect Theory: An Analysis of Decision under Risk // Econometrica. 1979. Vol. 47. № 2. P. 263–292.

[2] *Allais M.* Le Comportement de l'Hom me Rationnel devant le Risque, Critique des Postulats et Axiomes de l'Ecolc Americaine // Econometrica. 1953.

[3] *Ariely D.* Predictably Irrational: The Hidden Forces That Shape Our Decisions. N.Y.: Harper Collins, 2008.

работой по поведенческой экономической теории стала статья Р. Чалера «К теории потребительского выбора»[1], которая была опубликована в 1980 г.

Творчество профессора Чикагского университета Р. Чалера заслуживает отдельного упоминания. Во многом именно благодаря его многолетней работе по поиску, сбору и систематизации аномальных явлений, феноменов, которые не поддавались бы удовлетворительному объяснению исходя из оснований ортодоксальной экономической теории, в настоящее время мы имеем возможность обсуждать данные проблемы, опираясь на солидный объем эмпирических, экспериментальных данных. Собственные многочисленные публикации Р. Чалера на эту тему (а также вместе с единомышленниками) регулярно появлялись на протяжении последних 20-ти лет в журнале «The Journal of Economic Perspectives», в котором данной теме был посвящен специальный раздел «Аномалии» («Anomalies)»[2].

Следующая группа ученых, на образ мышления и направление исследований которых оказали большое влияние вышеупомянутые личности, были Л. Бэбкок, К. Камерер, Дж. Левенштейн, М. Рабин и К. Экель[3]. Данный список имен, в свою очередь, может быть продолжен именами их молодых учеников, которые также продолжают работать в данном направлении. Сами они называют представителями поведенческой экономической теории тех экономистов, кто находит новые идеи для последующего теоретизирования в области психологии. Свою основную задачу они видят в том, чтобы со временем их исследования стали рассматриваться другими учеными в качестве одной из составных частей экономической науки, а название – «поведенческая экономическая теория» – лишилось своего нынешнего символического значения.

Кроме вышеупомянутых деятелей науки, значительную роль в развитии поведенческой экономической теории сыграли ученые, известные своими работами в других областях исследований экономической науки, которые оказывали идейную поддержку представителям нового направления. Среди них необходимо особо выделить такие имена, как Дж. Акерлоф, П. Даймонд, Р. Зекхаусер, С. Уинтер, Б. Шиллер, К. Эрроу и др. Все они выполнили важную миссию по распространению идей поведенческой экономической теории, так как публиковали работы, которые прямо или косвенно свидетельствовали о смягчении ортодоксальной точки зрения.

Наконец, в данном контексте нельзя не упомянуть о двух представительных конференциях, которые прошли в США в 1986 и 1996 гг. и были посвящены одной теме – «Поведенческие основания современной экономической теории». По составу ученых, принимавших участие в их работе и последующих итоговых публи-

[1] *Thaler R.* Toward a Positive Theory of Consumer Choice // Journal of Economic Behavior and Organization. 1980. Vol. 1. P. 39–60.

[2] *Thaler R.* Mental Accounting Matters // Journal of Behavioral Decision Making. 1999. Vol. 12. P. 183–206.

[3] Advances in Behavioral Economics / ed. by C.F. Camerer, G. Loewenstein, M. Rabin. Princeton, 2003.

кациях, можно было сделать вывод о том, что данная проблема уже прочно заняла свое место в ряду задач магистрального направления исследований экономической науки[1]. Тот факт, что курсы по поведенческой экономической теории появились и существуют в настоящее время практически во всех ведущих университетах мира, является еще одним свидетельством признания перспективности этого течения.

Бесспорно, диалектика неоклассической экономики выразилась в формировании современной экономической теории. Критика классической политэкономии направлена на те допущения, которые предполагаются за основу теории. Одно из таких допущений, которые ставятся под сомнение, – это рациональное поведение потребителя. Под рациональностью экономическая теория понимает максимизацию целевой функции при существенных ограничениях. Полагается, что любой индивид стремится получить максимум выгоды, пользы, удовольствия от потребляемых благ, а принцип рациональности закладывается в качестве основного объяснения особенностей экономического поведения. Это заложено в модели «экономического человека» А. Смита, согласно которой предполагается, что в одних и тех же условиях люди будут поступать одинаково рационально. Однако это не всегда так. Это связано с несколькими факторами. Во-первых, рациональность оценивается различными народами по-разному[2]. То, что рационально, правильно для одних этносов, может быть нерационально для других. Иррациональность, или этническая рациональность, определяется индивидуалистическим или коллективистическим характером менталитета народа, который формируется под влиянием экономических, религиозных и иных детерминант. Во-вторых, реакция на две в экономическом отношении одинаковые ситуации будет различной из-за политических, религиозных, климатических и множества других неэкономических детерминант[3], т.е. для сохранения превосходства экономического фактора все остальные сводятся к случайным условиям, в которых экономические мотивы действуют в качестве причин. Модели классической политэкономии абстрагируются от таких факторов, условий и причин и считают поведение индивида в определенных условиях идеальным относительно исследуемого явления. В-третьих, ассиметрия реакции на изменение благосостояния предполагает, что ощущения человека от потери и выгоды несимметричны: степень удовлетворения от приобретения гораздо ниже степени расстройства от потери, поэтому люди готовы рисковать ради того, чтобы избежать потерь, но не склонны к риску, чтобы получить выгоду[4], т.е. поведенческая экономика – это отрасль экономической теории, учитывающая в

[1] The Journal of Business. 1986. Vol. 59. № 4. P. 2: The Behavioral Foundations of Economic Theory.

[2] *Карнышев А.Д.* Этнокультурные критерии рациональности / нерациональности экономического поведения // Психология в экономике и управлении. 2010. № 1. С. 77.

[3] *Вебер М.* «Объективность» познания в области социальных наук и социальной политики // Культурология. XX в.: антология. М., 1995. С. 560.

[4] *Канеман Д., Тверски А.* Рациональный выбор, ценности и фреймы // Психологический журнал. 2003. Т. 24. № 4. С. 32.

явном виде психологические особенности человеческого восприятия, суждения и действия. Учет этих особенностей дает возможность улучшить объясняющую способность экономической теории путем введения дополнительных предпосылок о поведении агентов, переходя от «избитой» предпосылки о рациональных агентах, максимизирующих полезность как единственно возможной основы экономической теории, к более реальным ситуациям и, соответственно, построению моделей с более высокой объясняющей способностью.

Однако немногие экономисты прошлого поднимали вопросы, касающиеся психологических принципов поведения, влияющих на принятие индивидуумами экономических решений, поэтому вряд ли можно сказать, что данное направление активно развивалось вплоть до начала XX в.

Во время Великой депрессии небольшая группа экономистов, включающая в себя таких ученых, как В. Парето и И. Фишер, начала писать о необходимости учета человеческого фактора в принятии решений. Так, Фишер указывал в «Теории процента»[1] на необходимость учета психологии при анализе сглаживания потребления экономическими агентами: помимо прозорливости и ожиданий относительно собственной продолжительности жизни, агентами руководят еще и мода, озабоченность жизнью других людей, привычка.

Как было отмечено выше, наиболее знаковой работой в данной области стала публикация А. Тверски и Д. Канемана «Prospect theory: An analysis of decision under risk», где авторы применили психологические методы для объяснения провалов теории, использующей предпосылку о рациональности экономических агентов при принятии решений. Как было отмечено выше, первая научная конференция, посвященная именно поведенческой экономике, прошла только семь лет спустя в Чикагском университете, объединив психологов, экономистов и социологов. Уже в 1988 г. Х. Шефрин[2] предложил концепцию «жизненного цикла поведения» сбережений, когда люди не сглаживают свое потребление в течение жизни, а, наоборот, предпочитают потреблять немедленно. В конце XX в. появляются уже отдельные номера в ведущих журналах, полностью посвященные поведенческой экономике. Наконец, в 2008 – 2009 гг. возникает целый ряд работ, выводящих мировой финансовый кризис именно из поведенческих особенностей рыночных стратегий индивидуальных инвесторов.

В рамках поведенческой экономики решаются следующие проблемы экономической теории[3]:

а) не соответствующая реальности предпосылка об аксиоме независимости для теории ожидаемой полезности: для определения выбора потребителя недостаточно знать только набор альтернатив – необходимо еще учитывать ситуацию, когда

[1] *Fisher I.* The Theory of Interest. N.Y., 1930.

[2] *Шлиссер Э.* Экономическая теория и эксперимент: И. Ньютон, М. Фридмен и В. Смит // Вопросы экономики. 2007. № 3. С. 55–70.

[3] Материалы лаборатории экспериментальной и поведенческой экономики Национального исследовательского университета Высшей школы экономики. URL: www.epee.hse.ru.

было принято решение, поскольку агент может по-разному оценивать свои выигрыши и потери в зависимости от условий среды, в которой он сейчас находится;

б) предпосылка об однородности всех товаров (эффект начального запаса: агент ценит блага, которые были у него изначально, больше, чем те, которые он может приобрести в результате обмена; таким образом, возникают нестандартные ситуации вокруг точки начального запаса);

в) несовершенство человеческой памяти и вычислительных способностей, чреватое недостижением наилучшего возможного результата;

г) проблема дисконтирования (в реальности агенты более сфокусированы на краткосрочных интересах, чем на планировании дальнего горизонта).

Признавая, что экономическое поведение складывается не столько под влиянием расчетов, сколько под воздействием воли экономических субъектов и восприятия, толкования ими наблюдаемых событий, мы тем самым свидетельствуем, что психологический фактор в оценках и действиях людей играет определяющую роль в экономике. Этот вывод справедлив в отношении не только бытового хозяйствования, экономических действий рядовых граждан, но и экономической политики, стратегии предпринимателей, компаний, крупных корпораций, даже целых государств.

Поведенческая экономика признает, что в реальной жизни человек может действовать на неэффективных рынках с неполной информацией, принимать участие в финансовых пирамидах, ценить больше то, что он может заработать в кратко-, чем в долгосрочной перспективе, уделять недостаточно внимания общественным интересам, подчиняться нерациональным указаниям со стороны правительственных организаций. Все приведенные факты свидетельствуют о необходимости введения теории агента, неполностью способного проанализировать и спрогнозировать ситуацию. Поведенческая экономика подчас выявляет довольно забавные факты. Например, американцы покупают долгосрочные абонементы в фитнес-клубы, заранее зная, что будут ходить реже. Но, так как деньги уплачены, они все равно будут посещать занятия по фитнесу немного чаще, чем в случае покупки разовых абонементов. Следовательно, люди рационально переплачивают значительные суммы, чтобы заставить себя заниматься спортом.

Поведенческая экономика – это теоретическая отрасль науки, однако направления ее развития тесно связаны с другими отраслями экономики и, так сказать, «подпитываются» ими. К числу таких источников относятся[1]:

– нейроэкономика – изучение реакции различных участков головного мозга на окружающую среду и ее изменения, в том числе в экономических контекстах;

– поведенческие – изучение поведения животных (в конечном итоге мы все состоим из «плоти, крови и нейронов»; однако этот подход требует аккуратного применения);

[1] *Krishna V., Morgan J.* An Analysis of the War of Attrition and the All-Play Auction. Journal of Economic Theory. 1997. P. 343–362.

– компьютерные симуляции;

– проведение экспериментов.

Поведенческая теория использует своеобразные методы исследования, например:

1) описание конкретного процесса принятия решений в отдельных фирмах без попыток агрегирования;

2) проведение лабораторных экспериментов, в которых испытуемые ставятся в положение, приблизительно соответствующее реальным условиям принятия решений хозяйственными субъектами (главным образом – потребителями);

3) массовые опросы, проливающие свет на причины того или иного поведения предпринимателей или потребителей;

4) составление компьютерных программ, имитирующих реальные процессы принятия решений.

Поведенческая экономика изучает иррациональное поведение экономических субъектов в условиях неопределенности, когда познавательные способности индивида ограничены, а принятие решений затруднено[1]. Иррациональное поведение обладает свойством произвольной когерентности, что является следствием неправильно сделанного выбора, психологической самозащитой против признания собственной ошибки. Даже если изначально выбор в пользу определенного поведения или действия был случайным, когерентность дальнейшего поведения закономерна.

Методологической основой поведенческой экономики являются методы экспериментального исследования, благодаря которым удается более четко контролировать и отслеживать исследуемые переменные в поведении индивида, а при необходимости – и отделять ортодоксальное объяснение от альтернативных поведенческих концепций[2], т.е. если в реальном мире на любой анализируемый объект или процесс, как правило, действуют одновременно несколько факторов (необязательно экономического характера), в условиях эксперимента ученый может настроить условия окружающей среды таким образом, что в результате удастся оценить влияние каждого из этих факторов по отдельности, независимо друг от друга[3].

В экспериментальной экономике все эмпирические проверки теории требуют введения различных вспомогательных гипотез, необходимых для соответствующей интерпретации тестовых наблюдений[4]. Каждая проверка теории представляет собой комплексную проверку теории в условиях, определенных вспомогательными гипотезами, при этом вспомогательными являются исходные условия, все,

---

[1] История экономических учений: учеб. пособие / под ред. В. Автономова, О. Ананьина, Н. Макашевой. М., 2001. С. 236.

[2] *Coursey D.L., Smith V.L.* Experimental Tests of an Allocation Mechanism for Public, Private or Externality Goods // Scandinavian Journal of Economics. 1984. № 86. P. 468–484.

[3] *Левин А.* Нестандартная экономика Д. Ариэли // Троицкий вариант. 2008. № 6 (818). С. 12–13.

[4] *Смит В.* Экспериментальная экономика. М., 2008. С. 808.

что входит в гипотезу, т.е. вспомогательные допущения, действовавшие во время проверки теории. Вспомогательные гипотезы, не поддающиеся проверке, служат основой для дальнейших исследований.

Поскольку предполагается, что построение поведенческой теории и ее проверка должны осуществляться в ходе эмпирических исследований, особое внимание уделяется индуктивным методам, идущим от частного к общему.

Поведенческая экономика применяет и нормативные методы. Определив круг проблем и возможные варианты их решения, поведенческая экономика находит варианты поведения индивида и лучшую стратегию поведения, при этом построение нормативной концепции проходит такие этапы, как[1]:

1) поиск, документальное подтверждение и многократная экспериментальная или эмпирическая проверка обнаруженных феноменов, экономических явлений, которые представляются аномальными исходя из господствующих теоретических представлений ортодоксальной науки;

2) разработка альтернативной модели, способной объяснять, улавливать данные подмеченные точности в действиях экономических агентов, которая, в свою очередь, отличается от стандартной используемой теории, как правило, введением одной или двух дополнительных переменных, независимых аргументов, характеризующих психологические факторы, оказывающие серьезное влияние на поведение индивидов;

3) выведение нетривиальных, опровержимых следствий из новой предложенной модели и их проверка на реальных данных с целью установления ее предсказательной способности по сравнению с ортодоксальной версией.

Поведенческая экономика опирается на методологию теории ограниченной рациональности. Концепция ограниченной рациональности Г. Саймона ставит под сомнение тот факт, что фирма действует рационально, стремясь к достижению своей главной цели – максимизации прибыли[2]. В концепции Саймона фирма есть сложная организация, решения в которой принимаются ее членами коллективно, поэтому они не всегда рациональны, так как несут отпечаток личной заинтересованности членов фирмы и их неспособности предвидеть в полной мере последствия принимаемых решений. Саймон утверждает, что истинная цель фирмы состоит не в максимизации прибыли, а в нахождении приемлемых для всех ее членов решений.

Что касается индивида, для того чтобы максимизировать полезность, ему просто не хватает счетных способностей. Это связано с отсутствием у экономического субъекта достаточной информации и возможностей ее обработки. Процесс принятия решений в модели Саймона можно описать двумя главными понятиями – поиска и принятия удовлетворительного варианта (сатисфакции). Вопреки

[1] *Шлиссер Э.* Экономическая теория и эксперимент: И. Ньютон, М. Фридмен и В. Смит // Вопросы экономики. 2007. № 3. С. 55–70.

[2] *Саймон Г.А.* Теория принятия решений в экономической науке и науке о поведении // Теория фирмы / под ред. В.М. Гальперина. СПб., 1995. С. 96–104.

неоклассической теории у человека с его ограниченными информационными и счетными возможностями функция полезности имеет только три альтернативы – удовлетворительного, неудовлетворительного и безразличного вариантов. В результате хозяйственный субъект поступает следующим образом: поиск вариантов ведется до тех пор, пока не будет найден первый приемлемый (удовлетворительный) вариант, а затем прекращается. Приемлемость или неприемлемость варианта каждый определяет для себя сам. Саймон характеризует этот процесс с помощью заимствованной из психологической науки категории «уровня притязаний». Концепция уровня притязаний предполагает, что в каждый момент времени у человека есть некоторое представление о том, на что он может (имеет право) рассчитывать. Уровень притязаний зависит от предыдущего накопленного опыта подобного действия. Если предыдущая попытка была успешной, уровень притязаний поднимается вверх – человек ставит себе более высокую цель. В случае неудачи уровень притязаний опускается, поскольку человек начинает более критично относиться к своим способностям. Вариант считается удовлетворительным, если он позволяет человеку преодолеть уровень притязаний. Вместе с тем концепция ограниченной рациональности достаточно абстрактна для того, чтобы применить ее к широкому кругу явлений, поскольку использование ее на практике требует сложных формул и вычислений.

Поведение человека в условиях неопределенности репрезентативно, случайно. Решения, которые обычно принимаются в таких условиях, не соотносятся с теорией вероятности. Например, будущие доходы человек не способен оценить в абсолютном выражении – он оценивает их в сравнении с некоторым привычным уровнем доходов или со сложившимся уровнем, статус-кво. Более того, если человек принимает последовательность решений в условиях риска и неопределенности, он оценивает выгоды и потери по каждому шагу и никогда не интегрирует их в единую выгоду или убыток и не оценивает воздействие всей последовательности решений на свое благосостояние. Основными направлениями исследований поведенческой экономической теории в настоящее время являются следующие[1]:

– теория перспектив (теория рационального выбора индивида в условиях риска и неопределенности, теория неожидаемой полезности, выявленные типичные отклонения, стереотипы в поведении индивида, так называемые когнитивные эвристики);

– теория игр и теория торга (поведенческие теории игр, концепции «справедливого равновесия», «игры с ультиматумом» и «игры в диктатора»);

– теория аукционов, экспериментальное тестирование различных стратегий ценообразования в зависимости от разновидности аукциона (голландского, английского, американского) и выяснение степени подтверждаемости следствий традиционных моделей на реальных данных.

[1] *Павлов И.А.* Поведенческая экономическая теория – позитивный подход к исследованию человеческого поведения (научный доклад). М., 2007.

Взамен ранее существовавших теорий принятия решений, основывающихся на теории вероятностей, Канеман и Тверски предложили альтернативную, основанную на интерпретации результатов проведенных ими исследований, – теорию перспектив, или рационального выбора в условиях риска и неопределенности[1]. В своей основе теория перспектив опирается на три неотъемлемых свойства функции оценки простых рисковых лотерей или шансов. Данные свойства отражают психологические зависимости, характерные для различных индивидов в ситуациях выбора между простыми альтернативами, предусматривающими риск, такие как:

а) зависимость от исходного положения: оценка ценности действий определяется относительно исходного положения посредством анализа изменений;

б) уклонение от потерь: в случае убытков индивид оценивает ценность выбора отрицательной, в случае выигрышей – положительной;

в) уменьшающаяся чувствительность: предельная ценность как выигрышей, так и потерь уменьшается с увеличением их размера. Данное свойство является отличительной характеристикой и функции оценки, и функции взвешивания вероятностей.

Возможно, главное, на чем следует остановиться, рассматривая теорию игр, – это так называемая теория социальных предпочтений (theory of social preferences) и справедливого распределения. Наиболее простое объяснение можно получить с помощью стандартной «игры с ультиматумом» (ultimatum game)[2]. Эта простая игровая ситуация привлекла к себе огромное внимание ученых именно потому, что результаты экспериментальных исследований разительно отличались от предсказаний формальной теории игр, подразумевающей под собой следование индивида только своему личному интересу. Все дело в том, что, исходя из теории игр, второй игрок должен быть готов принять любое предложение о разделе денег, подразумевающее получение положительной величины, сколь бы угодно малой она ни была. Целью первого является стремление оставить себе в данном случае как можно большее количество денег. Однако, как показали данные множества однотипных экспериментов, проводившихся на протяжении последних лет разными группами ученых в различных странах, первоначальное предложение о разделе денег второму игроку в среднем составляло порядка 35 – 45% от общей суммы, а предложения менее 20% денег нередко отклонялись ответчиком, при этом максимальный размер общей суммы денег доходил до величины двух месячных зарплат[3].

Таким образом, и в области так называемой поведенческой теории игр уже разработан ряд альтернативных моделей, которые могут составить конкуренцию ортодоксальной теории (хотя бы в плане подтверждения реальных данных).

---

[1] *Канеман Д., Тверски А.* Рациональный выбор, ценности и фреймы // Психологический журнал. 2003. Т. 24. № 4. С. 31–42.

[2] *Guth W., Schmittberger R., Schwarze B.* An Experimental Analysis of Ultimatum Bargaining // Journal of Economic Behavior and Organization. 1982. Vol. 3. P. 367–388.

[3] *Thaler R.H.* Anomalies: The Ultimatum Game // The Journal of Economic Perspective. 1988. Vol. 2. № 4. P. 195–206; Camerer C., Thaler R.H. Anomalies: Ultimatums, Dictators and Manners // The Journal of Economic Perspectives. 1995. Vol. 9. № 2. P. 209–219.

В теории аукционов под аукционом понимается экономический механизм распределения товаров и формирования цен на те товары, которые выставлены к продаже[1]. В зависимости от свойств и характера товаров, которые будут проданы с аукциона, различают различные виды аукционов: английский (возрастающей цены), голландский (убывающей цены), запечатанного предложения, Викри.

Английский аукцион, наиболее распространенный тип, используется при продаже предметов искусства, вина, антикварных вещей. Вначале предлагается цена продажи, которая затем поднимается. Аукцион заканчивается, когда никто не готов увеличить цену дальше. Итоговая цена формируется как последняя максимальная цена, предложенная покупателями. Английский аукцион может быть:

а) прямым, когда продавец назначает свою цену, а борьбу между собой ведут покупатели;

б) обратным, когда покупатель устанавливает начальную максимальную цену, которую готов заплатить за товар, а продавцы делают ему свои предложения, постепенно снижая цену.

Голландский аукцион, или аукцион убывающей цены, означает уменьшение цены относительно первоначально заявленной. Аукцион проводится среди продавцов и продолжается до тех пор, пока никто не готов снизить цену дальше. Одно из основных преимуществ голландского аукциона – скорость, а весь процесс занимает относительно немного времени. Такие аукционы используются на цветочных рынках в Голландии.

На аукционе запечатанного предложения каждый участник представляет единственное предложение в запечатанном конверте. Победитель определяется при вскрытии конвертов, если предлагает самую высокую цену. Этот тип аукциона чаще всего используется для кредита рефинансирования и иностранной валюты среди другого (прежде всего финансового) места встречи.

Аукцион Викри аналогичен аукциону запечатанного предложения, когда претенденты представляют свои предложения в запечатанных конвертах. Участники аукциона не знают ставок друг друга, а право на покупку получает участник, предложивший максимальную ставку, но цена устанавливается на уровне второй максимальной ставки. Особенность этого аукциона – в истинности оценок ценности товара участниками аукциона.

В соответствии с классической теорией эквивалентности дохода все четыре аукционных типа должны привести к одинаковому уровню дохода продавца. Однако оценка ценности лота индивидуальна, поэтому размер средств, которыми готов пожертвовать покупатель, различна. Если товар личного потребления используется без намерений о продаже, его индивидуальная ценность будет невысока. В основе ценности таких товаров, как предметы искусства, антиквариата, лежит именно желание перепродажи, сохранения богатства, получения дополни-

[1] *Саймон Г.А.* Теория принятия решений в экономической науке и науке о поведении // Теория фирмы / под. ред. В.М. Гальперина. СПб., 1995. С. 89.

тельного дохода. Степень желания обладания каким-либо товаром определяет индивидуальный уровень цены, которую готов заплатить индивид.

Фактически и в голландском аукционе, и в аукционе запечатанного предложения участники торгов не обладают никакой информацией о ценах конкурентов, в случае победы претендент получает товар по той цене, на которую рассчитывал. Поэтому с точки зрения максимизации дохода не имеет значения, какой из этих аукционов выбирает продавец. С точки зрения снижения рисков со стороны покупателей, эти два аукциона не способны сэкономить средства. Поскольку у претендентов есть только один шанс предложить цену, страх перед потерей лота вынуждает назначить цену немного выше уровня индивидуальной оценки ценности товара. В английском аукционе и аукционе Викри претенденты вынуждены предложить цену своей оценки ценности товара независимо от отношений риска.

Таким образом, можно сделать некоторые выводы.

Традиционная экономика предполагает, что люди вполне рациональны, пусть не универсально, но, как минимум, в тех ситуациях, в которых они выступают в качестве участников рыночных отношений. Это означает, что они владеют (во всяком случае – могут овладеть) всей относящейся к делу информацией и на ее основе способны заранее просчитать и оценить последствия стоящего перед ними выбора. Благодаря этому они обретают способность принимать разумные и взвешенные решения. Конечно, такие решения могут оказаться и неверными, классическая экономика признает такую возможность. Однако она пребывает в счастливой уверенности, что мы способны эффективно учиться на собственных ошибках – и своими собственными силами, и с помощью и по принуждению того, что А. Смит называл невидимой рукой рынка. На базе этих предположений экономисты-классики формулируют далеко идущие выводы о самых разных аспектах современной жизни.

С этими постулатами решительно не согласны сторонники поведенческой экономики. С их точки зрения, так называемого рационального человека экономического не было, нет и скорее всего никогда не будет. Иррациональность глубоко и необратимо впечатана и в наше мышление, и в наше поведение. Самое главное в том, что она и не случайна, и не бессмысленна – напротив, вполне систематична и предсказуема. Мы постоянно отклоняемся от канонов рациональности даже в тех ситуациях, где они вроде бы должны править без всяких ограничений. Скорее всего такое поведение глубоко и прочно запрограммировано в структурах нашего мозга, а, возможно, и в генах.

Можно подумать, что стандартная экономика морально выше поведенческой, поскольку она воспринимает человека с куда большим оптимизмом. Но этот оптимизм покоится на мифах, к реальной жизни он отношения не имеет. Мнимый пессимизм поведенческой экономики – это просто незаслуженно навешенный ярлык. Умение видеть человека таким, каков он есть на самом деле, – признак не пессимизма, а реализма. И этот реализм вполне прагматичен. Признание неустранимой иррациональности человеческого поведения открывает путь к поиску действий

(например, в сфере финансовой или социальной политики), способных скорректировать эту иррациональность и ослабить ее негативные последствия для человека и общества.

Например, общеизвестно, что в последние годы американцы перестали откладывать на старость, сейчас они тратят больше, чем зарабатывают. Такое поведение, конечно, абсолютно нерационально, поскольку выплаты из общественных фондов никак не обеспечивают нормального образа жизни. Можно не замечать этой тенденции, а можно (что и делают специалисты по поведенческой экономике) задуматься над тем, какими способами фирмы-работодатели, банки, кредитные компании и государственные власти могут реально помочь людям разумнее распорядиться их доходами.

Можно вспомнить пример, приведенный Д. Ариэли, который отмечает, как одна крупная компания, действуя по совету университетских консультантов, предложила своим сотрудникам автоматически вкладывать в пенсионные фонды определенный процент будущих повышений окладов. Эта рекомендация основывалась на результатах экспериментов (естественно, проведенных поведенческими экономистами), которые показали, что люди куда охотнее расстаются с теми деньгами, которых они еще не имеют, но надеются иметь. Она прекрасно сработала: в течение нескольких лет доля зарплат, отчисляемых на пенсии, выросла с 3,5% до 13,5%[1].

Таким образом, можно заключить, что «человек экономический» не настолько совершенен, каким его считает классическая экономика, но вполне способен к самоулучшению. По крайней мере в это верят адепты поведенческой экономики.

Поведенческая экономическая теория повышает объяснительную способность традиционной теории за счет более реалистичного психологического обоснования исходных предпосылок анализа. Необходимо отметить, что это вовсе не означает отказа от неоклассического подхода, а именно – от концепции максимизации полезности, общего экономического равновесия и эффективности. Напротив, сторонники бихевиоральной теории берут за исходную точку одну из версий ортодоксальной теории и считают, что неоклассический подход уже доказал свою плодотворность при объяснении множества всех мыслимых видов экономического поведения, а также при выдвижении опровержимых гипотез. В данном случае все дело в том, что неоклассика скорее всего исчерпала методы экстенсивного развития в качестве научной парадигмы (за счет распространения на области знаний, традиционно не считавшихся ее сферой деятельности) и нуждается в качественной модернизации изначальной методологии исследования.

Подобным вариантом модернизации как раз и является поведенческая экономическая теория. Она способствует дальнейшему прояснению и уточнению различий между нормативным и позитивным исследованием процессов принятия решений. Данный процесс представляется тем более интересным, если вспомнить об извест-

[1] *Левин А.* Нестандартная экономика Д. Ариэли // Троицкий вариант. 2008. № 6 (818). С. 15–16.

ной статье М. Фридмена «Методология позитивной экономической науки» (1953), надолго ставшей своего рода манифестом и программой действий для большей части ныне живущих экономистов. Основной выпад Фридмена касается роли и значения исходных предпосылок в экономическом анализе[1].

Поэтому значительный интерес вызывает исследование противоположного методологического направления – своеобразного ответа Фридмену (пусть и несколько запоздалого) со стороны представителей поведенческой экономики, которые к тому же, помимо сугубо абстрактных логических выкладок и рассуждений, подготовили солидную базу фактов и наблюдений из реальной экономической жизни, свидетельствующих, скорее, в их пользу.

В одной из своих работ Дж. Стиглер утверждал, что в качестве оснований для сравнения соперничающих между собой экономических теорий должны выступать следующие три критерия: общность, удобство в использовании и соответствие реальности[2]. Представители поведенческой экономики полностью поддерживают данную точку зрения и в отношении своей работы: «Мы разделяем современные представления о том, что итоговой проверкой теории является точность, с которой она определяет действительные причины поведения; способность осуществлять точные предсказания является серьезным свидетельством в пользу того, что теория нащупала верные основания, причины поведения, а более реалистичные допущения моделей наверняка способствуют этому»[3].

Таким образом, если говорить о методах, используемых на сегодняшний день в рамках поведенческой экономики, они идентичны тем, которые применяются в других областях экономической науки, начиная от эконометрических методов анализа данных, собранных в результате полевых исследований, и заканчивая экспериментальным тестированием различных экономических концепций в лабораторных условиях. Однако при более внимательном рассмотрении становится очевидным, что в начальный период развития основой поведенческой экономической теории являлись преимущественно данные и результаты так называемой экспериментальной экономики, так как идейными предшественниками этого направления были, скорее, не экономисты, а представители когнитивной психологии, которые практиковали другие методы научной работы.

Если раньше усилия отдельных экономистов по воссозданию в лабораторных условиях аналогов реальных экономических явлений (таких как различные виды рыночного обмена, разнообразные модели и стратегии поведения индивидов в ситуациях принятия решений в условиях несовершенной информации и институциональных ограничений) и их последующему анализу воспринимались всего

[1] *Фридмен М.* Методология позитивной экономической науки // THESIS. 1994. Т. 2. Вып. 4. С. 20–25.

[2] *Stigler G.* The Development of Utility Theory. II // The Journal of Political Economy. 1950. Vol. 58. № 5. P. 392.

[3] *Camerer C., Loewenstein G.* Behavioral Economics: Past, Present, Future // Advances in Behavioral Economics. Princeton: Princeton University Press, 2003. P. 4.

лишь как занимательные опыты, в последние десятилетия ситуация резко изменилась. Целый поток экспериментальных исследований и те результаты, которые были получены, серьезно скорректировали выводы традиционной теории, ранее не подлежавшие сомнению. В данном случае знаковым явлением было вручение в 2002 г. Нобелевской премии по экономике В. Смиту – пионеру лабораторного экспериментирования в области экономики.

Одним из наиболее очевидных результатов экспериментальных исследований последних десятилетий является дискредитация ортодоксальной теории ожидаемой полезности Неймана – Моргенштерна[1] (при индивидуальном выборе в условиях риска) и теории субъективной ожидаемой полезности Л. Сэвиджа (предназначенной для изучения поведения в условиях неопределенности) в качестве адекватного инструмента анализа реального поведения людей[2]. Именно экспериментальные работы явились той критической точкой в области современной теории рационального выбора, после которой значительное количество ученых (экономистов, психологов) пересмотрели свои традиционные взгляды. Возникло желание выявить и учесть в теоретических моделях различные психологические и социальные факторы, которые отражали бы особые характеристики и качества человеческой природы (такие как ограниченные когнитивные возможности и отклонения, присущие процессу обработки информации; стремление индивидов к справедливости, взаимодействию друг с другом; стадное чувство; важность социального статуса и т.д.).

Основной довод в поддержку использования сторонниками поведенческой экономики методов экспериментального исследования состоял в том, что в данном случае в отличие от простого сбора данных и констатации фактов ученым удается более четко контролировать и отслеживать исследуемые переменные в поведении индивида, а при необходимости – и отделять ортодоксальное объяснение от альтернативных поведенческих концепций, т.е. если в реальном мире на любой анализируемый объект или процесс, как правило, действуют одновременно несколько факторов (необязательно экономического характера), в условиях эксперимента ученый может «настроить», пользуясь терминологией В. Смита, условия окружающей среды таким образом, что в результате удастся оценить влияние каждого из этих факторов по отдельности, независимо друг от друга[3].

Что касается программы действий, с помощью которых сторонники поведенческой экономики модернизируют традиционную теорию, она сводится к следующему. Во-первых, это поиск, документальное подтверждение и многократная экспериментальная или эмпирическая проверка экономических явлений, которые

[1] *Нейман Дж., Моргенштерн О.* Теория игр и экономическое поведение М., 1970. С. 37.

[2] *Фридмен М., Сэвидж Л.* Анализ полезности при выборе среди альтернатив, предполагающих риск // Теория потребительского поведения и спроса. СПб., 1993. С. 36.

[3] *Smith V.* Economics in the Laboratory // The Journal of Economic Perspectives. 1994. Vol. 8. № 1. P. 113–131.

представляются аномальными, исходя из господствующих теоретических представлений ортодоксальной науки (например, парадоксы М. Алле и Д. Эльсберга, «четырехкратная манера» отношения индивидов к риску (fourfold pattern of risk attitudes))[1]. Во-вторых, это разработка альтернативной модели, способной объяснять выявленные закономерности в действиях экономических агентов, которая отличается от стандартной теории, как правило, введением одного или двух дополнительных независимых аргументов, характеризующих психологические факторы, оказывающие серьезное влияние на поведение. В-третьих, это выведение нетривиальных, опровержимых следствий из новой модели и их проверка на реальных данных с целью установления ее предсказательной способности по сравнению с ортодоксальной версией.

Подводя определенные итоги всему вышесказанному, обоснованно утверждаем, что направление исследований, именуемое его сторонниками как поведенческая экономическая теория, в целом представляет собой логичную аналитическую структуру, уже доказавшую свою плодотворность при изучении разнообразных экономических явлений. Несмотря на это, говорить о том, что мы имеем дело со сформировавшейся, с устоявшейся системой концепций и взглядов, кажется преждевременным. Лишь немногие из разделов поведенческой концепции могут похвастаться стройностью теории и разнообразными практическими применениями. Однако, по нашему мнению, это вопрос времени и дальнейшей научной работы представителей данного направления. Научный вклад и практическая значимость проделанных представителями поведенческой экономической теории исследований заключаются в том, что благодаря этому имеющиеся ограничения, присущие традиционному направлению, постепенно ликвидируются. С одной стороны, налицо значительное улучшение предсказательных возможностей теории, с другой – распространение ее на область явлений, ранее не вовлекавшихся в анализ. Следовательно, сама неоклассическая теория становится еще более мощной в идейном отношении и содержательной по количеству объясняемых феноменов.

Во многом этого удалось достичь за счет пересмотра традиционной методологии исследования, а именно – роли и значения исходных предпосылок в экономическом анализе, касающихся человеческой природы. В данном случае это выглядит еще символичнее, если учесть, что призывы к подобной модернизации теории можно обнаружить в работах различных ученых задолго до периода произошедших изменений.

Ясно, что реалистичная теория необязательно представляет собой усовершенствование. Вопрос, поднятый М. Фридменом: «Может ли гипотеза быть проверена реализмом ее предпосылок?», не является ключевым в данном случае (как заявляет сам Фридмен, ответом на этот вопрос является «нет»), также определяющим

[1] *Allais M.* Le Comportement de I'Hom me Rationnel devant le Risque, Critique des Postulats et Axiomes de l'Ecolc Americaine // Econometrica. 1953. Vol. 21. P. 503–546; Ellsberg D. Risk, Ambiguity, and the Savage Axioms // The Quarterly Journal of Economics. 1961. Vol. 75. № 4. P. 643–669.

не является вопрос «Как должна быть проверена традиционная экономическая теория?». Подобным вопросом является следующий: «Если традиционная экономическая теория не подтверждается с полным успехом (многие из ее приложений и предсказаний оказываются не соответствующими действительности), как же она может быть улучшена?» Один из возможных ответов состоит в более реалистичном изображении лежащих в основе анализа предположений. Использование принципов социального изучения и динамического анализа в экономической теории обещает продвижение в данном направлении[1].

Однако подобные результаты, полученные на микроэкономическом уровне, уже были использованы отдельными экономистами для объяснения определенных макроэкономических явлений (таких как определение заработной платы, уровня безработицы и т.д.), построения моделей, описывающих экономику в целом. Поэтому знаковым в данном случае является название нобелевской лекции Дж. Акерлофа «Поведенческая макроэкономика и макроэкономическое поведение», прочитанной им в Копенгагене на церемонии награждения в декабре 2001 г. Содержащиеся в ней идеи свидетельствуют о том, что достижения поведенческой экономической теории уже используются повсеместно[2].

Мы можем заключить, что отступления от неоклассики, предпринятые представителями поведенческой экономической теории, не являются радикальными. Они полностью находятся в русле существующей исследовательской работы. Единственная цель, которая ставится при этом, – заменять сильные, строгие допущения, касающиеся рациональности индивидов, предположениями, которые более точно согласуются с результатами психологических исследований, в то же время уделяя особое внимание математической структуре этих результатов. Тем самым достигается связь теоретических построений поведенческой экономической теории с фактами реальной жизни, а сама теория приобретает позитивный характер.

[1] *Katona G.* On the Function of Behavioral Theory and Behavioral Research in Economics // The American Economic Review. 1968. Vol. 5. № 1. P. 149.

[2] *Akerlof G.A.* Behavioral Macroeconomics and Macroeconomic Behavior (The Nobel Prize Lecture) // The Economic Sciences. 2001. December. P. 365–366.

Глава 3

ТЕОРИЯ ПЕРСПЕКТИВ А. КАНЕМАНА И А. ТВЕРСКИ

В «Экономикс» и экономической теории наиболее значимой и известной выступает теория принятия решений, во основе которой лежат две концепции: поведение экономических агентов и поведение потребителя. Основной задачей этих концепций является изучение принятия решений и получить ответы на вопросы: чем руководствуется человек, когда делает тот или иной выбор, и каковы механизмы принятия решений в их хозяйственной деятельности.

В XX в. большую популярность стали приобретать альтернативные концепции рациональности принятия решений экономическими субъектами, а также концепции «неполной рациональности».

На данный момент можно говорить о сосуществовании в экономической науке нескольких концепций принятия решений, ни одну из которых нельзя считать безоговорочно доминирующей.

Большая заслуга в разработке альтернативной экономической концепции принятия решений принадлежит одним из основателей поведенческой школы экономики – Даниэлю Канеману (1934 – по настоящее время) и Амосу Тверски (1937–1996). Д. Канеман получил Нобелевскую премию по экономике в 2002 г. «за интеграцию результатов психологических исследований в экономическую науку, прежде всего в области суждений и принятия решений в условиях неопределенности»[1]. Канеман и Тверски опытным путем продемонстрировали, что концепция экономического человека нуждается в существенном дополнении и изменении, поскольку в условиях неопределенности мы можем наблюдать такое поведение человека, которое идет вразрез с постулатами рациональности.

Ученые выдвинули так называемую теорию перспектив (prospect theory) для объяснения феноменов нерационального поведения. В данной теории утверждается, что люди в своем выборе не максимизируют полезность от принятого решения, а выбирают вариант с наибольшей психологической перспективой. Как было установлено в ходе экспериментов, люди переживают за свои проигрыши сильнее, чем за эквивалентные выигрыши, поэтому для них первостепенно важно выбрать вариант с наибольшим уровнем психологической комфортности, только затем они учитывают выгодность.

В результате своих экспериментальных исследований А. Тверски и Д. Канеман пришли к выводу о том, что нерациональное поведение, считающееся экономиста-

[1] *Белянин А.* Д. Канеман и В. Смит: экономический анализ человеческого поведения // Вопросы экономики. 2003. № 1.

ми девиантным и случайным, на самом деле намного более распространено, особенно когда речь заходит о принятии решений в условиях неопределенности. Более того, люди ошибаются неслучайным образом, нерациональное поведение может быть идентифицировано и предсказано с помощью психологических методов.

Эксперименты доказали, что люди не могут рационально оценивать ни величины ожидаемых выгод или потерь, ни их вероятность.

Во-первых, обнаружилось, что люди по-разному реагируют на эквивалентные (с точки зрения соотношения выгод и потерь) ситуации в зависимости от того, теряют они или выигрывают. Это явление называют асимметричной реакцией на изменение благосостояния. Человек боится потери, т.е. его ощущения от потерь и приобретений несимметричны: степень удовлетворения человека от приобретения, например, 100 долл. гораздо ниже степени расстройства от потери той же суммы, поэтому люди готовы рисковать, чтобы избежать потерь, но не склонны к риску, чтобы получить выгоду.

Во-вторых, эксперименты показали, что люди склонны ошибаться при оценке вероятности: они недооценивают вероятность событий, которые скорее всего произойдут, и переоценивают гораздо менее вероятные события. Ученые обнаружили интересную закономерность: даже студенты-математики, хорошо знающие теорию вероятности, в реальных жизненных ситуациях не используют свои знания, а исходят из сложившихся у них стереотипов, предрассудков и эмоций.

Так, вместо теорий принятия решений, основывающихся на теории вероятности, Д. Канеман и А. Тверски предложили уже упомянутую теорию перспективы.

Согласно этой теории, процесс принятия решения происходит в два этапа: первый этап они называют этапом обработки информации (editing phase), а второй – оценки (evaluation phase). На первом этапе происходят предварительный анализ альтернатив и представление их в более удобном для субъекта, упрощенном виде. На втором этапе обработанные и представленные в подходящем виде альтернативы оцениваются, выносится окончательное решение в пользу альтернативы, оцененной выше. Роль первого этапа состоит в том, чтобы организовать и преобразовать альтернативы с целью облегчить их последующую оценку и процесс принятия решения. На этапе оценки выполняются определенные операции, которые трансформируют исходы и вероятность, связанные с альтернативами. Эти операции являются эвристиками представления информации на первом этапе принятия решений, которые помогают людям вообразить информацию в более простом, понятном и сжатом виде, что облегчает оценку полезности альтернатив на следующем этапе.

Как утверждает данная теория, нормальный человек не способен правильно оценивать будущую выгоду в абсолютном выражении, на самом деле он оценивает ее в сравнении с некоторым общепринятым стандартом, стремясь прежде всего избежать ухудшения своего положения. С помощью теории перспективы можно объяснить многие нерациональные поступки людей, необъяснимые с позиции «человека экономического».

Знаменитая формула Д. Канемана, определяющая успешного бизнесмена, выглядит так:

Успех в экономике = (Знания + Интуиция – Эмоции)

Люди часто полагаются на эвристические выводы, которые могут совпадать с формально-логическими, но при некоторых обстоятельствах приводят к ошибочным суждениям. В статье «Суждения в условиях неопределенности: эвристики и предубеждения» (1974) авторы показали, что, когда люди сталкиваются с неопределенностью, они используют несколько эвристических принципов, упрощающих задачу оценивания вероятности наступления события. Хотя эти принципы в целом справедливы, в некоторых случаях они приводят к серьезным систематическим ошибкам. Это касается ошибок репрезентативности, доступности и закрепления.

Ошибки репрезентативности (representativeness) допускаются в том случае, если выводам, полученным на основе аналогии, приписываются свойства вероятностных оценок. Например, если поставить эксперимент и дать задание группе испытуемых оценить вероятность того, что человек, случайным образом отобранный из некоторой группы людей, окажется библиотекарем, если про него известно, что он мягкий и застенчивый человек, всегда готовый прийти на помощь, не интересуется реальным миром и любит аккуратность и порядок, испытуемые в своих ответах будут склонны завысить вероятность того, что он библиотекарь, просто потому, что, с их точки зрения, он очень похож на библиотекаря. Более того, даже в том случае, когда респонденты будут изначально проинформированы о том, что данный человек был случайным образом отобран из группы, состоящей на 70% из физиков и лишь на 30% из библиотекарей, эта информация будет проигнорирована.

Ошибка репрезентативности возникает также в тех случаях, когда распределения вероятностей, полученных при опытах с большим количеством наблюдений, по аналогии распространяются на множества с малым числом объектов. Например, люди считают, что малые выборки не уступают по своей репрезентативности большим; подбрасывая монету, люди склонны увеличивать вероятность следующего выпадения решки, после того как им несколько раз выпал орел, хотя объективно она не изменяется.

Ошибки подобного рода характерны также для распространения выводов, сделанных на малочисленных выборках на характеристики генеральной совокупности в целом без учета доверительного интервала.

Список ошибок репрезентативности может быть продолжен и далее.

Репрезентативность согласно результатам исследований Канемана и Тверски есть для человека в полной мере проблема случайного выбора. Решения, которые обычно принимаются, находятся в явном противоречии с теорией вероятности.

Эвристика доступности (availability) приводит к ошибочным выводам тогда, когда вероятность наступления события выводится из приходящей на ум совокупности похожих событий. Например, оценка вероятности погибнуть при

авиакатастрофе увеличивается, если человек может вспомнить достаточно большое количество случаев таких авиапроисшествий. Похожая ситуация складывается, если человеку предлагается оценить долю мужчин в списке, зачитываемом поименно, в котором все мужчины – известные актеры, писатели, художники, а женщины менее известны. Статистика свидетельствует о том, что доля мужчин в таких случаях всегда переоценивается. Пожар, увиденный своими глазами, увеличивает субъективную оценку вероятности данного события по сравнению с информацией из газеты, так же как и происшествия, случившиеся недавно, в сравнении с более далекими событиями. Богатое воображение, способное представить все возможные и невозможные трудности, с которыми может столкнуться путешественник, повышает субъективное восприятие опасности путешествия независимо от действительной вероятности наступления этих трудностей.

Д. Канеман и А. Тверски показали, что люди не способны к полному анализу в сложных ситуациях, когда будущие последствия принятия решений являются неопределенными. В таких обстоятельствах они полагаются на эвристику или случайный выбор. Наиболее отчетливо они показали, что при оценке вероятности случайных событий человек (любой) не принимает во внимание размер выборки, т.е. вероятности наступления событий оцениваются равными вне зависимости от того, сколько таких событий должно произойти. Иначе говоря, в оценке последствий своих решений человек «не чувствует времени».

Эффект закрепления (anchoring) проявляется в том, что на решение человека влияет случайная и несодержательная догадка, которая первой приходит на ум при постановке задачи. В своих опытах исследователи предлагали респондентам дать ответ на вопрос о том, какова доля стран с африканского континента среди членов ООН. Перед тем как принять ответ, респондентов сначала просили посмотреть на некоторое полученное случайным образом число и оценить, будет ли правильный ответ больше или меньше этого числа, а затем ответить точно. В результате была выявлена высокая зависимость между величиной этого числа и окончательным ответом.

Д. Канеман в своих исследованиях обращал особое внимание на принятие решений в условиях неопределенности. Установленный им факт состоит в том, что будущие доходы человек не способен оценить в абсолютном выражении, он оценивает их в сравнении с некоторым привычным уровнем доходов (reference level) или со сложившимся уровнем, статус-кво. Более того, если человек принимает последовательность решений в условиях риска и неопределенности, он оценивает выгоды и потери по каждому шагу и никогда не интегрирует их в единую выгоду или убыток и не оценивает воздействие всей последовательности решений на свое благосостояние.

В своей следующей знаменитой статье «Теория перспективы: исследование принятия решений в условиях риска», изложенной в 1979 г. в журнале «Econometrica»[1],

[1] *Kahneman D., Tversky A.* Prospect theory: an analysis of decision under risk // Econometrica. 1979. Vol. 47. № 2. P. 263 – 292.

авторы развили собственные идеи, анализируя потребительский выбор с учетом всех выявленных ранее особенностей принятия решений в условиях риска, и обнаружили множество отклонений от предпосылок теории рациональных ожиданий. Эта статья принесла авторам всемирную известность и считается одной из их лучших работ.

Людям свойственно недооценивать шансы наступления очень вероятного события, если есть хотя бы один шанс из ста против. Так, респонденты в ходе эксперимента отказывались от более выгодного предложения даже при минимальной вероятности получения нулевого результата, соглашаясь на менее выгодное, но достоверное предложение. Другое подтверждение непоследовательности выбора в условиях неопределенности было получено, когда испытуемым было предложено сделать выбор сначала между двумя очень вероятными событиями, где более вероятный вариант был менее выгодным, а затем между двумя маловероятными событиями с соблюдением того же принципа. Оказалось, что в первом случае люди предпочитали менее выгодный, но более вероятный вариант, тогда как во втором, наоборот, более выгодный, но менее вероятный. Это отклонение от предпосылок теории рационального выбора было названо эффектом достоверности (certainty effect).

Выбор в условиях риска подвержен и другим аномалиям. Оказалось, что предпочтения людей не постоянны, а меняются в результате изменения всего лишь формулировки условия выбора. Это отклонение было названо зеркальным эффектом (reflection effect), поскольку в зависимости от формулировки условий выбора респонденты зеркально изменяли свое отношение к риску, предпочитая рисковать в формулировке выигрыша и избегать риска в редакции потерь.

Интересный вывод был получен также при анализе отношения к страхованию рисков. Так, респондентам наряду с обычной была предложена форма вероятностной страховки, которая была вдвое дешевле, поскольку возмещала возможный ущерб полностью (аналогично правилам обычной страховки) только в том случае, если страховой случай наступал в четный день месяца, таким образом, не покрывались риски в нечетные дни. Необычным было то обстоятельство, что респонденты оценивали данный вид страхования как более рискованный и избегали его, хотя с точки зрения теории рациональных ожиданий вероятностная страховка была предпочтительнее обычной.

Для того чтобы упростить выбор между альтернативами, люди часто абстрагируются от их общих компонент, концентрируя внимание на различиях. Подобный «эффект изоляции» часто приводит к непоследовательности в их предпочтениях. В ставшем классическим примере выбора между двумя лотереями одной группе испытуемых, которые уже получили гипотетический выигрыш величиной 1000 долл., предлагали сделать выбор между возможностью получить 500 долл. наверняка и 50% вероятности выиграть еще 1000 долл. или не получить ничего. Испытуемые в подавляющем большинстве предпочитали избегать риска и соглашались на первый вариант. Другим респондентам, также гипотетически

выигравшим 2000 долл., предлагали на выбор либо потерять 500 долл. наверняка, либо рискнуть и с 50% вероятности потерять 1000 долл. или не потерять ничего. В этом случае подавляющее большинство испытуемых предпочитало рискнуть. Хотя по существу в обоих случаях людям предлагался одинаковый выбор: либо получить наверняка 1500 долл., либо рискнуть и с равными шансами выиграть еще 500 долл. или потерять 500 долл. из имеющихся 1500 долл., предпочтения испытуемых оказались различными.

Все эти устойчивые отклонения от идеальной модели рационального выбора привели Д. Канемана и А. Тверски к выводу о том, что теория перспектив (prospect theory), вбирающая в себя индуктивно найденные в ходе психологических экспериментов закономерности принятия решений людьми, намного лучше подходит для моделирования экономического поведения индивидов по сравнению с теорией рациональных ожиданий. Основная мысль, которую проводят исследователи, состоит в том, что при принятии решений человек руководствуется не абстрактными принципами максимизации удовольствий и минимизации потерь, а сначала кодирует возможные последствия его действий как пользу или вред в зависимости от выбранного ориентира, оперируя относительными, а не абсолютными величинами. Так, если удовольствие индивида, получаемое от приобретений, обычно оказывается гораздо слабее, нежели его расстройство в случае потерь, его поведение будет отклоняться от того, которое предсказывается теорией рациональных ожиданий, причем в этом случае оно не будет связано со стремлением избежать риска.

Д. Канеман и А. Тверски сделали вывод о том, что в среднем при одинаковых рисках люди больше склонны к сохранению достигнутого финансового уровня, чем к его повышению. В эквивалентных условиях возможность малых убытков отталкивает частных инвесторов больше, чем достижение значительного дохода. Они избегают риска на растущем рынке и более толерантны к нему на убывающем.

Это обычная аномалия, и объясняется она тем, что человеческая психика воспринимает не столько абсолютное значение своего богатства, сколько его изменения, причем радость от выигрыша намного меньше, чем горечь от проигрыша. Убытки всегда кажутся существеннее, чем эквивалентный доход.

Базируясь на экспериментальных исследованиях, теория перспектив делает парадоксальный вывод: люди, скорее, готовы взять на себя больший риск для избежания потерь, чем получить дополнительную премию в условиях большего риска. Согласно этой теории, инвестор желает держать те из акций, которые обесцениваются, но продавать те, которые растут в цене. Следовательно, в шутке: «Стратегический инвестор – это неудачливый спекулянт» – есть своя доля правды. «Я знаю, что цены все равно когда-то в перспективе подпрыгнут вверх, потом я и продам свои акции». Такие соображения знакомы многим, и не только любителям. Отсюда и происходит само название теории.

Еще одна особенность принятия решений в условиях неопределенности, выявленная теорией перспектив, заключается в том, что люди неадекватно воспринимают вероятностные параметры. Психологически индивид переоценивает малые

вероятности и недооценивает средние и большие. Более того, люди желают вообще пренебрегать априорными вероятностями в обмен на незначительные данные и аналогии. На основе нелинейного характера функции вероятностных значений, используемой в теории перспектив, ученые объясняют, что эмоциональное восприятие событий человеком искажает их вероятностную интерпретацию.

Основанная на психологических исследованиях, теория перспектив опирается также на методы математического моделирования. Модель может быть использована для объяснения поведенческих реакций, которые отклоняются от традиционной теории.

Новаторская роль Д. Канемана и А. Тверски заключается в непривычном для экономистов способе конструирования теории: не от удобной формальной конструкции – к аксиомам рациональности, а от особенностей поведения, которое наблюдается, – к его формальному описанию, а уже потом – к аксиомам.

Есть у теории перспектив и критики. Они, в частности, считают: поскольку поведение, описываемое этой теорией, ни в каком смысле не является оптимальным, последняя, естественно, и не претендует на нормативное значение, а является лишь одной из попыток описать отклонение реального поведения от модели ожидаемой полезности.

В настоящий момент влияние психологических факторов на поведение людей становится очевидным все большему числу ученых и специалистов. В современном постиндустриальном мире сложно отрицать влияние психологии и субъективных оценок на экономическое поведение хозяйствующих субъектов. Теоретические достижения Канемана и Тверски стали основой для их последователей. Проведен целый ряд различных экспериментов, многие из которых подтверждают тот факт, что неоклассическая концепция не описывает всех закономерностей экономики XXI в. Появилась необходимость пересмотра традиционных экономических положений. Представители поведенческой экономики настаивают на том, что полноценная репрезентативная экономическая теория невозможна без включения в анализ психологических факторов. Канеман и Тверски четко обозначили пункт, который завел экономическую теорию в тупик, – предположение о рациональности поведения экономических агентов. Этот пункт являлся основой всех или практически всех существующих моделей экономических систем. Именно поэтому результаты бихевиористов вызвали небывалые споры и ожесточенную критику: раз исходное предположение неверно, не может быть и речи о корректности итоговых моделей и теорий.

В связи с этим возникает необходимость создания новой методологии моделирования, учитывающей нерациональные аспекты принятия решения. Поскольку, как установили представители поведенческой школы, поведение зависит от психологических факторов, моделирование должно учитывать и такие переменные. Поэтому важно было описать процесс принятия решения не как простое суммирование или агрегирование различных переменных, а как процесс взаимовлияния множества неявных связей между переменными, которые синтезируются в

некоторой системе, приближенно повторяющей взаимодействие нейронов в мозге. Одни нейроны активируют другие, вслед за этим мобилизуются некоторые области коры головного мозга, обостряются те или иные ощущения и эмоции, то же самое происходит с миллионами других нейронов, и в конечном итоге все эти воздействия трансформируются в единственное решение или действие.

Для моделирования эффекта синтеза была использована теория нечеткой логики, структура расчета итоговых переменных которой очень схожа с процессом, происходящим в нервной системе. К тому же выбор данного инструментария обусловлен необходимостью описания вербальных переменных на математическом языке.

Таким образом, при помощи логических правил задаются различные эмпирические данные, формируется целостная модель поведения игрока, которая основывается не на оптимизации определенного параметра (например, ожидаемой полезности) и синтезе множества связей между психологическими параметрами и оценок экономических показателей, что позволяет приблизиться к описанию реальных процессов принятия решения.

Научные работы Д. Канемана и А. Тверски утвердили среди экономистов понимание того, что хорошая теория должна не только не опровергаться фактами (как того требует позитивистский подход), но и исходить из фундаментальных свойств того объекта, который она наблюдает и призвана описывать. Сегодня уже ни один экономист, пишущий об индивидуальном поведении, не может обойтись без рассмотрения психологических характеристик процесса принятия решений. Сама же экономическая психология и ее применение уже в наши дни сложились в особую отрасль экономического знания – так называемую поведенческую экономику. Последняя уверенно осваивает широчайший круг экономических проблем – от собственно теории индивидуального поведения до задач общественного выбора и финансовой экономики.

Конечно, не все задачи поведенческой экономики уже окончательно решены. Эта молодая наука только вступает в стадию зрелости, формулируя исследовательскую программу на стыке экономики, психологии, математики и даже философии. Важно то, что, во-первых, в своих исследованиях Д. Канеман и А. Тверски обнаружили целый ряд ранее неизвестных фактов и феноменов (таких как нетранзитивность преимуществ, закон малых чисел, теория поаспектного исключения, теория выбора альтернатив и т.п.), характеризующих человеческое поведение, а также обогатили инструментарий экономических наук новыми методами. Во-вторых, работы этих ученых заложили основы для принципиально новой модели взаимодействия между представителями различных дисциплин и укрепили взаимосвязь эмпирических и теоретических исследований.

Теория перспектив является важнейшим вкладом Д. Канемана и А. Тверски в экономическую теорию. Ими реализован фундаментальный и многолетний проект по исследованию эвристик и отклонений индивидуальных суждений, сделаны наблюдения поведения относительно нормативного стандарта, принятого в экономи-

ческой теории. Богатый эмпирический материал, накопленный в результате психологических исследований, в которых Д. Канеману принадлежит одна из главных ролей, дал основания для пересмотра устоявшихся методов и доктрин начиная с основы основ – модели homo economicus (рационального экономического человека). Ведь большинство людей, склонных систематически принимать решения, руководствуются не рациональными, а интуитивными соображениями, которые Д. Канеман и его коллега назвали поведенческими эвристиками.

Итак, мы изложили основные тезисы теории перспектив Д. Канемана и А. Тверски, а также различные эффекты и эвристики, связанные с ними, которые были сформулированы этими авторами как в работах, посвященных теории перспектив, так и в их других работах.

Глава 4

ПОВЕДЕНЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ ИГР

Использование математического аппарата теории игр в области экономической науки во второй половине прошлого столетия оказалось чрезвычайно плодотворным. В наибольшей степени это проявилось в тех разделах теории, объектами рассмотрения которых являются стратегическое взаимодействие экономических агентов (индивидов, фирм, государств) между собой в различных условиях и стремление наиболее оптимальным образом разрешить возникшую конфликтную ситуацию[1]. Предложенные формальные концепции анализа (равновесие Дж. Нэша, процедура трассирования Дж. Харшаньи – Р. Зельтена, вектор Л. Шэпли и др.) получили широкое применение в качестве теорий, объясняющих реальное поведение участников и способных предсказывать определенные последствия[2].

Однако с течением времени и увеличением количества проводимых экспериментальных исследований стало очевидно, что предсказательные способности формальной теории игр далеки от желаемых, нередко действительное поведение индивидов отличается от того, что утверждается в стандартной теории. Одной из причин этого явилось наличие слишком строгих предпосылок, касающихся человеческой природы, заложенных в теории игр изначально (таких как строгое следование личному интересу, гипертрофированные когнитивные возможности). В значительной степени именно поэтому отдельные экономисты и психологи попытались усовершенствовать старые модели, уделяя особое внимание данным экспериментальных исследований и пытаясь отразить в строгой математической форме определенные психологические правильности, подмеченные в поведении людей[3]. Данное направление исследований получило название поведенческой теории игр[4].

Наиболее распространена стандартная игра с ультиматумом (ultimatum game). Двум игрокам необходимо разделить между собой определенную сумму денег.

---

[1] *Павлов И.* Поведенческая теория – позитивный подход к исследованию экономической деятельности. URL:http://institutiones.com/theories/632-povedencheskaya-teoriya.html.

[2] *Нейман Дж., Моргенштерн О.* Теория игр н экономическое поведение. М., 1970.

[3] *Петросян Л., Зенкевич Н.* Теория игр и социально-экономическое поведение // Экономическая школа. 2002. № 1.

[4] Для более детального ознакомления с этим подходом см.: *Camerer C.* Behavioral Game Theory: Experiments in Strategic Interaction. Princeton: Princeton University Press, 2003. Данная монография является, пожалуй, нанйолее полным на сегодняшний день источником, который бы обобщал результаты существующих работ в области поведенческой теории игр.

Первый игрок, обычно называемый инициатором (Proposer), предлагает некую часть этой суммы второму игроку, которого называют опрашиваемым (Responder). В случае если опрашиваемое лицо принимает условия первого игрока, он получает ту сумму денег, которая была ему предложена, а инициатор забирает себе все остальное. Если же второй игрок по каким-либо причинам отказывается принять предложение первого игрока, они оба ничего не получают. Данная простая игровая ситуация привлекла к себе огромное внимание ученых именно потому, что результаты экспериментальных исследований существенно отличались от предсказаний формальной теории игр, подразумевающей под собой следование индивида только своему интересу. Все дело в том, что, исходя из теории игр второй игрок должен быть готов принять любое предложение о разделе денег, имеющее в виду получение положительной величины, сколь бы угодно малой она ни была.

Целью первого является стремление оставить себе в данном случае как можно большее количество денег.

Первые эксперименты по игре с ультиматумом были проведены В. Гутом, Б. Шварце и Р. Шмиттбергером в 1982 г. Они разделили выборку из 42 студентов экономического факультета пополам. Одной группе было предназначено исполнять роль инициатора, другой – опрашиваемого. Каждый инициатор должен был разделить с немецких марок между собой и опрашиваемым. Если предложение x принималось, инициатор игры получал c – x, а опрашиваемому доставалось x. В случае если предложение отклонялось, оба игрока оставались ни с чем. Размер ставки с изменялся между 4 и 10 марками. Затем неделю спустя те же индивиды были приглашены сыграть в подобную игру снова[1].

Как показали данные множества однотипных экспериментов, проводившихся на протяжении последних 20 лет разными группами ученых в различных странах, первоначальное предложение о разделе денег второму игроку в среднем составляло порядка 35–45% от общей суммы, а предложения размером менее 20% часто отклонялись опрашиваемым, при этом максимальный размер общей суммы денег доходил до величины двух месячных зарплат[2]. Для полноты картины необходимо отметить, что полученные данные стали своеобразным сюрпризом только для экономистов в отличие от психологов[3].

---

[1] *Guth W., Schmittberger R., Schwarze D.* An Experimental Analysis of Ultimatum Bargaining // Journal of Economic Behavior and Organization. 1982. Vol. 3. P. 367–388.

[2] Для более подробного ознакомления с различными результатами экспериментов см. уже упоминавшуюся монографию К. Камерсра, а также работу: *Thaler R.* Anomalies: The Ultimatum Game // The Journal of Economic Perspectives, 1988. Vol. 2. №4. P. 195–206; *Camerer C., Thaler R. A*nomalies: Ultimatums, Dictators and Manners // The Journal of Economic Perspectives, 1995. Vol. 9. № 2. P. 209–219.

[3] См.: *Kahneman D., Knetsch J., Thaler R.* Fairness and the Assumptions of Economics // The Journal of Business, 1986. Vol.59. № 4. P. 285–300; *Rabin M.* Incorporating Fairness into Game Theory and Economics // American Economic Review. 1993. Vol. 83. № 5. P. 1281–1302; *Kahneman D., Knetsch J., Thaler R.* Fairness as a Constraint on Profit Seeking: Entitlements in the Market.

Один из последних экспериментов, должных пролить свет на природу этого феномена, был недавно проведен швейцарскими учеными С. Гештером и Э. Фером. В ходе опыта испытуемые были поделены на группы по четыре человека, причем каждому из них было передано по 20 долл., предназначенных для финансирования некоего общего проекта. Каждый из испытуемых мог как оставить эти деньги себе, так и «вложить» их в дело (полностью или частично). При этом на каждый доллар, «вложенный» одним из членов группы, группа получала 1,60 долл., которые поровну делились между всеми ее четырьмя членами. Иными словами, если бы каждый член группы, вместо того чтобы просто оставить деньги себе, согласился бы профинансировать «общее дело», вся группа получила бы по 32 долл. Если бы тяга к инвестициям проснулась только в одном испытуемом, его 20 долл. превратились бы в 8 долл., причем такие же суммы получили бы и его товарищи по эксперименту.

Эксперимент проходил в шесть этапов, в ходе которых имена участников держались в тайне, решения о «вложении» средств принимались одновременно, причем за каждый этап «инвестировать» деньги можно было только один раз.

После завершения этапа участникам сообщалось, какие решения приняли их товарищи по эксперименту, и какая сумма причитается им в итоге. В результате к шестому этапу участники опыта вообще отказались от передачи средств в общий котел.

В ходе второй части эксперимента участникам дали возможность «наказывать» своих товарищей по итогам очередного этапа: всего за 1 долл. каждый из них получал возможность анонимно лишить своего партнера 3 долл. Из 240 участников опыта к такой возможности хотя бы один раз прибегли 84%, а около 9% испытуемых «наказывали» своих коллег более чем по 10 раз.

В большинстве случаев к «наказаниям» прибегали те, кто вкладывал в общий котел больше, чем другие, причем в качестве «жертв» они выбирали тех, кто предпочитал оставлять переданные им деньги себе. Опыт показал, что возможность «наказывать» в этом случае дает желанный эффект: около 90% испытуемых увеличили долю средств, передаваемых ими в котел, по сравнению с первой частью эксперимента.

По замыслу устроителей опыта возможность прибегать к «наказаниям» должна была способствовать проявлению в участниках альтруизма. Дело в том, что после каждого этапа испытуемых заново перераспределяли по группам. Таким образом, «борец за справедливость» отказывался от своего честно заработанного доллара для того, чтобы наказать эгоиста, с которым ему в любом случае больше никогда не пришлось бы работать в одной команде.

Тезис о том, что некоторые люди ставят достижение справедливости выше своих личных целей, был подтвержден и в ходе другого эксперимента, поставленного Дж. Хенричем, антропологом из мичиганской бизнес-школы. В ходе этого опыта участники делились на пары, после чего одному из них передавалась некая сумма денег, условно считавшаяся дневным заработком всей пары. Испытуемый должен

был разделить эту сумму между собой и своим коллегой. В свою очередь второй участник мог либо принять деньги, либо отказаться от них (в этом случае деньги пропадали). Как и в первом опыте, пары испытуемых здесь тоже формировались по случайному признаку с соблюдением требований анонимности: «казначей» пары передавал деньги совершенно неизвестному ему человеку, с которым ему больше никогда не пришлось бы встретиться.

Идея этого опыта заключалась в том, что согласно традиционным экономическим законам человек стремится максимизировать для себя полезность. Таким образом, «казначей» должен был бы выделять своему напарнику средства по минимуму, тогда как «реципиент», напротив, должен был бы принимать любую предлагавшуюся ему сумму. Тем не менее опыт показал обратное: доля передаваемых денег составляла от 22% до 58% от общих средств, причем в некоторых случаях «реципиент» отказывался принимать деньги, если они превышали половину общей суммы.

Результаты исследований ученых-экономистов предоставили антропологам дополнительный аргумент в пользу того, что человеческой природе изначально присуща не только тяга к материальным интересам, но и стремление к справедливости и сотрудничеству с другими людьми. Во многих случаях люди стремятся за свой счет награждать тех, кто действует с ними заодно, и наоборот – наказывать «инакомыслящих».

Такой процесс передачи модели поведения по группе подобен распространению инфекции и имеет глубокие эволюционные корни. На заре человечества он мог способствовать появлению кооперации. «Распространение идей любви и доброты необходимо для того, чтобы социальные группы могли существовать, и, в свою очередь, эти группы необходимы для того, чтобы такие качества могли распространяться среди людей. Поэтому люди формируют сообщества, так как выгода от жизни во взаимодействии с другими людьми перевешивает затраты на поддержание социальных связей»[1].

Решающий момент, конечно, состоит в том, чтобы включить обнаруженные феномены, подобные этим, в теорию, которая была бы, с одной стороны, более общей по сравнению с прежней версией, с другой – оставалась бы стройной, не обремененной излишними условиями. Естественным выходом из данной ситуации было бы предположить, что функция полезности первого игрока содержит параметр, характеризующий процесс сопоставления выигрышей обоих игроков. Явление симпатии наблюдается, когда первый игрок получает определенную выгоду от потребления второго игрока; противоположное чувство зависти характеризуется тем, что первый игрок испытывает неудовольствие, наблюдая определенный уровень потребления своего партнера.

Отметим, что значение «фактора симпатии» обстоятельно рассматривалось А. Смитом в «Теории нравственных чувств», а его представление с помощью

[1] URL:http://rian.ru/.

линейной функции обсуждалось Ф. Эджуортом в «Математической психике»[1]. Однако в моделях указанного типа принимается во внимание только конечное распределение между игроками, таким образом, не описывается, как это несправедливое распределение было осуществлено и что думает один из участников по поводу действий и намерений другого (ведь стратегия поведения соперника, несомненно, оказывает влияние на действия любого игрока). К примеру, С. Блаунт обнаружила, что игроки изъявляют большее желание принять предложения о неравном разделе денег, которые поступают от механического устройства, генерирующего случайные числа, нежели такие же предложения, поступающие от инициатора, который в конечном счете получит выгоду от подобной несправедливости[2].

Более детальное исследование источников альтруизма или зависти требует использования модели, в которой социальные ценности, человеческие качества проявлялись или давали бы о себе знать под действием поведения и намерений других людей. Например, известный американский экономист М. Рабин предложил интересную модель, в которой как раз и решается подобная задача. Он предполагает, что первый игрок имеет положительный коэффициент симпатии $a > 0$ в случае, когда второй игрок «любезно» помогает ему; наоборот, $a < 0$, когда второй игрок ведет себя «бесчестно», выбирая действия, которые наносят ущерб первому игроку. Рабин включает эти субъективные ощущения в функцию полезности, зависящую от денежных исходов, но с тем условием, что они становятся относительно менее значимыми по мере увеличения денежных выигрышей. Данные предпосылки и несколько других подводят нас к категории «справедливого равновесия» (fairness equilibrium), сформулированной Рабином. Суть его концепции состоит в том, что она является пригодной для дальнейшего анализа знаменитых парадоксов и аномальных данных экспериментов (таких как дилемма заключенных, в нашем случае – игра с ультиматумом), результаты которых с трудом поддаются объяснению с помощью других стандартных подходов.

Возможно, главной причиной, по которой простой эксперимент (игра с ультиматумом) привлек к себе такое внимание, является то, что заключенная в нем идея,

[1] «Какую бы степень эгоизма мы ни предположили в человеке, природе его, очевидно, свойственно участие к тому, что случается с другими, участие, вследствие которого счастье их необходимо для него, даже если бы оно состояло только в удовольствии быть его свидетелем. Оно-то и служит источником жалости или сострадания и различных ощущений, возбуждаемых в нас несчастьем посторонних, увидим ли мы его собственными глазами или же представим его себе» Цит. по: *Смыт Л.* Теория нравственных чувств. М.: Республика, 1997. С. 31. «Нам необходимо изменить утилитаристский показатель (utilitarian integral)... путем операции умножения каждого удовольствия, величины полезности, за исключением наслаждения самого себя, на некий показатель – фактор, который, вне всяких сомнений, является уменьшающимся по мере изменения того, что могло бы быть названо социальной дистанцией (social distance) между данным индивидом и теми, чьи величины удовольствий он принимает во внимание, в свой расчет». Цит. по: *Edgeworth F.* Mathematical Psychins: Reprint. NY.:Augustus M. Kellcy Publishers, 1967. P. 101–102.

[2] *Blount S.* When Social Outcomes aren't Fair: The Effect of Causal Attributions on Preferences // Organizational Behavior and Huecision Processes, 1995. Vol. 63. №2. P. 131–144.

а точнее – проблема распределения некоего фонда имущества (такого как деньги, товары и т.д.), – общее место для всего процесса экономического взаимодействия как такового, поэтому данная игра не единственная в своем роде. Помимо нее, существуют другие типовые разновидности экспериментов, цель которых состоит в прояснении значения различных неэкономических факторов хозяйственной деятельности (таких как справедливость, доверие, альтруизм) и выяснении того, насколько они влияют на традиционные переменные экономического анализа, в конечном счете – на экономический рост[1]. Среди них можно выделить так называемую игру в диктатора (dictator game) и «обмен подарками» (gift exchange). Игра в диктатора, например, предназначена для того, чтобы попытаться оценить величину чистого альтруизма со стороны первого игрока. Она представляет собой игру с ультиматумом при том условии, что инициатор диктует условия разделения денег, а опрашиваемый не может отклонить его предложение.

Поведенческая теория игр применима при анализе поведения не только отдельных людей, но и фирм при конкурентном взаимодействии. При олигополистической структуре рынка фирма не сталкивается с пассивным окружением. В теоретические модели включаются стратегические взаимодействия субъектов, принимающих решения. Для этого широко используется теория бескоалиционных игр[2].

В процессе конкуренции фирмы могут использовать ряд инструментов, классифицируемых в соответствии с быстротой их перенастройки. В коротком периоде цена служит инструментом, который фирма может легко изменить, другие инструменты включают в себя рекламирование и усилия по стимулированию сбыта.

Принято начинать анализ с ценовой конкуренции в контексте жестких структур затрат и характеристик продукта. В более длительном периоде структура затрат и характеристики продукта могут быть изменены, методы производства – перегруппированы и усовершенствованы, производственная мощность – увеличена; восприятие продукта потребителями, которое влияет на функцию спроса, – изменено при помощи рекламы. В длительном периоде характеристики продукта и структуры затрат могут быть изменены не только с помощью простых корректировок в существующем наборе продуктов и допустимых затратах, но и посредством изменения этого набора.

Исследования и разработки позволяют фирмам расширять свои наборы вариантов. «Технологические инновации» изменяют технологические возможности производства, «продуктовые инновации» позволяют создать новые товары.

Традиционно олигополистическое поведение моделируется как бескоалиционные игры, в которых каждая фирма преследует собственные интересы. В этих

[1] Наибольшего внимания заслуживает работа: *Keefer P.* Docs Social Capital Have an Economic Payoff? A Cross-Country Investigation // The Quarterly Journal of Economics. 1997. Vol. 112. №4. P. 1251–1288.

[2] *Тироль Ж.* Рынки и рыночная власть: теория организации промышленности: в 2 т. Изд. 2-е, испр. / пер. с англ.; под ред. В.М. Гальперина и Н.А. Зенкевича. СПб.: Экономическая школа, 2000. Т. 2.

играх особый интерес представляют равновесия. Равновесие по Нэшу составляет основную концепцию решения в теории игр. Набор действий находится в равновесии по Нэшу, если при заданных действиях соперников фирма не может увеличить свою прибыль, выбрав действие, отличное от равновесного. Рассматриваемые стратегии являются чистыми стратегиями: каждая фирма выбирает простое действие. В случае смешанной стратегии каждая фирма делает случайный выбор из некоторого множества действий. Равновесие по Нэшу обобщается на динамичные ситуации и задачи с неполной информацией.

В организации промышленности сговор и некооперативное поведение не противоречат друг другу. Во-первых, целевая функция одной альтруистической стороны может включать в себя и цели другой стороны. В таком случае для первой стороны выгодно принимать решения, помогающие другой. В данном контексте понятие «альтруизм» означает кооперативные действия, предпринимаемые исключительно в эгоистических интересах. Во-вторых, при отсутствии альтруизма стороны могут в случае конфликта пожелать изменить правила игры, если эта игра имеет губительные для них последствия. Это можно сделать, подписав контракт. К примеру, дуополисты могут согласиться разделить рынок, чтобы избежать ожесточенной конкуренции. Однако подписание контракта формально составляет лишь часть большой бескоалиционной игры. Эти две причины, по которым сговор может возникать на основе эгоистического поведения, имеют ограниченное значение в организации промышленности: фирмы редко рассматриваются как альтруисты, подписание основанных на сговоре контрактов для предотвращения конкуренции часто незаконно; в динамическом контексте фирма склонна действовать осмотрительно, так как агрессивное действие может вызвать у соперников рациональную реакцию или противодействие. С другой стороны, сговор имеет лишь видимый характер, он является результатом оптимального бескоалиционного поведения.

Действия двух фирм при одновременной игре можно рассматривать как стратегические дополнители (при прибыли больше 0) и заменители (при прибыли меньше 0)[1]. Цены часто являются стратегическими дополнителями, а производственные мощности – заменителями. Фирма выбирает свое действие прежде, чем узнает о действии своего оппонента. У нее нет возможности реагировать. Функции реакции показывают, что фирма сделала бы, если бы узнала об изменении в действии ее оппонента, чего в действительности она не знает.

В рамках теории олигополии предполагается, что на рынке фирмы встречаются только однажды. Они одновременно и несогласованно назначают цену. Парадокс Бертрана гласит, что при таких обстоятельствах даже олигополисты ведут себя подобно конкурирующим фирмам; для изучения ценового поведения число фирм в отрасли не имеет существенного значения.

В литературе содержится ряд альтернативных подходов. Один из них связан с

[1] Эта терминология заимствована из теории спроса. Два товара являются дополнителями для потребителя, если уменьшение цены одного товара делает другой товар боле привлекательным для потребителя и, наоборот, заменителей.

убывающей отдачей от масштаба или ограничениями по мощности; в нем же изучаются принципы модели, конкурирующей с парадигмой Бертрана, – модели Курно для количественной конкуренции. Модель Курно предполагает, что фирмы отдают предпочтение не ценам, а количеству, аукционист же для выравнивания спроса и предложения выбирает цену. Конкуренцию по Курно можно рассматривать как двухшаговую игру, в которой фирмы сначала избирают мощности (или переменные масштаба), а затем конкурируют посредством цен. В качестве факторов, ужесточающих или ослабляющих конкуренцию, рассматривают следующие[1].

1. *Убывающая отдача от масштаба и ограничения по мощности.* Предельные затраты производства становятся бесконечными при некотором объеме выпуска, называемом уровнем мощности. При данной цене фирма не склонна предлагать больше своего конкурентного предложения, которое определяется равенством цены и предельных затрат. Точная форма функции остаточного спроса зависит от того, каких потребителей будет обслуживать фирма с низкой ценой, т.е. правила рационирования.

Правило эффективного рационирования. Рационирование называется эффективным, если оно максимизирует потребительский излишек. Функция остаточного спроса, определяемая правилом эффективного рационирования, – это та функция, которая была бы получена, имей потребитель возможность перепродавать товар другому, т.е. осуществлять арбитраж[2]. Эффективное рационирование называют параллельным рационированием. Оно имеет место в тех случаях, когда кривая спроса складывается из его одинаковых нисходящих кривых и все потребители рационируются в равной степени.

Правило пропорционального (или рандомизированного) рационирования. Все потребители имеют одинаковую вероятность быть рационированными. Это правило неэффективно для потребителей: некоторые потребители с оценкой ниже величины предельных затрат на приобретение товара для совокупности покупателей покупают данный товар потому, что они могут получить более выгодную цену p1, однако фирма 2 предпочитает это правило правилу эффективного рационирования, так как ее остаточный спрос выше при любой цене.

2. *Ценовая конкуренция при постоянной отдаче от масштаба дает цену, равную постоянным предельным затратам.* Естественным обобщением для убывающей отдачи от масштаба был бы «конкурентный исход». При конкурентном

[1] *Тироль Ж.* Рынки и рыночная власть: теория организации промышленности: в 2 т. Изд. 2-е, испр. / пер. с англ.; под ред. В.М. Гальперина и Н.А. Зенкевича. СПб.: Экономическая школа, 2000. Т. 2. С. 24–34.

[2] Известно, что конкурентный рыночный обмен между потребителями эффективен. Отмечается, что существование бесфрикционного арбитража между потребителями является лишь допущением. По предположению на другой стороне рынка фирмы не могут изменять цены. Таким образом, предполагаются слишком большие фрикции на стороне предложения и слишком малые – на стороне спроса. См.: *Тироль Ж.* Рынки и рыночная власть: теория организации промышленности: в 2 т. Изд. 2-е, испр. / пер. с англ.; под ред. В.М. Гальперина и Н.А. Зенкевича. СПб.: Экономическая школа, 2000. Т. 2.

равновесии каждая фирма находится на кривой своего предложения, поэтому одна фирма не будет предлагать больше, если другая повышает свою цену. Фирма, поднимающая свою цену намного выше конкурентной цены, теряет часть спроса; однако это лишь эффект второго порядка, так как последние единицы были проданы по цене, равной предельным затратам. В то же время эта фирма повышает цену на допредельные единицы и реализует эффект первого порядка в увеличении своей прибыли.

Нахождение равновесия при возрастающих предельных затратах нередко составляет сложную задачу. В общем случае оно существует в смешанных стратегиях[1]. Но одно из основных свойств равновесия состоит в том, что цены обеих фирм превышают конкурентную цену. Монополист не будет продавать по цене ниже своих предельных затрат.

Ценовая конкуренция сводится к простому результату: каждая фирма знает, что обе фирмы выбирают ту цену, которая позволяет им выбрасывать свои производственные мощности на рынок. В этом случае рассматривается двухшаговая игра, в которой фирмы одновременно выбирают одинаковые мощности, а затем, зная мощности друг друга, синхронно выбирают равнозначную цену. Идея рассмотрения двухшаговой игры, в которой фирмы принимают инвестиционное решение, а затем определяют цену, не ограничивается выбором мощностей.

Внимания заслуживают инвестиционные решения, связанные с выбором в пространстве продуктов. Двухшаговые игры формализуют представление о том, что инвестиционное решение принимается до принятия ценовых решений, они отражают долго- или среднесрочный выбор при довольно гибких ценах.

Ценовая конкуренция составляет последний этап конкуренции. Решения относительно масштабов производства должны приниматься до выхода фирм на рынок. В ситуациях, когда фирмы могут производить во время или после определения спроса, второе условие не выполняется. Однако в ряде случаев существование ex ante выбора масштаба производства может оказаться резонным.

Ценовая конкуренция даже среди нескольких фирм дает конкурентные исходы. Однако ценовая конкуренция смягчается, когда фирмы сталкиваются с резко возрастающими предельными затратами, конкурируют повторно или их продукты дифференцированны.

Если фирмы выбирают свои мощности прежде, чем начнут ценовую конкуренцию, при сильных допущениях они ex post выбирают ту цену, которую выбрал бы аукционист, чтобы очистить. Этот результат дает несколько обоснований модели Курно, в которой фирмы выбирают количества, а аукционист затем выбирает цену, чтобы очистить рынок, если количества интерпретируются как мощности.

[1] Это свойство делает статистическую модель выбора цены особенно подозрительной. Предположим, что каждая фирма рандомизирует цены. Цена фирмы может быть оптимальна ex ante (до того как фирме станет известно о выборе цены другой фирмой). Но ex post (после выяснения этого выбора) фирма может пожелать изменить свою цену, что актуализирует рассмотрение ценовой динамики.

Таким образом, модели Бертрана и Курно не следует рассматривать как две конкурирующие модели, обеспечивающие противоречивые прогнозы относительно исхода конкуренции на данном рынке. В конечном счете фирмы почти всегда ведут ценовую конкуренцию. Напротив, эти модели предназначены для отображения рынков с различными структурами затрат. Модель Бертрана содержит оптимальную аппроксимацию для отраслей с довольно равномерными предельными затратами; модель Курно лучше подходит для отраслей с резко возрастающими предельными затратами.

При обосновании модели Курно с существованием ограничений по мощности необходимо быть осмотрительным. Количественную конкуренцию можно в общем случае рассматривать как конкуренцию в выборе масштаба, где выбор фирмой масштаба определяет функцию ее затрат и условия ценовой конкуренции.

Харт отметил, что наличие большого числа конкурентов не всегда необходимо для получения конкурентного исхода. Важно, чтобы фирма была мала относительно рынка своего товара и поэтому не испытывала значительного влияния со стороны своих решений по рыночной цене[1].

Аллен и Хелливиг исследовали ценовую игру с ограничением по мощности, когда число фирм стремится к бесконечности[2]. Фирмы продают количества в соответствии с полной мощностью в некоторой области, где мощности не слишком велики; в двухшаговой игре выбор мощностей на первом шаге заканчивается в этой области, а исход эквивалентен исходу Курно. В модели ценовой конкуренции, происходящей после конкуренции мощностей, цены корректируются быстрее, чем мощности. При выборе цен есть смысл рассматривать мощности как заданные. Конкуренты наблюдают мощность фирмы до ценового шага, тогда она действует как индикатор цены, которую фирма собирается назначить. Если мощности совершенно ненаблюдаемы, это свойство исчезает, формально все происходит так, как будто мощности и цены выбираются одновременно.

Как последовательные, так и одновременные количественно-ценовые игры содержат равновесия в смешанных стратегиях. Эта особенность несколько неудовлетворительна, если действительно считать, что цены могут изменяться гораздо быстрее, чем мощности. При смешанных стратегиях одна фирма обычно останавливается на более высокой цене, чем у ее конкурента, и имеет небольшой остаточный спрос или вовсе не имеет его. Эта фирма захочет отреагировать и пересмотреть свою цену в сторону снижения, чтобы увеличить свою рыночную долю.

Смешанные стратегии требуют динамики цен. Возможность создания производственных запасов составляет особенность, когда предварительные обязательства по мощности принимают форму производства до продажи и повторяется игра, в которой принимаются решения о мощности и ценах.

---

[1] *Hart O.* Monopolistic Competition in a Large Economy with Differentiated commodities // Rew. Econ. Stud. 1979. Vol. 46. P. 1–30.

[2] *Allen B., Hellwig M.* Bertrand – Edgeworth Oligipoly in Large Markets // Rew. Econ. Stud. 1986. Vol. 53. P. 175–204.

Динамическая ценовая конкуренция и тайный сговор. Для простоты анализа предполагалась мгновенная конкуренция: фирмы одновременно назначали цены, затем исчезали. На практике фирмы действуют неоднократно. Долгосрочные инвестиции, технологические знания, барьеры на вход способствуют долговременным взаимодействиям в относительно устойчивом множестве фирм. При повторяющемся взаимодействии фирма, принимая решение о снижении цены, должна учитывать не только возможное увеличение текущей прибыли, но и возможность возникновения ценовой войны и долгосрочных потерь.

В настоящее время используется ряд подходов к разработке модели динамической конкуренции[1]. Во всех подходах снижение цены приносит фирме, снижающей цену, краткосрочную прибыль, но вызывает ценовую войну, цены, превышающие предельные затраты, могут поддерживаться в равновесии.

Подходы «противодействия» во всех трех подходах различны. В первом подходе ценовая война – явление чисто самореализующееся. Фирма назначает низкую цену, поскольку ожидает, что так поступят другие фирмы. Сигналом, инициирующим такую бескоалиционную фазу, служит предыдущее снижение цены одной из фирм. Второй подход предполагает ценовые жесткости в коротком периоде; реакция одной фирмы на снижение цен другой фирмой мотивируется желанием восстановить долю рынка, которую соперник сократил и продолжает сокращать посредством агрессивной ценовой стратегии. Третий подход сосредоточивается на межвременных связях, которые возникают между фирмами в процессе получения ими информации друг о друге. На снижение цены фирма реагирует назначением низкой цены, так как предыдущее снижение цены послужило информацией либо о низких затратах, либо о том, что ему нельзя доверять в части выполнения условий сговора; в будущем он, вероятно, будет назначать относительно низкие цены.

Начиная с Чемберлина некоторые авторы полагали, что повторяющееся взаимодействие между олигополистами должно способствовать сговору. Чемберлин признавал, что существуют факторы, которые могут препятствовать сговору: лаги обнаружения и асимметрии фирм[2].

Тайный сговор (по Чемберлину) поддерживается угрозой ответного действия, которое может наступить тогда, когда станет известно об отклонении от соглашения какого-либо субъекта отрасли. Цены, назначенные производителем, быстро становятся наблюдаемыми для его конкурентов, в других отраслях цены могут оставаться отчасти скрытыми. Если представить, что снижение цен никогда не будет обнаружено, тогда все будет происходить так, как если бы фирмы одновременно выбирали цены: тогда не будет таких цен, на которые могли бы реагировать конкуренты. В такой ситуации при отсутствии ограничений по мощности фирмы назначают цены на уровне своих предельных затрат и не получают прибыли.

[1] Обзор представлен в кн.: *Тироль Ж.* Рынки и рыночная власть: теория организации промышленности: в 2 т. Изд. 2-е, испр. / пер. с англ.; под ред. В.М. Гальперина и Н.А. Зенкевича. СПб.: Экономическая школа, 2000. Т. 2. С. 69–70.

[2] Ч*емберлин Э.* Теория монополистической конкуренции. М., 1996.

Информационные лаги делают будущее отдаленным и, таким образом, снижают актуальность динамического взаимодействия. Аналогичное утверждение можно сделать по поводу существования ситуации больших объемов продаж, например, в случае поступления большого заказа от крупного покупателя. В такой ситуации можно предсказать, что сговор будет иметь тенденцию к развалу, поскольку частная краткосрочная выгода от снижения цены велика по сравнению с долгосрочными потерями, связанными с последующей ценовой войной. Олигополисты, вероятно, должны осознавать угрозу сговору, порожденную секретностью, и вследствие этого могут принять меры по ее устранению. Во-первых, они могут создать отраслевую торговую ассоциацию, которая собирает подробную информацию о сделках, заключаемых членами ассоциации, либо позволяет своим членам осуществлять перекрестный контроль над назначением цен. Участники отрасли также могут предварительно уведомлять об изменениях своих цен. Во-вторых, олигополисты могут возложить на своих оптовых и розничных торговцев обязанность поддерживать перепродажные цены.

Суть в том, что любое отклонение от поведения, основанного на сговоре, легко обнаружить, поскольку товар производителя продается по единой цене, не искаженной своеобразием распределения и ценовой дискриминацией. В-третьих, когда фирмы продают сотни или тысячи различных продуктов, опытное ценообразование, такое как единая наценка (маржа) для всех продуктов или использование типичных цен, помогает фирмам быстро анализировать ценовое поведение друг друга в сложных условиях[1]. Некоторые виды опытного ценообразования требуют большого объема общедоступной информации. В случае единой наценки, например, фирмам необходимо было бы знать и о затратах друг друга, чтобы проверить, выполняется ли опытное решение. Назначение цен по базисным пунктам и нормативным срокам на выполнение работ требует меньше общедоступной информации.

Рассмотренные методы позволяют соперникам фирмы сделать вывод об изменении ее ценовой стратегии исходя только из наблюдения за ценами. Они снижают информационные отставания, таким образом, ускоряют ответное действие. Нередко утверждается, что эти методы используются для того, чтобы способствовать координации путем сосредоточения внимания на одной цене. Согласно этой теории, фирмам будет трудно сосредоточиться на «фокальном равновесии» в сложной внешней игре (возможно, из-за ограниченной рациональности). Ни теория сбора информации, ни теория координации не объясняют, как выбирается опытная или типичная цена.

Примером отрасли, в которой применяются такие методы, является производство турбинных генераторов, где доминируют General Electric и Westinghouse. Процесс приобретения турбинных генераторов электроэнергетическими компа-

[1] В качестве примера приводится авторемонтная мастерская, которая вначале устанавливает стандартные сроки на выполнение работ, а затем – почасовые ставки.

ниями был строго засекречен. В 1963 г. General Electric, которую стремительно догонял соперник, объявила о новой политике ценообразования. Во-первых, она выпустила новый каталог цен, в котором содержались упрощенные и исчерпывающие формулы для расчета цены турбогенератора как функции его технических характеристик. Старый каталог во многом допускал свободную интерпретацию, в частности при некоторых технических альтернативах и при назначении цены на запчасти. Полученная цена затем умножалась на единый коэффициент, устанавливались единые почасовые ставки. Оба соперника использовали одинаковые расчетные цены по торговой книге и даже закончили использованием одинаковых коэффициентов. Во-вторых, General Electric объявила, что она не будет применять ценовую дискриминацию по отношению к различным покупателям, в том числе на межвременных отрезках: ее контракты включали в себя положение о шестимесячной ценовой защите.

Асимметрия. Предположение Чемберлина о том, что вероятным рыночным исходом будет монопольная цена, ставит вопрос: что происходит, если олигополисты имеют различные предпочтения относительно цены, в частности различные монопольные цены? Например, их предельные затраты могут различаться, поэтому фирмы с низкими затратами в большей мере предпочитают координироваться по низкой цене, чем фирмы с высокими затратами. Фирмы также могут предлагать дифференцированные продукты – по качеству, местоположению, каналам распределения. Нередко полагают, что неоднородность затрат и продукции может затруднить координацию по данной цене.

Если продукция фирмы дифференцированна, настоящей конкуренции не существует, поэтому проблема координации на основе сговора не возникает. В симметричных условиях цена, по которой осуществляется координация, естественно, является монопольной ценой. Такая цена максимизирует прибыль и влечет за собой симметричное перераспределение прибылей. При асимметричных затратах не существует «фокальной цены», по которой осуществляется координация.

Принято считать, что контракт на многих рынках притупляет стимулы к соперничеству. К. Эдвардс представляет, что фирмы, которые конкурируют друг с другом на многих рынках, могут не отважиться на жесткую борьбу, поскольку перспективы получения частной выгоды не всегда стоят того, чтобы рисковать общим благосостоянием… перспективу выгоды от ожесточенной конкуренции на одном рынке можно сравнить с опасностью ответных налетов конкурента на других рынках»[1]. Как отмечают Бернхайм и Уинстон, компания могла бы так же энергично и одновременно бороться на всех рынках, чтобы ее краткосрочный выигрыш имел не локальный, а общий характер.

Принято считать, что число фирм в отрасли влияет на возможность сговора. Первоначальное рассмотрение рыночной концентрации базировалось на интуи-

[1] Цит. по: *Bernheim D., Whinston M.* Multimarket Contract and Collusive Behavior. Dep. of Economics. Harvard Univ., 1986.

тивном представлении о том, что высокая концентрация необходима для исходов, основанных на сговоре.

До известной степени тайный сговор легче поддерживать при меньшей силе фирм. Угроза наказания срабатывает только в том случае, если наказание наступает вскоре после снижения цен. Такое наказание может быть отложено по двум взаимосвязанным причинам. В-первых, конкурент может узнать о снижении фирмой цены с некоторым опозданием. Это может произойти, когда производители заключают контракты с небольшим числом крупных покупателей (оптовиками или последующими производителями). В таких случаях секретность контрактов препятствует сговору. Действительно, если бы снижение цен никогда не обнаруживали, сговор невозможно было бы поддерживать. Во-вторых, нечастое взаимодействие задерживает наказание и делает более привлекательным текущее снижение цены.

Ранее предполагалось, что после некоторого информационного лага прошлый выбор фирмой цены вполне наблюдается ее соперником. Однако часто возникают ситуации, когда цены ненаблюдаемы; фирма может предложить потребителю ценовую скидку или повысить качество услуг без роста цен. Если цена соперника ненаблюдаема, фирма должна полагаться на данные о своей реализованной доле рынка или спросе, чтобы обнаружить любое снижение цены соперником. Однако, если функция спроса случайна и нарушения ненаблюдаемы, этот процесс вывода искажается. Низкая доля рынка может быть обусловлена агрессивным поведением соперника или спадом спроса. Поэтому, когда спрос имеет случайный характер, снижение цен трудно обнаружить, что может препятствовать сговору.

Грин и Портер разработали модель супериигры, которая формализует проблему тайного снижения цены[1]. К такой ситуации не всегда применим принцип максимального наказания. Когда выбор цен вполне наблюдаем, имеет смысл прибегнуть к крайним мерам наказания, так как они никогда не наблюдаются на равновесной траектории и поэтому беззатратны для фирм, представляют собой только угрозы. В условиях неопределенности ошибки неизбежны, максимальные наказания необязательно должны быть оптимальными.

При несовершенной информации невозможно поддерживать исход, полностью базирующийся на сговоре. Его можно было бы поддерживать только в том случае, если бы фирмы постоянно действовали в сговоре (назначали монопольную цену) даже при получении низкой прибыли, так как низкая прибыль и в условиях сговора может быть результатом небольшого спроса. Фирма, уверенная в том, что ее соперник продолжит сотрудничество, даже если его прибыль будет низкой, имеет стимул к тайному снижению цены: снижение цен приносит краткосрочную прибыль и не порождает долгосрочных убытков. Таким образом, полный сговор несовместим со сдерживанием снижения цен.

В супериграх с повторяющимся ценовым взаимодействием никогда не реагируют на переменные, которые в данный момент влияют на их прибыль.

[1] *Green E., Porter R.* Non-cooperative Collusion Under Imperfect Price Information // Econometrica. 1984. Vol. 52. P. 87–100.

В действительности непрерывно корректировать цены невозможно. Фирмы несут затраты в процессе принятия решений об изменении цен, при пересылке новых прейскурантов и каталогов розничной торговли, изменении ценников, рекламировании снижения цен для потребителей. Такие альтернативные затраты обычно невелики, поэтому фирмы при желании могут часто менять цены, однако ежедневное или ежеминутное изменение цен нередко оказывается недопустимо дорогостоящим, поэтому цены могут демонстрировать жесткость в коротком периоде. Для ценовой жесткости существуют другие каналы, по которым прошлые выборы цен влияют на текущие прибыли. В сфере спроса прошлые цены могут влиять на существующую репутацию фирмы посредством получения потребителями информации о товаре или об изменении функции затрат. В сфере предложения прошлые цены влияют на текущие запасы либо текущий объем работ, если на выполнение заказов требуется время. Наличие ценовой жесткости увеличивает вероятность того, что ценовые реакции будут не реакциями самостабилизации, а лишь попытками вернуть или закрепить долю рынка. Простейший способ формализовать краткосрочную жесткость цен и реакции на выигрышные цены – это предположить, что фирмы назначают цены несинхронно.

Ценовые корректировки протекают более вяло во время подъемов деловой активности, чем во время спадов. При падении спроса они ориентированы на понижение и приводят к временному увеличению рыночной доли фирмы, инициирующей корректировку. Во время подъемов каждая фирма неохотно осуществляет корректировку в сторону повышения, так как это приводит к временной потере рыночной доли.

Ценовая жесткость не может формализовать тайный сговор в ситуациях с повторяющимися аукционами. Новые цены тогда назначаются на каждом аукционе, в силу ограничения выбор времени осуществляется синхронно. Ортега-Рейхерт разработал теорию тайного сговора для аукционов первого предложения[1]. Его идея состоит в том, что каждая фирма, назначая высокую цену на аукционе, пытается сигнализировать другим фирмам, что ее затраты менее эффективны, чем на самом деле, и тем самым показать, что она не будет агрессивно назначать цены на следующем аукционе. Она побуждает соперника менее агрессивно назначать цены в будущем.

Ценовые жесткости в коротком периоде могут поддерживать ценовой сговор. Этот подход предполагает, что фирмы реагируют на переменные, которые связаны с выигрышем и определены прошлым выбором цены (переменные, связанные с выигрышем, могут быть самими ценами, но также могут порождаться (косвенно) инерцией потребителей либо межвременными технологическими связями). Таким образом, подчеркивается роль реальных переменных. В действительности прошлые изменения имеют значение не только потому, что они воздействуют на

[1] *Ortega-Reichert A.* Models for Competitive Billing under Uncertainty: Ph. D. thesis. Stanford Unit., 1967.

реальные переменные, но еще и потому, что дают информацию о конкурентах. Олигополисты имеют дело со многими переменными, которые не могут точно оценить. К числу таких переменных относятся структура затрат их конкурентов, состояние спроса, потенциал рынка, прошлый выбор цен или наблюдаемый спрос. Прошлые изменения влияют на неосязаемые переменные. Это увеличивает возможность появления у фирм желания манипулировать информацией о соперниках с целью получения выгоды в дальнейшем.

В одномоментной ситуации фирма склонна назначить высокую цену, если ее предельные затраты высоки, и низкую цену в противном случае. При отсутствии стратегического манипулирования информацией высокая цена первого шага свидетельствует о высоких затратах фирмы либо о том, что спрос велик. Если затраты положительно коррелируют во времени, в частности – не зависят от времени, фирма также назначит высокую цену на втором шаге. Соперник должен использовать информацию, доставленную ценой данной фирмы на первом шаге, для прогнозирования ее поведения на втором. Рациональная фирма понимает это и стремится в общем случае манипулировать информацией соперника. Для этого она назначает цену выше цены, максимизирующей ожидаемую прибыль первого шага при данных предельных затратах либо на основе своей информации о спросе. В свою очередь соперник должен предвосхитить побуждение фирмы назначать высокую цену и, соответственно, модифицировать свои выводы. В повторяющейся ценовой игре с асимметричной информацией о предельных затратах или спросе каждая фирма жертвует краткосрочной прибылью, повышая свою цену, чтобы создать репутацию фирмы, устанавливающей высокие цены[1]. В двухшаговой игре такой эффект есть только на первом шаге. На втором шаге каждая фирма максимизирует ожидаемую прибыль второго шага на основе его информации, так как эта репутация переносится в будущее. Фирмы предпочитают дифференциацию для смягчения ценовой конкуренции, ищут максимальную ценовую дифференциацию. Существуют силы, которые противодействуют максимальной дифференциации продуктов, и силы, которые противодействуют любой дифференциации продуктов.

Могут существовать внешние эффекты, побуждающие фирмы располагаться поблизости друг от друга: размер затрат, близость к источнику сырья. С точки зрения спроса поиск товаров потребителями может стимулировать скопление фирм в одном месте, что уменьшает затраты этих фирм на поиск и увеличивает их совокупный спрос. Если увеличение спроса не компенсируется значительным ростом ценовой конкуренции, такая стратегия может иметь смысл.

Таким образом, поведенческая теория игр объясняет поведенческие особенности экономических субъектов, вынужденно находящихся во взаимодействии и стремящихся разрешить конфликтные ситуации наиболее продуктивным способом.

---

[1] *Тироль Ж.* Рынки и рыночная власть: теория организации промышленности: в 2 т. Изд. 2-е, испр. / пер. с англ.; под ред. В.М. Гальперина и Н.А. Зенкевича. СПб.: Экономическая школа, 2000. Т. 2. С. 100.

Раздел II

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ПОВЕДЕНЧЕСКОЙ ЭКОНОМИКИ

Глава 5

СОБСТВЕННОСТЬ КАК ИНСТИТУТ СВОБОДНОГО ИНДИВИДУАЛЬНОГО ВЫБОРА И СВЯЗАННОЙ С НИМ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ

В условиях институциональной трансформации экономики в системе социальных наук не прекращается поиск новой парадигмы экономической теории как свода идей и представлений, теоретической и методологической основы, задающей вектор экономического развития. Одной из таких попыток является появление поведенческой экономики как науки, созданной на позитивистском подходе к исследованию экономических процессов и явлений, дающей психологическое объяснение накопившемуся эмпирическому материалу.

Институциональная структура как комплекс экономических институтов-норм и организаций представляет собой упорядоченное расположение институциональных элементов, играющих важную роль в экономической деятельности общества, обладающих характерными, свойственными только их взаимосвязями и в совокупности своей образующими определенную систему институционального характера. Упорядоченность расположения элементов подразумевает под собой их точное и четкое расположение друг относительно друга в масштабе всей системы, выделение уровней их иерархии и выявление соответствующих иерархических связей.

Общая характеристика экономических институтов

Понятие «экономические институты» введено в научный оборот институционально-социологическим направлением экономической теории.

Представителей институционализма интересуют две основные проблемы: экономической власти и контроля над экономикой, в связи с чем они и используют концепцию «институты».

Под экономическими институтами обычно понимаются правила игры в обществе или формально созданные людьми ограничения, формирующие взаимодействие людей.

Институты создают структуру стимулов обмена, общественного, политического или экономического. Институты являются как формальными законами (конституции, законодательства, права собственности), так и неформальными правилами (традиции, обычаи, кодексы поведения). Институты создавались людьми с целью обеспечения определенного порядка и устранения неопределенности в обмене.

Такие институты вместе со стандартными ограничениями, принятыми в экономике, определяли набор альтернатив и таким образом определяли издержки производства и обращения и соответственно прибыль и вероятность привлечения к экономической деятельности. Джек Найт считает, что институты – набор правил, структурирующих общественные взаимоотношения особенным образом, знанием которых должны обладать все члены данного сообщества.

Формальные институты часто создаются, чтобы служить интересам тех, кто контролирует институциональные изменения в рыночной экономике. Погоня за собственными интересами одних может иметь негативный эффект у других.

Общественные институты, реализующие идеологические и духовные потребности, влияют на общественные организации и экономическое поведение. Попытки государства манипулировать общественными институтами, допустим, нормами, в своих целях часто оказывались безуспешными. Примером может служить воспитание советских людей в духе морального кодекса строителя коммунизма. Институты можно рассматривать как общественный капитал, который может меняться через обесценение и новые инвестиции. Формальные законы могут меняться быстро, но принуждение и неформальные правила меняются медленно. И здесь примером может служить Россия, приспосабливающая для рыночной модели подходящие экономические институты капитализма. Неформальные правила, нормы, обычаи не создаются властями, часто они развиваются стихийно.

Институты медленно приспосабливаются к изменениям окружающей обстановки, поэтому институты, бывшие эффективными, становятся неэффективными и остаются таковыми продолжительное время, так как трудно повернуть общество с исторического пути, установленного много времени назад.

Между институтами и организациями существует разница. В то время как институты являются набором правил и законов, определяющих взаимодействие, действие отдельных лиц, организации являются корпоративными действующими лицами, которые сами могут быть объектами институциональных ограничений. Организации имеют внутреннюю структуру, институциональные рамки, определяющие поведение индивидов, составляющих организации. Некоторые коллективные объединения могут быть как институтами, так и организациями, например, фирма, правительственная бюрократия, церковь или учебное заведение.

Для понимания связи между институтами и эффективностью производства существенна концепция трансакционных издержек. Термин ***транскционные***

издержки введен в научный оборот лауреатом Нобелевской премии Р. Коузом (р. 1910). Эти издержки связаны не с производством как таковым, а с сопутствующими ему затратами: поиском информации о ценах, контрагентами хозяйственных сделок, издержками заключения хозяйственных договоров, контролем за их исполнением и т.д.

Дж. Коммонс впервые ввел в научный оборот понятие ***«трансакция»*** – это не обмен товарами, а отчуждение и присвоение прав собственности и свобод, созданных обществом[1]. Такое определение имеет смысл в силу того, что институты обеспечивают распространение воли отдельного человека за пределы области, в рамках которой он может влиять на окружающую среду непосредственно своими действиями, т.е. за рамки физического контроля, и, следовательно, оказываются трансакциями в отличие от индивидуального поведения как такового или обмена товарами. Дж. Коммонс различал три основных вида трансакций:

1. *Трансакция сделки* – служит для осуществления фактического отчуждения и присвоения прав собственности и свобод, при ее осуществлении необходимо обоюдное согласие сторон, основанное на экономическом интересе каждой из них.

В трансакции сделки соблюдается условие симметричности взаимных действий, в том числе и отношений, между субъектами. Отличительным признаком трансакции сделки, по мнению Дж. Коммонса, является не производство, а передача товара из рук в руки.

2. *Трансакция управления* – в ней ключевым является отношение управления-подчинения, которое предполагает такое взаимодействие между людьми, когда право принимать решения принадлежит только одной стороне. В трансакции управления поведение явно ассиметрично, что является следствием асимметричности положения сторон и, соответственно, асимметричностью правовых отношений.

3. *Трансакция рационирования* – при ней сохраняется асимметричность правового положения сторон, но место управляющей стороны занимает коллективный орган, выполняющий функцию спецификации прав собственности. К трансакциям рационирования относят: составление бюджета компании советом директоров, федерального бюджета правительством и утверждение органом представительной власти, решение арбитражного суда по поводу спора, возникающего между действующими субъектами, посредством которого распределяется богатство.

В экономической теории выделяют пять основных форм трансакционных издержек.

Издержки поиска информации. Связаны с поиском контрагентов хозяйственных сделок и поиском наиболее выгодных условий купли-продажи.

Издержки введения переговоров и заключения контрактов. Это затраты на заключение соглашения между контрагентами, переговоры об условиях продажи, юридическое оформление сделки.

[1] *Commons J.* Institutional Economics // American Economic Review. 1931. V. 21. P.652

Издержки измерения – издержки, связанные с определением качества, безопасности для здоровья. Действия организаций, направленные на снижение данного вида издержек: торговая марка («бренд»); стандартизация выпускаемой продукции; гарантии, предоставляемые фирмой (бесплатный гарантийный ремонт, право обмена бракованной продукции на хорошую и т.д.)

Издержки спецификации и защиты прав собственности. Спецификация прав собственности – закрепление отдельных полномочий (входящих в понятие права собственности) за одним или несколькими экономическими субъектами. Издержки связаны с издержками на установление объекта и субъекта собственности, функционированием судебной системы, органов охраны правопорядка и т.д.

Издержки оппортунистического поведения. Связаны с нечестностью, обманом, сокрытием информации.

В любом обществе экономические агенты стремятся снизить величину трансакционных издержек, этому и способствуют экономические институты, снижающие неопределенность, с которой сталкиваются экономические субъекты в процессе своей деятельности. Главная цель институтов и заключается в установлении устойчивой структуры взаимодействия между людьми.

Важнейшим институтом, устанавливающем экономические правила поведения, является собственность.

Сущность собственности

Различные экономические школы по-разному определяют собственность и ее сущность.

Идеолог мелкобуржуазного социализма П.-Ж.Прудон (1809–1865) так определил данную категорию: «Собственность – это кража». Его мысль не была принята в обществе, хотя дала миру важную деталь. Если один член общества владеет какой-то вещью, то другой – лишен возможности ее иметь. Следовательно, основой собственности являются общественные отношения, а не природа. Марксистская теория определяет собственность как отношения между людьми присвоения (отчуждения) средств производства и создаваемых с их помощью материальных благ в процессе их производства, распределения, обмена и потребления.

Здесь внимание концентрируется на том, что факт принадлежности материальных благ субъекту должен признавать не только он сам, но и другие субъекты, поэтому возникает право собственности как общественное отношение.

Собственность как экономическая категория существует независимо от воли и сознания людей. Еще Солон (594 г. до н.э.) и Клисфен (509 г. до н.э.) отмечали, что законы не создают отношений собственности, они закрепляют отношения, которые фактически сложились в обществе. Поэтому следует различать экономическую и юридическую категории собственности.

Как экономическая категория собственность выражает отношения присвоения и отчуждения между людьми. Как юридическая категория собственность есть

субъективное толкование объективно сложившихся отношений присвоения, общественной потребности закрепить то, что уже сложилось на практике.

Одно из первых определений собственности дано в кодексе императора Юстиниана (V в.) «Римское право», где собственность рассматривается как право владения, пользования и распоряжения имуществом.

Главным в содержании собственности является присвоение.

Присвоение есть отчуждение объекта собственности субъектом от других субъектов, осуществляемое наряду с экономическими насильственными и юридическими способами. Можно выделить присвоение посредством труда, посредством обращения и как акт, совершаемый в самом процессе производства, момент производства.

От собственности как полной формы присвоения и отчуждения следует отличать владение, пользование и распоряжение.

Владение – это неполное, частичное присвоение. Владелец – представитель средств производства. Он является персонифицированным представителем собственника. Владение – функционирующая собственность при условиях, определяемых собственником. Например, аренда, кредит, которые предполагают срочность, платность, возвратность, а также присвоение части дохода.

Пользование – фактическое применение вещи в зависимости от ее назначения.

Пользование представляет собой форму реализации владения и собственности. Если владение есть функция собственности, то пользование есть функция владения.

Распоряжение – это принятие решений владельцем или другим лицом по поводу функционирования объекта собственности, основанное на праве предпринимателя передавать в пользование имущество в пределах, дозволенных собственником.

В связи с этим важно отметить, что предприниматель в рыночной экономике может не быть собственником, но обязательно должен обладать правами владения, пользования и распоряжения – триадой полномочий собственности.

Отношения собственности есть *объектно-субъектные отношения*, где объектом выступают материальные условия производства и жизни человека (средства производства и рабочая сила), а также результаты производства (материальные блага и услуги), а субъектами – человек, товарищество, ассоциация, трудовой коллектив, представители государства, работники государственного аппарата.

Собственность тесно связана с *экономической властью*. Строго говоря, управление производством является функцией собственности, одной из ее обязательных сторон. Как правило, управляет производством тот, кто является собственником средств производства. Собственность – один из ключевых (хотя и не единственный) элементов экономической власти, ее источник.

Согласно экономической теории прав собственности не ресурс (средства производства или рабочая сила) сам по себе является собственностью, а пучок или доля прав по использованию ресурса.

У истоков теории прав собственности стояли два известных американских экономиста – Р. Коуз и А. Алчиан. В дальнейшей разработке этой теории принимали участие И. Барцель, Г. Беккер, Д. Норт, Н. Ченг, Р. Познер и др. Полный пучок прав, называемый «перечнем Оноре» (в честь англ. юриста А.М. Оноре) состоит из 11 элементов, куда входят:

1) право владения, т.е. право исключительного физического контроля над благами;

2) право использования, т.е. применения полезных свойств благ для себя;

3) право управления, т.е. решения, кто и как будет обеспечивать использование благ;

4) право на доход, т.е. на обладание результатами от использования благ;

5) право суверена, т.е. право на отчуждение, потребление, изменение или уничтожение блага;

6) право на безопасность, т.е. на защиту от экспроприации благ и от вреда со стороны внешней среды;

7) право на передачу блага в наследство;

8) право на бессрочность обладания благом;

9) запрет на использование способом, наносящим вред внешней среде;

10) право на ответственность в виде взыскания, т.е. возможность взыскания блага в уплату долга;

11) право на остаточный характер, т.е. право на существование процедур и институтов, обеспечивающих восстановление нарушенных правомочий.

Права собственности понимаются как санкционированные обществом (законами государства, традициями, обычаями, распоряжениями администрации и т.д.) поведенческие отношения между людьми, которые возникают в связи с существованием благ и касаются их использования.

Отношения собственности в этой теории выводятся из ограниченности ресурсов: без какой-либо предпосылки редкости бессмысленно говорить о собственности. Поэтому отношения собственности – это система исключений из доступа к материальным и нематериальным ресурсам.

Экономические правила устанавливают права собственности, т.е. пучок прав по владению, использованию, управлению, присвоению дохода от собственности, на бессрочность обладания собственностью и передачу в наследство и т.д. Вся полнота человеческого существования экономически обеспечивается собственностью как институтом свободного индивидуального выбора и связанной с ним ответственностью, что пронизывает все сферы и уровни экономики, наделяя ее способностью к эволюции.

Например, система прав собственности для конкретного национального образования является континуумом определенных экономических и социальных отношений по поводу владения, пользования и распоряжения ресурсами страны. Отдельные члены общества, находясь в пространстве этого континуума, могут иметь различные взгляды на ценность отдельных благ, справедливость их распределения,

уровень правовой защиты собственности и другие аспекты данных отношений. При этом следует опираться на классическую методологию в определении собственности. Это методология берет начало в трудах Г.В.Ф. Гегеля, который утверждал: «Лицо имеет право помещать свою волю в каждую вещь, которая благодаря этому становится моей, получает мою волю как свою субстанциональную цель, поскольку она в себе самой ее не имеет, как свое определение и душу; это абсолютное право человека на присвоение всех вещей. Поскольку в собственности моя воля как личная воля, тем самым как воля единичного, становится для меня объективной, то собственность получает характер частной собственности, а общая собственность, которая по своей природе может быть в единичном владении, получает определение расторжимой в себе общности, оставлять в которой мою долю само по себе дело произвола[1].

В условиях институциональной трансформации экономики в системе социальных наук не прекращается поиск новой парадигмы экономической теории как свода идей и представлений, теоретической и методологической основы, задающей вектор экономического развития. Одной из таких попыток является появление поведенческой экономики как науки, созданной на позитивистском подходе к исследованию экономических процессов и явлений, дающей психологическое объяснение накопившемуся эмпирическому материалу.

Институциональная структура как комплекс экономических институтов-норм и организаций представляет собой упорядоченное расположение институциональных элементов, играющих важную роль в экономической деятельности общества, обладающих характерными, свойственными только им взаимосвязями и в совокупности своей образующими определенную систему институционального характера. Упорядоченность расположения элементов подразумевает под собой их точное и четкое расположение друг относительно друга в масштабе всей системы, выделение уровней их иерархии и выявление соответствующих иерархических связей.

Экономические правила устанавливают права собственности, т.е. пучок прав по владению, использованию, управлению, присвоению дохода от собственности, на бессрочность обладания собственностью и передачу в наследство и т.д. Вся полнота человеческого существования экономически обеспечивается собственностью как институтом свободного индивидуального выбора и связанной с ним ответственностью, что пронизывает все сферы и уровни экономики, наделяя ее способностью к эволюции.

Например, система прав собственности для конкретного национального образования является континуумом определенных экономических и социальных отношений по поводу владения, пользования и распоряжения ресурсами страны. Отдельные члены общества, находясь в пространстве этого континуума, могут иметь различные взгляды на ценность отдельных благ, справедливость их распределения, уровень правовой защиты собственности и другие аспекты данных отноше-

[1] *Гегель Г.В.Ф.* Философия права. М.: Мысль, 1990. С. 103, 104.

ний. При этом следует опираться на классическую методологию в определении собственности. Эта методология берет начало в трудах Г.В.Ф. Гегеля, который утверждал: «Лицо имеет право помещать свою волю в каждую вещь, которая благодаря этому становится моей, получает мою волю как свою субстанциональную цель, поскольку она в себе самой ее не имеет, как свое определение и душу; это абсолютное право человека на присвоение всех вещей. Поскольку в собственности моя воля как личная воля, тем самым как воля единичного, становится для меня объективной, то собственность получает характер частной собственности, а общая собственность, которая по своей природе может быть в единичном владении, получает определение расторжимой в себе общности, оставлять в которой мою долю само по себе дело произвола. Обладание собственностью является средством по отношению к потребности, когда ее делают первым; истинное же положение состоит в том, что с точки зрения свободы собственность как ее первое наличное бытие есть существенная цель для себя».

Отношения собственности часто определяют как систему ограничений доступа к материальным и нематериальным ресурсам. Термин «доступ» трактуется как полный набор решений по поводу данного ресурса. Абсолютно свободный доступ к ресурсу соответствует тому факту, что он с позиций отношений собственности содержит диалектическое противоречие: ни принадлежа никому, одновременно принадлежит всем.

Иногда степень исключительности трактуют как величину, варьирующуюся в пределах от «1», когда доступ к ресурсу открыт только одному лицу, до «0», когда доступ открыт всем членам общества, что реализуется в отношениях общественной собственности. Однако, с нашей точки зрения, такая позиция не учитывает права на частичный доступ к какой-либо вещи других лиц, наиболее ярким примером чего являются корпоративная и антрепренерская формы собственности. Поэтому матрица правовых экономических отношений собственности имеет не плоскостную форму, а трехмерную, что отдаленно напоминает различия между плоскостной и трехмерной Декартовой системой координат.

В поведенческой экономике актуальной является проблема дифференциации, ограничения и выявления степени эксклюзивности прав собственности. Если процесс дифференциации прав чаще всего рассматривается в позитивном плане, ограничению и индивидуализации прав в основном присущи негативные аспекты. Думается, что в данном случае все три стороны правового экономического поля имеют объективную основу, им нельзя приписывать какую-либо негативную сторону, так как глубокое и всестороннее рассмотрение прав собственности должно базироваться на реальном отображении сложных процессов развития социально-экономической системы, ключевыми элементами которой они являются. В этой связи можно согласиться с К. Эрроу, утверждающим, что «…каждый индивидуум имеет порядок предпочтений на всех возможных состояниях социума. Этот порядок выражает не только его пожелания, касающиеся его собственного потребления, но и его социальные установки, его взгляды на справедливость в

распределении или на блага, получаемые другими индивидуумами от коллективных решений»[1].

Изменения в системе прав собственности приводят к динамическим преобразованиям во всем комплексе стимулов и мотивов, определяющих поведение экономических агентов. Современные экономические институты в рыночной среде имеют значительные преимущества благодаря заинтересованности непосредственно самих агентов рыночных отношений в сохранении системы прав собственности, стержнем которой является частная собственность. В связи с этим представляется, что при исследовании института прав собственности в поведенческой экономике нельзя сводить основные положения соответствующей теории к изучению и сравнению структур и механизмов координации экономической деятельности и раскрытию различных форм хозяйственной практики, увязывая все эти явления и процессы только с характером, формами и видами трансакционных издержек.

Еще один важный аспект поведенческой экономической теории – это комбинирование отдельных правовых норм собственности, базирующихся на ее отдельных вариациях и формах, функционирующих в рамках единого общенационального права. Государство играет важную роль в этом процессе, аккумулируя настроения и взгляды, господствующие в обществе. Его роль, с одной стороны, сводится к защите и укреплению существующих в данный момент гарантий, с другой – к улавливанию и материализации на административной основе новейших институциональных преобразований.

Постоянно изменяясь, права собственности определяют в рамках направлений этих изменений градиент или основной вектор развития социально-экономической системы. Они играют роль критерия сравнительных способов поведения экономических субъектов в рамках действующего на данный момент времени единого правового поля.

Этот критерий имеет две стороны: количественную, или материальную, а также качественную, или нематериальную. В первом случае подразумевается количественная оценка экономическим субъектом «цены» того или иного способа поведения на рынке и в общественной жизни, включая его отношение к собственности и количественному уровню трансакционных издержек. Во втором случае имеется в виду моральная, нравственная и этическая оценка по поводу изменения своего поведения по отношению к системе верований, обычаев и традиций, господствующих в данный момент времени в конкретном регионе или национальном образовании.

Так как права собственности не могут перераспределяться свободно и быстро, обмен этими правами, их перераспределение, расщепление, дифференцирование и

[1] *Эрроу К.* Общее экономическое равновесие: цель исследования, методология анализа, коллективный выбор. Нобелевская лекция от 12 декабря 1972 г. // Нобелевские лауреаты по экономике: взгляд из России / под ред. проф. Ю.В. Яковца. СПб.: Гуманистика, 2003. С. 168.

интегрирование в условиях рынка будут происходить в тех направлениях, в которых выгоды экономического субъекта будут превышать издержки данного процесса.

Любой контракт реализуется в рамках определенной системы собственности. В свою очередь, разные системы собственности подразумевают под собой дифференцированные уровни трансакционных издержек на аналогичные виды хозяйственной деятельности и различные степени защиты направлений ее реализации. Это определяется в первую очередь сложившейся конъюнктурой ее приоритетов в общественном сознании и поведении, а также стратегическими и тактическими маневрами органов государственной власти.

Существует несколько правовых режимов реализации отношений собственности в поведенческой экономике. В системе отношений преимущественно рыночного типа приоритет отдается частной собственности, правовой режим которой закрепляется в основных законах многих стран мира. Например, в Конституции США и Билле о правах, или Первых десяти поправках и дополнениях к Конституции США, о защите прав частной собственности говорится косвенно, в основном в ст. IV Билля о правах. Эта статья начинается с положения: «Право народа на неприкосновенность личности, жилища, бумаг и имущества не может нарушаться…». Конституция Соединенных Штатов Америки утверждена на Конвенте 17 сентября 1787 г., Билль о правах. Первые десять поправок и дополнений к Конституции США предложены Конгрессом и ратифицированы законодательными собраниями штатов.

Напротив, в Конституции Российской Федерации в п. 2 ст. 8 прямо и четко декларируется положение о равенстве различных форм собственности, причем в перечне этих форм частная собственность находится на первом месте. В этом пункте Конституции Российской Федерации декларируется: «В Российской Федерации признаются и защищаются равным образом частная, государственная, муниципальная и иные формы собственности». Конституция Российской Федерации принята всенародным голосованием 12 декабря 1993 г[1].

Из сравнения этих подходов в двух основополагающих документах разных стран обнаруживается, какую серьезную роль играют обычаи и другие элементы поведенческой экономики для государств и общественных систем.

Так, для США с незыблемыми для общества традициями защиты частной собственности подчеркивание ее приоритета в основном законе оказывается лишним, так как это положение само по себе имеет объективную долговременную основу. Напротив, для формирования современного, позитивного отношения к частной собственности органы власти Российской Федерации, представители общественности страны в масштабах формирования принципиально новых институциональных форм вынуждены были четко и недвусмысленно очертить границы структурных изменений социально-экономической системы в целом.

Развитие системы частной собственности приводит к такой реализации правовых отношений, при которой решение о характере, степени и последовательности

[1] Конституция Российской Федерации. М.: Юридическая литература, 1993. С. 6.

использования того или иного вида ресурса, находящегося в частной собственности, общество признает окончательным. При этом имеются лишь незначительные ограничения законодательного порядка, связанные в основном с общим правилом ненанесения вреда другим членам общества при реализации прав собственности на данный ресурс.

Государство в данном случае обязано защищать привилегированное право индивидуального собственника по отношению его доступа к конкретному ресурсу и характера деятельности с ним. Уступка или передача прав собственности, в том числе на временной основе, также происходят по свободному решению индивидуума, обладающего правом частной собственности.

В случае реализации права государственной собственности общество вводит систему правил, согласно которым доступ к определенным ресурсам осуществляется при реализации общественных интересов в масштабах всего национального образования или государства в целом.

Динамика современного этапа институциональных трансформаций характеризуется возникновением и развитием противоречия между традиционным способом экономического поведения или привычной рутиной хозяйственного взаимодействия людей и новыми способами удовлетворения потребностей. Кроме того, возникают новые потребности, обусловленные трансформацией всей структуры социально-экономической системы. Например, возникают потребности в конкурировании, получении нового социального статуса, накоплении большого количества движимой и недвижимой собственности, получении доходов путем участия в спекулятивных операциях. В итоге ранее привычная рутина трудового поведения в изменившихся условиях не приводит к удовлетворению первичных материальных потребностей людей, которые начинают ориентироваться на новые стандарты, обусловленные развитием преимущественно рыночных отношений. Представляется, что при этом процессе важно «имплантировать» в практику реализации данных жизненных стандартов социальные нормы, которые в дальнейшем должны приобрести рутинные черты.

Процесс становления новых форм реализации института прав собственности приобретает реальное содержание в результате деятельности экономических агентов, не удовлетворенных сложившейся структурой распределения материальных благ и собственным статусом и, соответственно, стремящихся изменить правовые отношения собственности и контрактные отношения в свою пользу. Используя новейшие технологии, материалы и другие инновационные факторы, они могут это реализовать, на первых порах, не выходя из рамок существующего правового поля. Если же эти рамки становятся тесными, их пределы видоизменяются, обеспечивая институциональную поддержку технико-экономических преобразований. В дальнейшем этот процесс циклически повторяется.

Для предприятий, функционирующих на основе различных форм собственности, следует выделять следующие характерные для них кластеры прав собственности, определяющие поведение экономических агентов.

Главная отличительная черта частного предприятия

Частное предприятие выступает основным элементом современной хозяйственной жизни. Главной отличительной чертой частного предприятия является то, что ее собственник обладает кластером прав, закрепляемых законодательством, таких как:

– право на предпринимательский доход, или право на доход, оставшийся после вычета стоимости издержек всех факторов производства;

– право представлять организацию во внешней среде, или право основной стороны всех внешних контрактов;

– право стратегического планирования деятельности предприятия и заключения будущих контрактов;

– право построения организационной структуры предприятия, или право на структурирование внутрифирменных контрактов, введения системы стандартов, спецификаций и правил;

– право управления, или право координации деятельности работников и перераспределения структуры контрактных взаимоотношений при необходимости;

– право контроля, или право контролировать поведение и степень выполнения контрактов всеми остальными участниками производственной деятельности;

– право определения места и роли работников в структуре предприятия, а также их найма и увольнения в соответствии с контрактом;

– право разработки и применения на контрактной основе мотивационной системы морального и материального стимулирования, включающей в себя как позитивные стимулы, так и негативные, ограничивающие деструктивное поведение работников;

– право на использование инноваций во всех сферах организационной и хозяйственной деятельности предприятия;

– право продажи полностью или частично всех перечисленных полномочий.

Из рассмотрения системы контрактных прав частного предприятия видно, что данная система жестко структурирована основным стержневым элементом – держателем центрального набора прав, а именно – владельцем предприятия. Как раз он является главным элементом данной системы, ее определяющим ключевым звеном.

В результате единоличного использования владельцем частного предприятия данного комплекса прав достигается существенная экономия времени, ресурсов и всех видов трансакционных издержек при деятельности предприятия на рынке. Так как в данном случае решения принимаются единолично, особая экономия в структуре трансакционных издержек достигается в процессе ведения переговоров.

Наличие прав на стимулирование труда, контроль, наем и увольнение рабочей силы позволяют частному предпринимателю постоянно держать в поле зрения интенсивность и качество трудового процесса на предприятии, а также вовремя ограничивать элементы возможного деструктивного поведения работников,

связанные, например, с ленью, уклонением от полноценного выполнения условий трудового контракта, завышенной самооценкой и другими подобными негативными качествами и их проявлениями в трудовой деятельности.

Фактором ограничения подобных качеств у самого собственника является его право на получение остаточного дохода, которое дисциплинирует владельца и не позволяет ему уклоняться от реализации основных функций управления, организации, контроля и долгосрочного стратегического планирования. Если по каким-либо причинам, например, по причине развития вредных привычек, нанесших здоровью значительный ущерб, в связи с другими деструктивными или более прозаичными факторами, предприниматель не может или не хочет выполнять свои обязанности, право на продажу всего комплекса прав позволяет позитивно разрешать подобную ситуацию.

Корпоративная форма собственности

Корпоративная форма собственности включает в себя одновременно элементы и частной, и общественной собственности. Владельцы или акционеры открытой корпорации обладают такими основными правами, как:

– право на часть общего или остаточного дохода корпорации в соответствии с количеством акций;

– право на продажу акций на фондовом рынке;

– право на наем высших менеджеров;

– право на совместный контроль над деятельностью высших менеджеров;

– право принятия стратегических решений в отношении внутренней и внешней среды;

– право нести ограниченную ответственность в пределах доли капитала, соответствующего наличию акций.

По сравнению с владельцами частных компаний собственники корпораций не обладают значительным набором прав. Они не вмешиваются в процесс приема, увольнения и перемещения основной массы работников, делегируя эти права высшим менеджерам. Ими не осуществляются координация деятельности работников и распределение ресурсов в процессе производства, не принимаются решения по оперативным и тактическим вопросам.

Решения, которые входят в компетенцию корпоративных собственников, принимаются ими коллегиально на собраниях акционеров или их представителей. Вследствие этого права собственности владельцев корпоративной компании ограничены, более аморфны по сравнению с правами собственников частных компаний. Ограничена и мобильность принятия стратегических решений или решений в случае наличия непредвиденных, кризисных ситуаций. Это ограничение обусловлено минимальным промежутком времени, в течение которого можно провести собрание акционеров.

Однако такое распределение прав собственности имеет и некоторое относительное преимущество. В корпорации происходит концентрация крупных сумм капитала с распределением риска пропорционально долевому участию.

Владельцы акций ни при каких обстоятельствах не могут индивидуально влиять на движение и распределение ресурсов. Это означает, что процесс производства более стабилен и не зависит от прихотей или элементов деструктивного поведения отдельных собственников, так как они не имеют права на извлечение какой-либо части физического капитала из процесса его оборота, только на продажу своего пакета акций. При этом акционер не обязан согласовывать данный акт купли-продажи с другими акционерами.

Считается, что одной из серьезных проблем корпорации является невозможность постоянного контроля со стороны ее владельцев над деятельностью высших менеджеров, особенно в промежутки времени между собраниями акционеров. В результате имеется возможность ослабления организационной дисциплины – вплоть до появления элементов деструктивного поведения со стороны этих менеджеров. По мнению теоретиков прав собственности, это обусловлено недостаточной мотивацией высших менеджеров по сравнению с частными собственниками, которые не имеют права на остаточный доход.

В результате в этом случае имеется вероятность постоянного стремления к повышению уровня личного дохода при его отнесении на общие издержки. Это, в свою очередь, в значительной мере может снизить остаточный доход, распределяемый среди акционеров. Кроме того, потребности и стимулы к активной деятельности в управлении и организации производственной деятельности владельцев предприятия существенным образом снижаются при уменьшении количества акций в одних руках, что соответствует уменьшению их доли в совокупном корпоративном капитале.

Отсюда часто делается вывод о том, что расщепление прав собственности в акционерной форме по сравнению с ее частной формой делает процесс управления менее эффективным. Думается, что это утверждение неверно. В этом отношении более правильную точку зрения высказывают те теоретики прав собственности, которые в деятельности, связанной с развитием ее корпоративной формы, видят уравновешивающие моменты. Эти моменты придают ей большую эффективность и за счет этого позволяют компенсировать указанные выше ее контрпродуктивные проявления.

Поведение менеджмента организации

Обстоятельства, позволяющие повышать эффективность управления корпоративной собственностью ее владельцами и активно влиять в прямом и опосредованном виде на поведение менеджмента организации, заключаются в следующем:

– колебания курса акций на фондовом рынке стимулируют интенсификацию труда высших менеджеров корпорации;

– часто высшие менеджеры и работники предприятия становятся держателями акций или акционерами-инсайдерами;

– сотрудничество менеджеров с корпорацией, имеющей известную товарную марку и высокую репутацию, способствует повышению их ценности на рынке труда, что является стимулом для эффективной деятельности;

– расщепление корпоративной собственности среди большого количества акционеров способствует сокращению количества акций, которые могут выступать в качестве контрольного пакета, при этом возрастает доля владельцев, реально влияющих на процесс управления;

– привлечение большой массы капитала за короткие промежутки времени способствует реализации крупных инвестиционных проектов инновационного характера, а значит, обеспечивает долгосрочный успех в конкурентной борьбе, сокращает риски и тяготы преодоления входных барьеров при диверсификации производства, проникновении в перспективные растущие отрасли и на новые рыночные сегменты и ниши;

– акционеры могут активно влиять на изменение графика и методов реализации своей совместной деятельности, например, сокращая промежутки времени между очередными собраниями, а значит, более гибко влиять на процесс принятия решений при существенном изменении ситуации, особенно когда это изменение имеет предкризисный или кризисный характер;

– корпоративная форма собственности в связи с ее более крупными масштабами способствует еще большему относительному и абсолютному сокращению трансакционных издержек;

– в условиях корпоративной собственности возможно наиболее широкое использование мотивов и стимулов повышения производительности и качества труда работников;

– обществу и государству легче реализовывать и контролировать масштабные социальные программы в условиях корпоративной формы собственности.

При учете всех факторов, определяющих сравнительные преимущества и недостатки частной и корпоративной форм собственности, можно прийти к следующему выводу о том, что эти формы собственности взаимозависимы, асимметрично взаимодополняемы и в конечном итоге одинаково эффективны с позиции общества в целом.

В методологическом и историко-логическом отношении приоритет все же следует отдать частной собственности. Это обусловлено не тем, что она имеет некое особое или культовое значение, а тем, что на ее основе в условиях рынка и конкуренции возможно развитие большого количества других конкретных форм собственности и соответствующей системы правовых отношений. Следует констатировать, что в реальной действительности социально-экономические системы развиваются, вбирая в себя различные элементы собственности в виде слоеных конгломератов отдельных, контрастно выделенных отношений, а также в виде глубоко перемешанных различных форм собственности, которые в общем случае мож-

но назвать смешанными системами собственности. К таковым следует относить «переплетенную» собственность, обладающую тремя важнейшими чертами, такими как множество разнородных собственников, неопределенные границы между общественными и частными формами собственности с развитием гибридных, перекрестное владение собственностью, включая банки и промышленную собственность; композитную собственность, когда в рамках одной организационной формы сочетается собственность работников, управляющих, банковское и иностранное участие, а также государственную собственность; перекрестную собственность, когда компании с ограниченной ответственностью находятся в собственности физических лиц, частных предприятий и других компаний с ограниченной ответственностью, которые в свою очередь находятся в собственности государства; сетевую собственность, образующую целостную систему предприятий, объединенную прямыми и косвенными связями вне зависимости от их принадлежности; «гибридную собственность» – калейдоскоп смешанных общественных и частных форм собственности; «собственность в виде ленты Мебиуса» – «отпочкование» новой компании от существующей при участии специалистов «рискового» финансирования и самой материнской компании и т.д. При этом следует учитывать, что для различных институциональных форм неодинакова степень смешивания и интеграции данных форм собственности. Кроме того, волновые и циклические процессы, а также другие динамические явления периодически приводят к трансформации базовых элементов экономического института прав собственности.

Теорема Д. Коуза

Как отмечает Д. Норт, «поскольку большая часть экономической истории человечества – это история людей, которые имеют разные силы и возможности и стремятся максимизировать свое благосостояние, было бы удивительно, если бы эта максимизирующая деятельность нередко не велась бы за счет других»[1]. В этом случае необходимо ответить на вопрос: детерминирована ли данная институциональная структура прав собственности внутренними факторами, навязана ли она извне или является следствием сочетания внутреннего и внешнего воздействия? Вследствие этого возникает противоречие между социальными слоями основной массы индивидов, стремящихся максимизировать собственные доходы при посредничестве государства, и наиболее влиятельной в экономическом отношении прослойкой людей, склонных к перераспределению произведенного продукта и полученных доходов в свою пользу.

Разрешение данного противоречия заключается в том, что государство объективно должно формировать такую структуру экономических институтов, при по-

[1] *Норт Д.* Институты, институциональные изменения и функционирование экономики. М.: НАЧАЛА, 1997. С. 171.

мощи которой оно в первую очередь способствовало бы формированию оптимальной налогооблагаемой базы с целью максимизации собственных доходов. С этой же целью государство должно активно заниматься производством таких общественных благ, которые существенно уменьшали бы общественные трансакционные издержки. В этом случае повышается эффективность производства, возрастает совокупный общественный продукт, а также выгоды всех членов общества.

Теорема Коуза, которая в наиболее полной трактовке выглядит следующим образом: «Если права собственности специфицированы и трансакционные издержки равны 0, структура производства будет оставаться неизменной независимо от изменений в распределении прав собственности, если отвлечься от эффекта дохода»[1], опосредованно посвящена проблеме внешних эффектов институциональной деятельности, каковые возникают вне сферы обмена правами собственности субъектами сделок и касаются третьих лиц или всего общества в целом.

Так как любой субъект поведенческой экономики основывает свои действия исходя из сопоставления частных выгод и издержек, в условиях недостаточной детализации правовых форм собственности это приводит либо к перепроизводству благ с отрицательными внешними эффектами, либо к недопроизводству благ с положительными внешними эффектами. С позиции общества распределение ресурсов оказывается неэффективным. Такими эффектами прежде всего являются негативные для внешней среды последствия заключаемых контрактов на основе реализации прав частной собственности.

В теореме по существу доказывается, что не сами отношения частной собственности порождают некоторые асоциальные явления, а, напротив, их недостаточное распространение на всю социально-экономическую систему в целом, все виды ее ресурсов, ограничения в развитии системы собственности, нечеткое разграничение и спецификация соответствующих прав служат тормозом рыночного саморегулирования и основой указанных недостатков.

Итоговый вывод теоремы можно трактовать как недопущение государственного вмешательства в сферу преодоления внешних эффектов, с которыми в определенных институциональных условиях рынок справляется самостоятельно. При рациональном, четком и всеобъемлющем распределении прав собственности согласно данной теореме внешние эффекты имеют тенденцию к инверсии во внутренние. Таким образом, в идеале устраняются негативные составляющие эффектов для общества в целом, экономической основой прав собственности в поведенческой экономике оказывается стимулирование этой инверсии в рамках определенных институциональных отношений. Напротив, причиной негативных внешних эффектов служат недостаточно определенные, нечеткие или еще не установленные права собственности, а значит, ее недостаточное развитие, в том числе по вине государ-

[1] *Коуз Р.* Институциональная структура производства. Нобелевская лекция от 9 декабря 1991 г. // Нобелевские лауреаты по экономике: взгляд из России / под ред. проф. Ю.В. Яковца. СПб.: Гуманистика, 2003. С. 547–559.

ства. В данном случае поведение государственной власти во многом определяется теми ограничениями, в которых она вынуждена действовать в рамках сложившихся институциональных отношений, прежде всего существующего уровня трансакционных издержек. Только сильная и уверенная государственная власть способна постепенно снижать данные негативные институциональные барьеры, повышая эффективность социально-экономической системы путем верного выбора градиента экономического развития.

Права собственности нельзя рассматривать как некий застывший конгломерат норм и законов, служащий репером или точкой отсчета в хозяйственной деятельности. Они имеют активную составляющую, которая определяет поведение людей в заранее оговоренных ситуациях. Таким образом, одни действия, которые в какой-либо ситуации трактуются как вредные для общества, подавляются, другие, определяемые как полезные, напротив, поощряются. Это касается одновременно легитимной и нелегитимной сфер деятельности. Возможные издержки в последнем случае могут стать для субъекта значительными и в виде отрицательного стимула принять форму преследования или наказания. Как соблюдение, так и нарушение регламентированных поведенческих норм и правил превращаются в процесс рационального для данного субъекта общества экономического выбора.

На недостатки или даже «провалы» рынка в решении социальных проблем, расхождение между оценкой выгод и, соответственно, издержек в их частном и общественном аспектах, сбои в обеспечении процесса рыночного саморегулирования обращали внимание Дж.М. Кейнс, А. Пигу, Д. Робинсон, В. фон Штакельберг и другие ученые. Некоторые из них считали, что отношения частной собственности в условиях рыночной среды недостаточно эффективны, а рыночное саморегулирование должно реализовываться в комплексе с мерами государственного регулирования. В этой связи представляется продуктивным мнение Дж. Тобина, выраженное в докладе нобелевского лауреата о российских реформах: «Цивилизованное общество не может выжить, когда необходимость уважения законов и других социальных норм рассматривается исключительно под углом зрения эгоистического интереса. Оно теряет жизнеспособность, если большинство людей соблюдают законы (например, платят налоги) лишь тогда, когда гедонистические подсчеты показывают, что дисконтированные величины вероятных санкций в случае поимки превышают дисконтированные же размеры вероятных выгод от нарушения закона. С возведением на пьедестал эгоистического поведения и очернением государства, наблюдавшимся в последние годы, отчасти сопряжены современные негативные тенденции. Убеждение, что «все получится, если не вмешиваться», – это рецепт анархического порядка»[1].

В результате для наиболее эффективного функционирования социально-экономической системы необходимо позитивное развитие соответствующих

[1] *Тобин Дж.* Вызовы и возможности // Нобелевские лауреаты по экономике: взгляд из России / под ред. проф. Ю.В. Яковца. СПб.: Гуманистика, 2003. С. 715.

экономических институтов, в рамках которых оптимизируются права собственности и другие не менее важные институциональные отношения в структуре поведенческой экономики. При этом важно не только выделять субъектов правового поля отношений собственности, но и определять их взаимосвязи с соответствующими объектами, периодически корректировать эти взаимосвязи в случае необходимости.

Достаточно актуально звучит высказывание столетней давности, принадлежащее Т. Веблену: «Люди, нищенски бедные, и те, чьи силы поглощает повседневная борьба за пропитание, консервативны потому, что не могут позволить себе позаботиться о послезавтрашнем дне; точно так же как очень богатые люди консервативны потому, что у них мало оснований быть недовольными той ситуацией, какая имеется на сегодняшний день»[1]. Следствиями этих процессов являются резкое расслоение населения по уровню доходов и пребывание неоправданно большого числа трудоспособных и работающих граждан за чертой бедности. Все это заставляет говорить об образовании «порочного круга бедности», препятствующего нормальному формированию и развитию экономических институтов в России. В то же время еще Г.В.Ф. Гегель писал о том, что, «если бы общество состояло только из неравных, оно бы распалось. Народ, который подвержен общей нужде, находится в состоянии своего распада, так как в основе сохранения всеобщности лежит благо особенности»[2].

Перераспределение прав собственности

В условиях дальнейшего формирования преимущественно рыночных отношений представляется целесообразным перераспределение прав собственности в пользу квалифицированных работников в сфере высоких технологий, науки, образования, других отраслей, определяющих облик экономики XXI в., которые в настоящее время не являются агентами инвестиционного спроса. Это позволит в дальнейшем изменить структуру источников дохода в пользу интеллектуального капитала, привлечь в интеллектуальную сферу молодые кадры, прекратить или значительно сократить отток высококвалифицированных специалистов за рубеж, увеличить темпы экономического роста.

Необходимо в большей мере наделить правами собственности людей, непосредственно занятых в производственном процессе, устранить ситуацию, при которой врачи, учителя, преподаватели высшей школы имеют уровень доходов (с учетом необходимости обеспечения членов их семей) на грани или даже ниже черты прожиточного минимума. Комплекс мероприятий, способствующий решению данной проблемы, может включать в себя такие меры, как:

[1] *Веблен Т.* Теория праздного класса. М., 1984. С. 212.

[2] *Гегель Г.В.Ф.* Философия права. М.: Мысль, 1990. С. 432.

– совершенствование правовых отношений собственности путем создания экономических стимулов по ее перераспределению от социальных слоев, имеющих сверхдоходы за счет использования ресурсной ренты, к слоям формирующегося среднего класса;

– привлечение работающих непосредственно в производстве людей к управлению предприятием через обеспечение или возвращение им доступа к определенной части акций в сумме около 50%;

– ограничение лишних бюрократических барьеров при реализации прав собственности, в том числе при создании и регистрации новых предприятий и организаций;

– приведение контрактной системы к единым, не зависящим от места расположения региона демократическим принципам взаимоотношения партнеров;

– создание условий, реально обеспечивающих равноправие различных форм собственности;

– оказание государственной поддержки малым и средним предприятиям, в первую очередь функционирующим в сфере производства и выпускающим инновационную и высококачественную продукцию;

– расширение числа субъектов, обладающих правом собственности, вовлечение в их число организаций и лиц, ранее не связанных с собственностью в сферах производства или распределения;

– осуществление мер по спецификации прав собственности, изменение мотивации владельцев предприятий, ориентированных на раздробление и перепродажу активов, мотивацию увеличения внутрифирменного капиталообразования;

– пропаганда и поощрение на государственном, региональном и муниципальном уровнях эффективно функционирующих экономических субъектов независимо от формы собственности, которую они представляют.

Постоянное перераспределение прав собственности в соответствии с институциональными изменениями в поведенческой экономике – важная функция государства, реализация которой способствует повышению общей эффективности экономического развития. Напротив, силовой метод ограничения прав собственности властью, основанный на сиюминутных интересах и необходимости решения неожиданно появившихся проблем, в долгосрочной перспективе не дает государству никаких преимуществ, приводит к снижению эффективности общественного производства.

Глава 6

ПОВЕДЕНЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ ФИРМЫ

Фирма, являясь институтом современной экономики, выступает как обособленная, организационно-оформленная, юридически независимая единица, основывающая свою деятельность на целой системе присущих ей норм и правил (подинститутов), формальных, неформальных, экономических, социокультурных и правовых.

Традиционная неоклассическая теория, представляющая фирму в виде «черного ящика», где на входе – ресурсы, а на выходе – результат хозяйственной деятельности, пришла в противоречие с экономической реальностью из-за отсутствия предполагаемой полной информации и допущения, что внутри фирмы агенты ведут себя рационально. Неоклассики не предполагали существования фирмы как особого общественного института группы людей, у каждого из которых могут быть особые интересы, цели и ценности. Институциональный подход в исследовании фирмы позволяет раскрыть природу происходящих процессов внутри и вне фирмы и ответить на ряд важных вопросов взаимодействия институтов, под которыми мы понимаем правила и нормы, а также механизмы принуждения по их исполнению. Неоинституциональная теория исследует экономические взаимодействия, используя принцип методологического индивидуализма, где центральным объектом анализа являются индивиды, их мотивы и стимулы поведения.

Современный институционализм представлен различными школами и направлениями, изучающими фирму как институт экономики. В настоящее время существует более 20 направлений теории фирмы, каждое из которых основывается на определенных научных принципах исследований, методах и специфическом категориальном аппарате. Но и неоклассический, и институциональный подходы не охватывают собой все многообразие природы фирмы, ее внутреннего устройства и взаимоотношения с внешней средой.

Одним из направлений изучения сложного мира принятий решений и управления фирмой является поведенческая теория.

Понятие «ограниченной рациональности» Г. Саймона

Основоположником поведенческой теории фирмы считается Герберт Саймон (1916–2001) – американский экономист, нобелевский лауреат, профессор психологии, информатики и менеджмента университета Карнеги–Мелонна в Питтсбурге, опубликовавший в 1947 г. монографию «Административное поведение». После

ряда эмпирических междисциплинарных исследований Г. Саймон публикует полученные результаты в работе «Модели человека – социальная и рациональная» (1957), а в 1958 г. совместно с Дж. Марчем – фундаментальное исследование «Организации». На основе теоретических и практических исследований Г. Саймон разработал теорию нормативных алгоритмов «правильных» решений в таких работах, как «Наука об искусственном» (1969), «Как люди решают проблемы» (совместно с А. Ньюэллом, 1972), и ввел понятие «ограниченная рациональность» (bounded rationality) исходя из предпосылок, что в условиях неопределенности среды и ограниченных счетных способностей экономические агенты:

1) ограничены в способностях точно определять цели и предполагать последствия принимаемых ими решений;

2) пытаются реализовать собственные цели не все сразу, а последовательно;

3) выбирают удовлетворительные, а не оптимальные цели меньше своих максимальных возможностей.

Ограниченная рациональность является одним их факторов возникновения оппортунизма. По определению О. Уильямсона, это «преследование личной выгоды с использованием коварства».

В 1978 г. Г. Саймону была присуждена Нобелевская премия за новаторское исследование процесса принятия решений в рамках управления организациями и фирмами. Г. Саймон выступил создателем Высшей школы управления бизнесом (MBA) Университета Карнеги–Меллона в Питтсбурге.

Методологической основой поведенческой теории фирмы является модель ограниченной (Г. Саймона) или переменной (Х. Лайбенстайна) рациональности агента (человека). В основе теории рассматривается обобщенная модель принятия решений, где целью является реалистичность не мотивации, а процесса, т.е. технологии, последовательности шагов по выработке решения.

В центре исследований поведенческой теории находятся процесс принятия решений экономическими агентами в условиях избытка информации относительно возможности ее обработки и влияние этих решений на развитие фирмы и ее поведение на рынке.

Поведенческая теория пытается исследовать деятельность экономических субъектов в реальных ситуациях в условиях отсутствия презумпции экономической рациональности на рынке, где господствует не рациональное, а конвенциональное поведение агентов, подчиненное не только целевой функции максимизации полезности или прибыли, но и принятым правилам и условностям с учетом традиций, культуры, менталитета, общественных норм и выработанных стандартов.

Поведенческая теория фирмы основана на огромном объеме эмпирических исследований, проведенных различными группами экономистов, имеющих цель раскрыть «черный ящик» домохозяйства и фирмы и показать, каким образом осуществляется реальный процесс принятия решений, выяснить его закономерности. Для этого в своих исследованиях последователи поведенческой теории используют такие методы, как:

а) массовые опросы менеджеров, служащих, собственников фирм в поисках ответа на вопрос о причинах поведения фирмы, отдельного предпринимателя или потребителя;

б) лабораторные эксперименты, вводные лекции, тренинги, поединки, отработка заданий на основе реальных ситуаций;

в) описание конкретного принятия решения в отделах и подразделениях фирмы;

г) разработка компьютерных моделей и программ по принятию реальных решений.

Обобщение эмпирических исследований с использованием индуктивного метода (от частного к общему) позволило сделать вывод о том, что человек (экономический агент) при принятии решений в бесконечном множестве альтернатив под воздействием собственных ограниченных счетных способностей и избытка информации обычно действует в системе выбора между двумя или тремя значениями функции рациональности (-1, 0, 1 – неудовлетворительно, безразлично, удовлетворительно) и не пытается реализовать максимальный или идеальный вариант, максимизирующий его полезность и прибыль, а выбирает первый удовлетворительный вариант в соответствии со своим «уровнем притязаний» и амбиций и прекращает поиск из-за субъективной оценки возможностей, на которые в это время и в этом экономическом пространстве он может рассчитывать[1]. «Уровень притязаний» динамичен и зависит от статистики последних побед и неудач агента. Опыт положительных или отрицательных результатов деятельности агента поднимает или понижает планку притязаний, но «низкий» уровень агенту может быть не интересен, а «высокий» выбирается им относительно реалистичности и досягаемости.

Выбор приемлемого варианта требует от экономического агента значительно меньшего уровня информированности и счетных способностей, чем в неоклассической модели. Сложность возникает, когда времени для принятия решения у агента достаточно и есть возможность найти несколько удовлетворительных вариантов. Тогда берутся и первый, и все последующие удовлетворительные варианты. После этого агент может поднять планку уровня притязаний и повторить процедуру с целью поиска максимальной полезности и исключения менее выгодных решений. Но сложность выбора уровня притязаний может привести агента к хреодному эффекту, потерям времени и средств на дополнительные расчеты. Если время агента ограниченно, результаты сравниваются непосредственно между собой либо с действующими показателями.

Теория ограниченной рациональности – поиск и выбор удовлетворительного решения и ориентация на привычные, устоявшиеся способы поведения и принятия решений, единственная формальная модель человеческого поведения, альтернативная модели максимальной полезности и прибыли. Концепция ограниченной рациональности справедливо подвергается критике, так как не дает однозначных и устойчивых предсказаний экономического поведения агентов в отличие от модели

[1] *Simon H.* Rational Decision – Making in Business Organizations. 1978. P. 285.

максимальной полезности, ее применение на практике требует сложных формул, вычислений и использования большого объема эмпирических данных.

По мнению Дж. Стиглера, теория ограниченной рациональности является той же неоклассической максимизацией полезности при учете издержек на получение и обработку информации, но, так как агенты делают расчеты и выбирают решения подсознательно, моделировать процесс принятия решений с их помощью нельзя.

Исследования Г. Саймона и американского экономиста Р. Хайнера[1] показали, что реакция агента на информацию для оптимального выбора решения наступает только в случае, если раздражитель (опасность, убытки, действия конкурентов) превышает пороговую величину. Тогда возникает так называемое селекционное восприятие, т.е. до определенного уровня изменения привычной картины мира у агента нет реакции на отклонения. Фирмы, коалиции собственников и менеджеров в течение десятилетий могут придерживаться откровенно ошибочных взглядов на положение вещей, невзирая на неоспоримые доказательства того, что ситуация требует изменений и принятия новых решений, например, в угольной, электронной, текстильной и во многих других отраслях российской экономики.

Выбор субъекта в итоге оказывается относительно независимым от конкретной ситуации и в значительной мере определяется набором успешных в прошлом моделей поведения. Чемпионы по сборке кубика Рубика при наличии 43 млрд возможностей, позиций и алгоритмов пользуются небольшим набором отработанных алгоритмов, т.е. человек может обладать нужной информацией или знанием, но никак на них не реагировать и не получать дополнительной выгоды или возможности из-за следования набору правил, рутин, сформированных привычек. Такой путь принятия решений агента заведомо не оптимален, но быстрее всего приводит к определенной цели.

Дополнение теории ограниченной рациональности с помощью экспериментальных исследований предпринял немецкий экономист Р. Зельтен – лауреат Нобелевской премии 1994 г. В своей работе «Ограниченная рациональность» (1990) Р. Зельтен разработал трехуровневую модель принятия решений: привычки – воображение – логические рассуждения[2]. Решение проблемы может возникнуть на каждом уровне – от низшего к высшему. Каждый уровень принятия решения сопровождается проблемой выбора планки притязаний и зоны ближайшего развития, из-за которой агент ищет решение либо по привычке, либо включая воображение, либо путем логических рассуждений. Окончательный выбор агента определяется условиями реальной ситуации, психологическим состоянием и преобладанием тех или иных целей.

---

[1] *Heiner R.* The Origin of Predictable Behavior // American Economic Review. 1983. № 4. P. 560–593.

[2] *Selten R.* Bounded Rationality // Journal of Institutional and Theoretical Economics. 1990. Vol. 146. P. 651–653.

Понятие переменной рациональности Х. Лайбенстейна

Понятие переменной рациональности ввел гарвардский профессор Х. Лайбенстайн. Теория переменной рациональности говорит о том, что степень рациональности (продуманности) агента зависит от двух сил, физиологической и социальной[1]. Физиологическая, животная природа человека требует экономить мыслительную энергию и душевные силы, т.е. диктует минимум рациональности, а общественная природа человека (нормы и стандарты общества) через внешние ограничители и приоритеты требует максимального расхода энергии для высокого положения в социальной иерархии и достижения уважения через решение сложных задач и удовлетворение своих потребностей. В результате достигается компромисс между физиологией и общественным влиянием, оптимальная для душевного комфорта индивида степень рациональности[2].

Х. Лайбенстайн ввел понятие «Х-эффективность», принцип, показывающий, что фирма не способна полностью использовать интеллектуальный потенциал своих работников и достичь максимальной эффективности и прибыли, так как внутрифирменные контракты, имеющие имплицитный характер, не могут полностью регламентировать поведение работника, стремящегося к собственному комфорту.

Поведенческая теория фирмы получила логическое развитие в работах экономистов Дж. Марча и Р. Сайерта, определивших фирму как коалицию индивидов и подразделений. Авторы «Поведенческой теории фирмы», опубликованной в 1963 г., но сохраняющей актуальность и большое теоретическое значение, показали, что поведение фирмы зависит от принимаемых участниками коалиции решений и определяется целями, ожиданиями и выбором фирмы, а также степенью контроля над выполнением избранного решения[3]. Для принятия решений в поведенческой модели Сайерта – Марча фирма осуществляет:

1) прогноз спроса на свою продукцию;

2) прогноз поведения конкурентов;

3) оценку издержек;

4) формулировку целей из вышеназванного.

Фирма составляет план действий и производит его оценку для соответствия целевым уровням показателей. Если план соответствует, его принимают; если не подходит, происходит корректировка с уточнением реалистичности прогнозов и целей.

Субъективный произвол участников коалиции строго ограничен бюджетом фирмы, разделением обязанностей и компетенций участников в ее рамках. Коалиционное соглашение изменяется под воздействием уровня притязаний участников

[1] *Leibenstein H.* Beyond the Economic Men. Harvard University Press Cambridge (Mass.), 1976.

[2] *Автономов В.С.* Эволюция концепции экономического субъекта в буржуазной политической экономии // Экономика и математические методы. 1985. № 2. С. 232–233.

[3] *Cyert R., March J.* A Behavioral Theory of the Firm. Englewood Cliffs. 1963. P. 27–28.

фирмы, таким образом, «фирма становится совокупностью целей своих подразделений». Дж. Марч предложил метафору мусорной корзины и представил процесс принятия решений фирмой в виде потоков проблем, конфликтов, альтернатив, участников, взаимодействие которых (почти случайное) определяет будущее фирмы. Группа целей различных подразделений и участников фирмы определяет не максимальный, а определенный (удовлетворительный) уровень выпуска и цены продукции, а также:

1) достижение или превышение определенного уровня показателей объема производства;

2) поддержание уровня запаса комплектующих и готовой продукции для избегания недостач и остановки технологических процессов;

3) желаемый уровень продаж и наценок;

4) долю рынка, стабильность и престиж фирмы;

5) прибыль, рост капиталовложений.

Ограниченная рациональность участников не дает агентам возможности удерживать в поле зрения все проблемы и согласовывать их друг с другом оптимальным образом. Участники не приходят к единой цели, но каждый раз вынуждены учитывать совокупность альтернативных целей других участников. Фактически при отсутствии доминирующей группы в виде контролирующего и стимулирующего центра (группы собственников или топ-менеджеров) происходит постоянный торг между подразделениями по целям и распределяемым ресурсам. Из-за возникающих конфликтов интересов и невозможности оценить объективно вклад каждого участника некоторые участники получают вознаграждения и привилегий больше, чем минимум, необходимый для того, чтобы удержать их в коалиции. Оплата работы агентов в фирме производится не по предельной производительности, а выше, возникает (по определению Р. Сайерта и Дж. Марча) «организационная расслабленность», сравнимая, на наш взгляд, с эффектом безбилетника. Современная корпоративная культура и идеология большинства крупных фирм требуют, чтобы все ошибки, альтернативные мнения были наказаны независимо от того, насколько они полезны или незначительны. Однако организационная расслабленность позволяет фирме рассматривать различные цели участников, пути развития, порой не совсем совместимые, и иметь управленческую слабину, избыточные расходы на управленческий персонал, что в период экономического кризиса позволяет находить альтернативные направления развития и источники дополнительных ресурсов за счет экономии при сохранении коалиции участников. По определению О. Уильямсона, причиной «управленческой слабины» является оппортунизм менеджеров, в данном случае для фирмы это дает положительный эффект, но не для пожилого человека с небольшим пакетом акций «Газпрома» или других энергокомпаний, который как до кризиса, так и во время кризиса еще больше платит за потребляемые домохозяйством киловатт-часы и кубометры газа тарифов ЖКХ, якобы регулируемых правительством, авиаперелеты, отдых в санаториях и загранпоездки топ-менеджеров фирм, миноритарным участником которых он

является. Выводы, к которым приходят Дж. Марч и Р. Сайерт[1] в своих исследованиях, состоят в следующем:

1) поиск информации осуществляется фирмой не регулярно, а как исключение в тех случаях, когда действующие организационные решения доказали свою неэффективность в изменившихся условиях;

2) предполагаемые новые варианты поведения фирмы сравниваются не между собой, а с действующими решениями и оцениваются с точки зрения соответствия важнейшим параметрам деятельности (главным образом, есть ли в бюджете фирмы средства на проект и изменения).

Заметим, что многие лидирующие фирмы действуют как раз от обратного, достигают успехов за счет регулярного мониторинга среды и постоянного поиска и применения технологических и институциональных инноваций.

Коалиция участников фирмы

Обобщая вышесказанное, мы приходим к выводу о том, что фирма как коалиция участников вынуждена находить компромисс между всеми заинтересованными группами и отдельными участниками и учитывать совокупность и взаимовлияние их целей. На согласование целей оказывает сильнейшее воздействие наличие внутрифирменной рутины, сводящей принятие решений к принятым и отработанным процедурам. Порой это приводит к усложнению достижения быстрого и эффективного результата, в том числе с учетом ограничения бюджета фирмы, так как принимается не самый оптимальный, а удовлетворительный результат, сравниваемый не с новыми альтернативными решениями, а с предыдущей неработающей процедурой или технологией, которые могут быть выгодны отдельным участникам, проявляющим оппортунистическое поведение.

Фирме для поддержания личной конкурентоспособности приходится постоянно отслеживать развитие собственной рутины, процедур, бюрократических процессов, их соответствие стандартам качества современной экономики и рутине, присутствующей не только у отраслевых конкурентов. Таким образом, поведение фирмы становится обучающимся, инновационным. Происходит институциональная саморегуляция фирмы через межфирменный импорт и экспорт нововведений, инноваций, процедур, институтов.

Рутины фирмы должна сопутствовать интересам развития и выживания. Наследование и передача рутины составляют существенную часть знаниевых активов фирмы, ее рыночной стоимости.

Конфликты, возникающие внутри фирмы, происходят из-за разных интересов и целей основных групп влияния, что определяет траекторию развития фирмы и на-

[1] *March J., Olsen J.* Ambiguity and Choice in Organizations. Bergen, Norway: Universitetsforlaget, 1976. P. 26.

правления ее деятельности. Профессор менеджмента из канадского университета Макгилла Г. Минцберг рассматривает взаимодействие групп через иерархическую функциональную систему фирмы в следующем виде:

1) высшее руководство, стратеги;

2) операторы, которые производят продукт и услуги;

3) линейные управляющие, которые осуществляют координацию производства и деятельности;

4) аналитики, которые занимаются разработкой системы планирования и контролирования;

5) обеспечивающий персонал, который оказывает непрямую поддержку производства;

6) идеологи.

Каждая из групп влияния выполняет свои функции для достижения собственных целей. Группа Минцберга провела одно из самых скрупулезных исследований того, как успешные руководители распоряжаются собственным временем[1]. Личные интересы не позволяют топ-менеджерам тратить много времени на планирование, организацию, мотивацию и контроль в фирме. На одну проблему, по мнению Минцберга, у руководителя уходит в среднем 9 мин в день. Экономисты Луффман и Ньюбоулд выделяют интересы основных участников коалиционного соглашения, стейкхолдеров, в зависимости от их влияния и направления деятельности:

– участники, держатели акций, институциональные инвесторы	Норма прибыли на капитал. Рыночная стоимость инвестиций. Стабильность дивидендов
– управляющие	Рост оборота. Увеличение активов. Стабильность прибыли. Количество работников
– служащие	Интенсивность труда. Темп роста зарплаты. Зависимость роста зарплаты от роста прибыли
– экономические партнеры, покупатели, поставщики	Стабильность отношений. Выполнение обязательств. Разнообразие выбора. Безопасность продукции

[1] *Mintzberg H.* The Nature of Managerial Work. N.Y.: Harper & Row, 1973. P. 31–35.

Влияние на принимаемые фирмой решения заинтересованных лиц – внешних и внутренних участников фирмы – характеризуется (по модели Д. Менделоу) как экономическая власть агента, сопряженная с возможностью и желанием, интересом ее применить.

В исследованиях И. Адизеса можно найти описание внутрифирменных конфликтов интересов между четырьмя группами участников фирмы, функции которых заключаются в следующем:

а) производить результаты;

б) администрировать;

в) быть предпринимателем;

г) интегрировать[1].

Взаимосогласованное и последовательное осуществление этих ролей способствует тому, чтобы фирма оставалась эффективной и успешной в течение долгого времени, а преобладание одной из вышеперечисленных функций в тот или иной период жизни фирмы, например, жесткое администрирование на ранней стадии развития фирмы, либо отсутствие каких-либо функций, например, предпринимательской, ведут к преждевременному старению и угасанию жизненного цикла фирмы.

Американский психолог К. Грейвз («Юнион Колледж»), взяв за основу развитие системы ценностей человека, вместе со своими последователями Д. Беком и К. Коуэном разработал социально-эволюционную теорию – спиральной динамики. Уровни развития в теории спиральной динамики описываются через парадигмы сознания, ценностные комплексы, духовные верования, культуру, моральные принципы, модели поведения и обучения, которые возникают по мере возникновения потребности в них в процессе социокультурной эволюции. Модель является иерархической, вводится кодировка по цветам от бежевого до желтого, ценности в ней идут в порядке нарастающей сложности, где высшая стадия развития неизвестна, а витки спирали чередуются ориентацией на индивидуальные или коллективные ценности[2]:

Бирюзовый	Общая картина, холистичность	Мир-организм	
Желтый	Экономичность, гибкость	Мир-калейдоскоп	
Зеленый	Взаимосвязь, согласие, общность, экология	Гармония	Управление отношениями
Оранжевый	Успех, стратегия, рост, имидж	Мир-механизм	Управление проектами

[1] *Адизес И.* Как преодолеть кризисы менеджмента. Стокгольмская школа экономики. СПб., 2006. С. 99–101.

[2] URL: www. management.com.ua.

Синий	Силы правды, авторитаризм, дисциплина, законы	Порядок	Управление структурами
Красный	Сила, покорение, лидерство	Джунгли	Управление людьми
Фиолетовый	Род, родственные души, семья	Магия	
Бежевый	Выживание	Инстинкты	

Изменения в организационной структуре и культуре фирмы по мере ее рождения, взросления, созревания и старения можно сравнить с витками разноцветной спирали. Каждому уровню развития фирмы соответствуют свои ценности, своя специфика цвета витка из модели К. Грейвза, но при этом уровни развития различных подразделений фирмы и отдельных агентов могут быть разными, т.е. иметь различные цвета, характеристики и технологии принятия решений в том числе из-за выполняемых ими функций. Президент компании «Евроиндекс» В. Пекар в своей статье «Разноцветные организации»[1], говоря о «цвете» фирмы, берет за основу характеристик компаний соответствующие методы организации, руководства и управления (такие как фиолетовая семья, красный план, синяя иерархия, желтая сеть), при этом понятно, что фирм «чистых цветов» не существует, так как проявляются характеристики различных типов как коалиций, так и отдельных участников, т.е. в одной фирме участники могут быть разного социокультурного уровня, разного «цвета».

Таким образом, фирму как коалицию участников с разными целями, различным опытом, разнообразными знаниевыми активами и неодинаковым социокультурным уровнем развития можно представить, как совокупность множества спиралей (в упрощенной модели три группы спиралей – акционеры, менеджеры, исполнители), где каждый агент находится на собственном витке развития социоэволюционной спирали, приобретает свой цвет. Соприкосновения спиралей обеспечивают контакты, взаимодействие между участниками на разных уровнях, при этом из-за иерархии и специфики работы фирмы спирали акционеров на нижних витках развития компании чаще контактируют со спиралями менеджеров и редко – со спиралями исполнителей, контакты имеют нерегулярный характер. При продвижении фирмы к желтому цвету принципы и уровень взаимодействия агентов и коалиций меняются. Контакты агентов одного цвета имеют наибольшую продуктивность, так как ценности и интересы агентов в этом случае близки. «Цвет» фирмы во многом будет определяться преобладанием цвета подразделений и участников. Заметим, что трансакционные издержки заключения контрактов между фирмами различных цветов увеличиваются, в том числе из-за необходимости затрат на поиск

[1] URL: www.pekar.in.ua.

точек соприкосновения, объяснения позиций сторон. Наличие агентов и участников фирмы различных «цветов», с одной стороны, порождает конфликт интересов и ценностей, с другой – может играть положительную роль при решении задач, где контрагентами выступают участники аналогичного цвета, т.е. начинает применяться принцип «свой – чужой», где ментальность, ценности, принципы принятия решений, предыдущий опыт и поведение агентов обеспечивают заключение необходимых соглашений и нахождение компромиссов. Например, работники – бывшие военнослужащие находят «общий язык» с бывшими военнослужащими из другой фирмы быстрее, чем неслужившие участники фирмы. Акционеры, менеджеры, имеющие увлечения, хобби, занимающиеся спортом, успешнее устанавливают контакт с потенциальным инвестором или контрагентом с аналогичными увлечениями. Приходится принимать во внимание и то, что во многих странах на принципы принятия решения экономическими агентами оказывают значительное влияние национальная культура, ментальность. Порой для «национальных» агентов соблюдение ритуалов, правил ведения переговоров, выполнение сложнейших «китайских церемоний» становятся важнее экономической сущности заключаемых контрактов и соглашений.

Когда участники фирмы достигают уровня благосостояния, при котором удовлетворены их базовые потребности (пирамида Маслоу), они начинают рассматривать новые потребности и ценности, в том числе нематериальные, т.е. приобретают новый «цвет»[1]. Агент как участник коалиции, обладая неопределенным, но предполагаемым временем жизни, находится еще и перед выбором между функцией полезности и собственной производственной функцией, т.е. он выбирает между тратой времени на работу или управление (в зависимости от статуса) и досуг, т.е. возможность использовать результаты собственного труда в фирме. Многие российские бизнесмены «первой волны», имея цель заработать больше, создать успешную фирму, уделяли своему бизнесу все «свободное от сна» время и не успели насладиться плодами своего труда, потеряв здоровье или погибнув в столкновениях с другими участниками фирм в конфликтах при приватизации и переделе государственной собственности, предоставив тем самым информацию для размышлений следующим поколениям российских предпринимателей.

Психологический аспект принятия агентом решений сопровождается так называемой фундаментальной ошибкой атрибуции, сформулированной ученым-психологом из Стэнфорда Л. Россом, которая проявляется в том, что человек, как правило, считает успешное решение своей заслугой, а неудачу – следствием внешних обстоятельств, против которых он бессилен.

Фирма разнородна по составу участников, их ролям, интересам и целям. Разрешение внутрифирменных конфликтов происходит через образование коалиций по интересам, которые вступают между собой в переговоры, торги и согласования. В условиях ограниченности организационных и прочих ресурсов во многих пар-

[1] URL: www.spiraldinamics.org.

тнерствах решения участниками принимаются под воздействием эмоций. В больших открытых компаниях борьбе с эмоциями посвящены обезличенные бюрократические процедуры. По мнению И. Минтроффа, внутрифирменные соглашения достигаются за счет:

– переубеждения участников компании;
– формирования требований участника;
– участия в обсуждении и достижения согласия по основным вопросам;
– нахождения взаимопонимания за счет экономического обмена;
– угрозы нанесения урона участникам;
– формирования коалиций с другими участниками.

На наш взгляд, для заключения внутрифирменных соглашений с учетом «разноцветности» участников нужны постоянные коммуникации, вербальное и невербальное общение между членами коалиций, ритуалы и модели принятия неформальных решений (возможно, вне иерархии и подчинения) за счет формирования экспериментальных подразделений, «нейтральных площадок» с правом голоса всех участников.

Иерархия заменяется взаимопроникновением, гибкими коммуникациями, информационной открытостью целей участников. Образуются регулярно действующие каналы взаимодействия, которые периодически испытывают кризис из-за изменения соотношений интересов основных групп влияния, что приводит к институциональным изменениям внутри и вне фирмы. В экономике, основанной на знаниях, скорость изменений и вероятность рассогласования устойчивых связей фирмы зависят от скорости получения новых знаний, инноваций, технологий разными членами коалиции и соответствия друг другу знаниевых активов различных групп. Так, желание топ-менеджеров по повышению конкурентоспособности фирмы за счет ее технологического перевооружения может столкнуться с нежеланием собственников инвестировать дополнительные средства или несоответствием уровня подготовки персонала требованиям допуска к новому оборудованию, т.е. ценности и интересы одного уровня сталкиваются с ценностями и интересами другого.

Динамика контактов между участниками фирмы, качество взаимопонимания и эффективность взаимодействия стали ключевыми параметрами конкурентоспособности. Происходит смена типа фирмы от иерархической, командно-административной к спиралевидной, где создание знаниевых активов совершается в результате деятельности и развития отдельных институциональных сфер с четкими разграничениями функций и полномочий. Каждая из сфер формирует систему активов под воздействием других членов коалиции. Под влиянием изменений в фирме случается смещение центра управления и принятия решения в сторону группы лучших компетенций, подтвержденных статистикой принятия «правильных» решений. Вокруг этой группы, стремящейся к монопольному положению, образуется союзная коалиция с целью участия в разделе результатов деятельности; если участники фирмы не могут создавать коалицию при принятии решений и голосовании, их контроль фирмы равен 0. Через временные союзы интересов

происходит создание гибридных форм управления и принятия решений, восполняющих пробелы знаний и координации деятельности агентов, синхронизации их действий. Фирма, большая корпорация при наличии такого механизма, с одной стороны, становится устойчивой, с другой – число возможных сочетаний групп интересов характеризуется неопределенностью, что приводит к нестабильности развития, так как группы «правильных», успешных решений могут находиться под воздействием результатов всего лишь локального оптимума, за границами которого принятые решения не действуют, не приносят желаемого результата, что дает возможность другой группе участников обнаружить новый локальный оптимум и образовать иную коалицию влияния. Однако траектория устойчивого развития фирмы требует такого взаимодействия членов коалиции, которое могло бы обеспечить последовательность «правильных» решений в долгосрочной перспективе.

Большое количество групп влияния снижает вероятность принятия согласованного решения, оптимального для всех групп, и увеличивает время принятия решения, чем грешат вертикально интегрированные структуры и большие корпорации. С другой стороны, наличие разных, соревнующихся между собой мнений и интересов позволяет найти более взвешенное, продуманное решение с учетом различных аспектов деятельности компании даже в условиях ограниченной рациональности участников фирмы. В современных условиях поведение и положение фирмы на рынке определяются в том числе ее организационными способностями находить конкурентоспособные, согласованные, групповые решения с помощью собственных бюрократических процедур и децентрализованной деятельности подразделений или вопреки им. Вероятность и качество таких решений возрастают, когда фирма формирует и поддерживает долговременную систему ценностей, которая, в свою очередь, сама является в той или иной степени согласованным решением большинства участников. Поведение фирмы определяется и тем, насколько выработанная система ценностей соответствует идеальной модели, где каждый из участников коалиции демонстрирует преданность фирме, обязательность, выработанную эффективной подготовкой, личное отождествление с успехом компании, трудолюбие и гуманное отношение к каждому участнику фирмы, что, собственно, и отрицает концепция ограниченной или переменной рациональности, но что является ценностью для «зеленого», экологичного уровня теории спиральной динамики.

Жесткая иерархическая структура, внутри которой действует несколько групп интересов, с одной стороны, удерживает фирму от распада, с другой – при сильном влиянии собственников либо харизматическом или оппортунистическом поведении топ-менеджеров не дает возможности разрешения конфликта из-за подчинения отдельных участников коалиции не всегда успешным «директивным» указаниям и приказам, выработанным в соответствии с прежними правилами и устоявшимися нормами фирмы, находящейся на «синем» уровне эволюционного развития. Игнорирование учета интересов отдельных агентов и групп влечет за собой потери инвестиций, уход менеджеров и ценных сотрудников, дробление фирмы при рас-

паде союза собственников, отсутствие лояльности со стороны государственных органов управления либо конфликт с правоохранительной системой.

Таким образом, стабильно развивающаяся фирма имеет максимальные границы, определяемые издержками не только контроля, но и учета и разрешения конфликта интересов всех участников коалиции. Цели фирмы в геометрическом виде можно представить, как сумму векторов интересов, целей и ценностей всех участников коалиционного соглашения, где размер и направление вектора будут определяться в большей степени основными группами влияния.

Сегодня фирму можно представить в виде союза владельцев специфических ресурсов, прежде всего знаниевых активов (предполагая, что именно для этой фирмы они дают наибольшую отдачу), имеющих целью не только получение доходов от своей деятельности, но и самореализацию участников фирмы в виде достижения нематериальных, социальных, субъективных целей, приоритетов и ценностей познания и исследования мира.

Результаты внутрифирменных, межкоалиционных конфликтов служат основой для формирования правил доступа к активам и ресурсам, контролируемым фирмой. Фирма вырабатывает правила игры и цели, которые могут быть достигнуты в рамках институционально определенного пространства возможностей, выбора решений и стимулов. Институциональное пространство фирмы удерживает агентов с различным экономическим поведением внутри коалиции, структурирует и закрепляет общественно признанные практики борьбы различных экономических интересов, обеспечивая тем самым устойчивость экономической деятельности.

Глава 7

ЭВОЛЮЦИЯ КОНЦЕПЦИЙ И МОДЕЛЕЙ ЧЕЛОВЕКА И ЛИЧНОСТИ. ПОВЕДЕНЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ ЛИЧНОСТИ

Человек всегда был и остается центральной фигурой экономики. Вне человека нет и не может быть никакой экономики. Экономика, хозяйственная деятельность возникли вместе с человеком, с помощью человека и во имя человека. Но созданная человеком экономика оказывает сильное влияние на формирование и развитие личности.

До недавнего времени экономическая теория выделяла в человеке главным образом то, что отвечает задаче объяснения экономического поведения людей, т.е. индивидуальных и общественных действий в процессе создания различных материальных и духовных благ, их распределения и использования.

Важнейшие модели поведения человека в экономике

С развитием рыночной системы внимание экономической науки к человеку постоянно возрастало. В произведениях английских экономистов, классиков политической экономии А. Смита и Д. Рикардо создана концепция или модель «экономического человека». Если модель предполагает формализованное описание того или иного явления с целым рядом допущений и ограничений, а также использования математического аппарата, то концепция человека в экономике – это система взглядов на человека как субъекта и объекта хозяйственной деятельности.

Модель человека, как и всякая научная модель, построена на некоторых упрощениях. Она включает в себя основные параметры, характеризующие индивида, и, прежде всего, мотивы экономической активности, ее цели, а также познавательные, или когнитивные (от лат. cognition – знание, познание) возможности человека, используемые им для достижения поставленных целей. При этом важно отметить, что все гуманитарные науки (философия, история, социология, экономика и др.) пытаются понять человека с точки зрения своего предмета и поэтому его облик, создаваемый каждой из этих наук, не может не страдать известной односторонностью.

Экономическая модель человека отличается определенной односторонностью, поскольку человек – не только «человек экономический», реализующий себя исключительно в процессе хозяйственной жизни. Существует множество других об-

ластей жизнедеятельности (политика, культура, религия, спорт, семейные и другие межличностные отношения и пр.), в которых находит свое проявление человек. Следует признать справедливыми слова о том, что «пригодность любой логической модели для объяснения человеческого поведения весьма ограничена»[1].

До А. Смита проблема экономического человека появлялась лишь эпизодически. Начало исследованию моделей экономического поведения положено в трудах мыслителей Древней Греции. Аристотель мотивы поведения хозяйствующих рабовладельцев сводил к удовлетворению разумных потребностей. Три вещи, из которых мы избираем, три избегаем. Первые три – это прекрасное, полезное и доставляющее удовольствие, а вторые противоположны им – постыдное, вредное и доставляющее страдание. Во всем этом добродетельный человек поступает правильно, а порочный оступается. А Плутарх отмечал, что с потребностью в необходимом, вместе и вслед идет жажда избыточного. Эта неуемная страсть так же губительна, как и привычка жить в убожестве.

Заслуга создания модели экономического человека принадлежит основателям классической теории А. Смиту и Д. Рикардо. В «Исследовании о природе и причинах богатства народов» Смит анализирует как внутренние мотивы деятельности, так и внешние условия совершения экономических сделок. Он считал экономическую волю человека неизменным двигателем прогресса, действующим с разной настойчивостью и эффективностью при всех политических устройствах.

Модель А. Смита характеризуется следующим:

1) определяющей ролью собственного личного интереса в мотивации экономического поведения; эгоизмом, постоянным стремлением улучшить свое положение;

2) компетентностью экономического субъекта в собственных делах;

3) главным мотивом хозяйственной деятельности человека в рыночной экономике – максимизация прибыли (обогащение) с учетом неденежных факторов благосостояния (легкость и трудность обучения, приятность или неприятность работы, постоянство или непостоянство занятости, престиж в обществе, вероятность успеха в большей или меньшей степени). Адам Смит, анализируя поведение «экономического человека», отмечал, что оно определяется склонностью человека к обмену вследствие разделения труда;

А. Смит подчеркивал, что каждый человек в рыночной экономике имеет в виду собственную выгоду, а отнюдь не «выгоды общества». Интересы же купцов и промышленников – «вводить общество в заблуждение и даже угнетать его, пытаясь ограничить конкуренцию». Только свободная конкуренция, «невидимая рука», т.е. законы рыночного хозяйства, объединяют разрозненно действующих эгоистов в упорядоченную систему. Хаос заменяется довольно четко организованным обществом. Таким образом, экономический человек, стремясь к собственной выгоде, действует на пользу обществу.

[1] *Бьюкенен Дж., Таллок Г.* Расчет согласия. Серия «Лауреаты Нобелевской премии по экономике». М., 1998.

Интересно отметить, что для Аристотеля экономический человек – это прямо противоположное представлениям А. Смита. Скорее это человек, стремящийся к удовлетворению своих различных потребностей.

Дж. Ст. Милль в работе «Основы политической экономии» отмечал, что действительное поведение человека намного сложнее, что стремление к богатству сопровождается отвращением к труду и желанием безотлагательно пользоваться дорогостоящими наслаждениями.

В рыночном хозяйстве объективно существует проблема мотивации труда, т.е. определение движущих стимулов, побуждающих человека заниматься трудовой деятельностью. История становления и развития цивилизации знает два основных стимула этой деятельности – внеэкономическое и экономическое принуждение к труду. Первое основано на страхе быть наказанным властью в самых в ее различных ипостасях – рабовладельцем, помещиком, диктатором и т.п. – в случае уклонения от трудовой повинности. Оно предполагает личную зависимость работника от работодателя. Второе предполагает личную заинтересованность человека в повышении уровня своего благосостояния при наличии экономической и юридической свободы.

Огромное внимание поведению человека в рыночной экономике уделял Дж. Бентам. Он считал, что целью человеческого действия является его состояние равное сумме удовольствий за данный период времени минус сумма страданий. Он не доверял согласование индивидуальных «стремлений к благосостоянию» рынку и конкуренции, считал это прерогативой законодательства. Основные черты «концепции человеческой природы» Бентама в сравнении с моделью «экономического человека» А. Смита и Д. Рикардо сводятся к следующему:

1) претензии на универсальность (т.е. не ограничиваться экономической сферой);

2) надклассовому характеру (его человек не принадлежит ни к какому классу);

3) гедонизму, т.е. последовательному сведению всех мотивов человека к достижению удовольствия и избежанию огорчений;

4) счетному рационализму — способности человека посчитать все действия, ведущие к счастью.

В отличие от классической школы, рассматривающей хозяйствующего субъекта как производителя, бентамовская модель «рационального гедониста», поддержанная маржиналистами, рассматривала хозяйствующего субъекта как потребителя. Но маржиналисты сделали важное дополнение к экономическому субъекту, они создали концепцию человека-оптимизатора. Его черты:

1) стремление к наибольшей полезности или прибыли и к наименьшим тяготам и издержкам;

2) неизменность во времени системы индивидуальных предпочтений и независимость от внешних условий и индивидов;

3) способность к сопоставлению целей со средствами их достижения, к выбору оптимального их варианта;

4) обладание полной информацией, позволяющей находить оптимальный вариант и способность безошибочного предвидения;

5) мгновенная реакция на изменение внешних условий, которая делает человека «полубогом».

А. Вагнер в своем учебнике по капиталистической экономии (1879) в главе «Экономическая природа человека» выделяет главное свойство природы человека – наличие «ощущения нехватки благ и стремления ее устранить». Он считал, что экономической деятельностью людей управляют:

– желание выгоды и боязнь наказания;

– чувство чести и страх позора;

– стремление к деятельности как таковой и опасение последствий праздности;

– чувство долга и страх перед угрызениями совести.

Представители немецкой исторической школы выступили против индивидуализма классической школы, а также рационализма и формализма в моделировании субъекта экономической деятельности. Они считали, что объектом анализа для экономиста может быть только народ, который представляет собой не совокупность индивидов, а «национально и исторически определенное, объединенное государством целое». Человека же как часть народа интересует не только стремление к богатству, но и увеличение свободного времени, соблюдение традиций, он одновременно и эгоист, и альтруист. Лишенные индивидуализма хозяйственные агенты образуют общности и коллективы с групповыми интересами. Субъект экономического поведения представлен как разумное существо, наделенное потребностями, как член семьи, социальной группы, класса, общества, человечества. Такое понимание субъекта хозяйственной деятельности характерно и для современного институционализма. Нормы поведения у различных социальных групп различны, способы общения между ними также не являются однородными. Они соответствуют статусу данной группы, или ее положению в обществе. Положение же, как известно, обязывает, если структурная дифференциация групп принимает иерархический характер, то речь заходит о «социальной стратификации».

В современной экономической литературе можно выделить три основных направления стратификационных теорий, берущих начало в трудах К. Маркса, Э. Дюркгейма и М. Вебера.

1. В основе марксовой теории лежит утверждение о том, что базис общества образует производственные отношения, а они в конечном счете определяются уровнем и характером развития производительных сил. Ядром производственных отношений являются отношения собственности на средства производства, служащие основным критерием выделения классов. Поскольку собственность распределена крайне неравномерно и большая часть производителей отчуждена от получаемого продукта, то классовые отношения – это отношения эксплуатации – присвоения чужого неоплаченного труда. Классовая борьба, по мнению К. Маркса, является основополагающим фактом мировой истории, движущей силой общественного развития и прогресса. Учение К. Маркса предполагает восхождение модели

человека от абстрактного к конкретному, от «простого товаропроизводителя» в I томе «Капитала» до капиталистов, представляющих промышленный, торговый и ссудный капиталы в III томе. Человек выступает здесь как персонификация объективных экономических отношений, капиталист — как олицетворение капитала, рабочий – как персонифицированный наемный труд.

Экономическое поведение класса буржуазии и пролетариата различно, а их взаимоотношения – непримиримая борьба. Такова суть марксовой теории классов.

Эта теория впоследствии развивалась. Неомарксизм XX в. чрезвычайно разнолик (ленинизм, сталинизм, маоизм, социал-демократические, демократические концепции, теории Д. Лукаса, А. Грамши, австромарксизм, представителями которого являются М. Хоркмайер, Т. Адорно, Г. Маркузе, Э. Фромм, а также экзистенциальный марксизм во Франции (Ж.-П. Сартра и М. Мерло-Понти). Они в ответ на многостороннюю критику классовой теории и в связи с накоплением исторического опыта вынуждены были отказаться от ряда марксистских положений. Теперь утверждается, что экономический детерминизм – лишь один из возможных подходов к общественному развитию; в связи с «революцией управляющих», возникновением элементов «народного капитализма» первостепенное значение имеет не собственность, а управление, которое не размывает эффективного контроля класса капиталистических собственников; возникает «новый рабочий класс» вместо пролетариата (С. Малм), который обладает более высокой производительностью по сравнению с пролетариатом и наибольшим потенциалом к реформированию, а не крушению существующих экономических отношений; существование «неудобных» средних классов (Э. О. Райт); наличие эксплуатации как основы классовых отношений определяется не теорией стоимости и прибавочной стоимости, а самой возможностью лучшего удела (Дж. Ремер); трактовка эксплуатации расширяется до рамок потенциального устранимого неравенства, возникают понятия «квалификационной», «статусной», трудовой эксплуатации (Ф. Ван Парийс).

2. Суть функционализма, получившего развитие в 40–60-х годах XX в. состоит в том, что социальная дифференциация в обществе неустранима и необходима для осуществления функций стимулирования и контроля, выполняя полезные функции, люди занимают разные социально-профессиональные позиции, которые ранжируются по важности их для общества и дефицитности выполняемой роли; более высокий ранг позиций обеспечивает их обладателям более высокие доходы, власть и престиж; более дееспособные члены общества выигрывают конкуренцию за более престижные места. В этой теории нет места классовой борьбе.

3. Третье направление стратификационных теорий – веберианство, основоположником которого является немецкий ученый М.Вебер. Согласно этому направлению, в основе любой стратификации лежит распределение власти и авторитета. Властные отношения не увязываются жестко с отношениями собственности, как в марксизме, и вопреки функционалистам несут в себе явные элементы конфликтных начал. Понимание «экономического класса» меняется, акцент делается не на собственность, а на рыночные позиции групп; классы объединяются типичными

шансами на рынках товаров и рынке труда, шансы социальных групп определяются не только текущим положением на различных рынках, но и специфическими карьерными возможностями, экономическое поведение социальных групп определяется престижем образования и профессии, стилем жизни, социокультурными ориентациями, нормами поведения и соответствием этих позиций рыночным.

А. Маршалл – основоположник неоклассической политической экономии, синтезировал основные достижения классической политической экономии и маржинализма. Он пытался приблизить абстрактного человека к свойствам реального агента производства, анализировал реальное поведение человека в ситуации частичного равновесия, т.е. равенства по силе двух мотивов экономического субъекта: стремления к удовольствиям, определяющего размер спроса и мотива избегания тягот, связанных с трудом и отсрочкой потребления, регулирующего величину предложения. Маршалл ввел понятие нормальная деятельность – это ожидаемый при определенных условиях образ действий членов какой-либо профессиональной группы, нравственно правильное поведение, результат неограниченного функционирования свободной конкуренции.

Многие современные ученые Запада утверждают, что рациональное поведение человека в экономике не свободно от больших психологических посылок. Это требует использования достижений теоретической и прикладной психологии, в том числе новой отрасли науки – экономической психологии. Традиционно к психологическим предпосылкам экономического поведения человека обращается неоавстрийская школа (Л. Мизес, Ф. Хайек). Появились теории рационального выбора, теория игр (Дж. фон Нейман), теория человеческого капитала (Г. Беккер), общесоциологическая теория рационального действия (Дж. Коулмен), теория социального выбора.

Среди разнообразных течений, исследующих принцип рационального поведения человека в экономике на стыке экономики и психологии, одним из самых любопытных стало направление «экономического воображения», созданное посткейнсианцем, английским экономистом Джорджем Шеклом.

Дж. Шекл отвергает модель поведения «экономического человека», считая ее лишь подчиненным элементом модели общего равновесия. Он сосредоточивает внимание на том, что человек делает свой выбор исходя из своего экономического воображения, т.е. мысленного представления экономической реальности в тот момент, когда он делает свой выбор. Выбор экономический агент, по Шеклу, делает между намерениями, предпочитая то, которое ему дает надежду и создает хорошее эмоциональное состояние. Введение в анализ принципа рационального поведения экономического человека в экономике эмоциональной составляющей, творческого базиса, воображения и отношения к времени как к прошлому, которое восстанавливает экономическому агенту память, к настоящему, как моменту, в котором принимается решение, и будущему, которое подсказывает воображение, с лихвой компенсирует этот недостаток и даст возможность оценить работы Шекла как начало нового направления экономической теории.

Методологические подходы к экономическому поведению человека, основанные на сближении экономики и психологии, развивают идеи, дающие новые, более приближенные к реальности варианты описания экономического поведения человека, как личности.

Основные подходы к изучению личности в психологической науке

В психологической науке сложилось семь основных подходов к изучению личности: психодинамический, психоаналитический, гуманистический, когнитивный, поведенческий, деятельностный и диспозиционный. Каждый подход имеет свою теорию, собственные представления о свойствах и структуре личности, методы их измерения. Интерес к поведенческой теории личности в современной экономической науке связан с формированием в последние десятилетия нового направления в методологии экономического знания – *поведенческой экономической теории.* Научная актуальность и практическая значимость этого направления обусловлены необходимостью изучения процессов принятия решений экономическими субъектами в ситуациях риска и неопределенности, которые стали обычным явлением на разных уровнях экономической деятельности.

Поведенческая теория Д. Канемана и А. Тверски

Основы поведенческой (бихевиористской) экономики были разработаны известными психологами Д. Канеманом и А. Тверски (Kahneman, Tversky, 1974, 1979).

Классической работой Канемана и Тверски принято считать статью «Теория перспектив: анализ принятия решений в условиях риска», опубликованную в журнале «Эконометрика» в 1979 г. Данная работа является наиболее цитируемой в современной экономической литературе, касающейся вопросов принятия решений в условиях риска. В ней авторы применили психологические конструкты для объяснения экономического поведения людей в условиях риска, показывающие различное отношение людей к выигрышам и потерям одной и той же суммы денег. С помощью теории перспектив оказалось возможным логично объяснить различные виды аномального поведения экономических субъектов, тем самым были подвергнуты сомнению теоретические позиции, использующие конструкт о рациональности экономических агентов при принятии решений. Семь лет спустя в Чикагском университете прошла первая научная конференция, посвященная поведенческой экономике, объединившая научные позиции психологов, экономистов и социологов. Однако в силу определенных причин на протяжении значительного времени подходы к изучению экономического поведения субъектов, которые больше опирались бы на данные психологии, нежели на стандартные допущения

экономического анализа, не находили должного понимания и поддержки у сторонников традиционной экономической теории.

Смена подходов к анализу экономического поведения субъектов наметилась в связи с обнаружением в ходе прикладных исследований, проводимых в нашей стране и за рубежом, многочисленных парадоксов, которые не поддавались логическому объяснению исходя из имевшейся системы экономического знания. Наиболее отчетливо данные феномены проявлялись в области теории рационального выбора, где начали проводить обширный эмпирический анализ процедур принятия решений отдельным индивидом, группой лиц или фирмой, выявление типичных способов поведения, целевых установок, которые в сложных ситуациях выбора используют экономические субъекты. Это подтолкнуло исследователей к изучению взаимосвязи психологических характеристик личности с разными видами экономического поведения. Так, в отдельных эмпирических исследованиях рассматривались влияние психологических характеристик (в частности, стресса) на выбор профессии (Pihlblad, Gregory, 1976), статусное неравенство и рассогласование статусов (Hornung, 1977; Hollander, Howard, 2000), длительность безработицы и положение на рынке труда в длительной перспективе (Goldsmith, Veum, Darity, 1996; Dooley, Prause, Ham-Rowbottom, 1997).

Первые работы в отечественной науке, посвященные экономическому поведению социальных субъектов, связаны с исследованиями Г.М. Андреевой, В.Н. Дружинина, А.Л. Журавлева, Е.А. Климова, С.Н. Попова, В.В. Радаева, С.К. Рощина, В.М. Русалова, П.Н. Шихирева и других, в которых выявлялись различные психологические и социальные составляющие экономического поведения (мотивы, система ценностей, когнитивные возможности и отклонения, присущие процессу обработки информации, стремление индивидов к справедливости, взаимодействию друг с другом, важность социального статуса и т.п.).

Объяснительным инструментом, с помощью которого делаются попытки экспериментального исследования и моделирования экономического поведения субъекта, становится поведенческая теория личности. Сегодня можно констатировать значительное расширение круга приверженцев поведенческой экономической теории, среди которых интерес представляют исследования М. Арджайла и А. Фернхэма (Furnham, Argyle, 1998), выявляющие существование различий в обращении людей с деньгами в зависимости от их символической ценности, не сводимой к стоимостным расчетам; П. Ланта и С. Ливингстоуна (Lunt, Livingstone, 1992), в которых обнаружены отличия так называемых сберегателей от несберегателей по ряду социально-психологических характеристик, таких как склонность брать ответственность на себя, использовать социальную поддержку, а также проводить жесткую политику в управлении собственными финансами. Исследования Р. Валунда и Ж. Гуннарссона (Wahlund, Gunnarsson, 1996) позволили подтвердить идею о зависимости сберегательного поведения от типа принятия решений и когнитивных способностей индивидов. Р. Талер и Г. Шефрин (Sheffrin, Thaler, 1988) предложили рассматривать самоконтроль (self-control) в качестве важнейшей

переменной, объясняющей отклонения реального поведения домохозяйств по размещению денежных ресурсов между сегодняшним и будущим потреблением от поведения, прогнозируемого в неоклассических моделях. В исследовании С. Боулза и других (Bowles, Gintis, Osborne, 2001) приводится обзор факторов, влияющих на доходы, с учетом составляющей «навыков, способностей и умений» (skills and abilities) и других психологических характеристик. В 2008–2009 гг. появляется целый ряд работ, выводящих мировой финансовый кризис именно из поведенческих особенностей рыночных стратегий индивидуальных инвесторов.

В отечественной науке поведенческий подход к анализу экономических процессов в настоящее время представлен в работах Л.Г. Борисовой, В.П. Галенко, В.Т. Кисовского, В.К. Потемкина, Я.М. Рощиной, Е.Г. Слуцкого, Г.С. Солодовой, М. Н. Стельмашук, И.И. Харченко и др. Стали очевидными различия в анализе моделей экономического поведения социальных субъектов в неоклассической микроэкономике и ее поведенческой альтернативе.

В неоклассической микроэкономике исходной является рациональная модель поведения экономического субъекта (соответственно, максимизация полезности или прибыли), а затем результаты (прогнозы) данной модели сопоставляются с реальным поведением. В поведенческой экономической теории экономическая рациональность не обладает свойствами общей закономерности. Исследователь должен раскрыть психологические основания выборов экономических субъектов и посмотреть, каким образом в них осуществляется реальный процесс принятия решений, выяснить его социальные и субъектные детерминанты. Поскольку этот процесс характеризуется значительной сложностью, по мнению представителей поведенческой экономической теории, в нем господствует не рациональное, а конвенциональное поведение (т.е. подчиняющееся принятым правилам и условностям). Необходимость анализа реального поведения экономических субъектов является одним из наиболее очевидных целеобразующих составляющих экспериментальных исследований в поведенческой экономической теории, поставивших под сомнение достаточность традиционного методологического инструментария (ортодоксальной теории ожидаемой полезности Неймана – Моргенштерна; теории субъективной ожидаемой полезности Сэвиджа), многие годы используемого в экономической теории в качестве адекватного инструмента анализа экономического поведения людей[1].

Приверженцы поведенческой экономической теории отдают себе отчет в том, что без особой необходимости экономисты не пойдут на пересмотр традиционной неоклассической микроэкономики. Но они считают, что, если между предсказаниями максимизационной и реалистичной моделей наблюдаются существенные расхождения, менее точная теория (предполагается, что это будет неоклассическая микроэкономика) должна уступить место более точной – поведенческой.

[1] *Павлов И.А.* Поведенческая экономическая теория – позитивный подход к исследованию человеческого поведения. М.: ИЭ РАН, 2007.

Чтобы методологический инструментарий, заимствованный из области психологического знания, адекватно использовался в исследованиях экономических процессов и явлений, необходимы его тонкое осмысление, сопоставление различных теоретических подходов, позиций, их интеграция и взаимообогащение. В этом осмыслении и принятии представленных идей будет недостаточно одной лишь поведенческой теории личности, хотя название этой теории очень созвучно с наименованием направления экономического знания – экономического поведения. Данное сходство «подкупает», но это лишь внешняя схожесть, поскольку на самом деле в поле зрения исследователя попадают социальные и экономические явления, связанные с одним из важнейших видов деятельности человека – экономической деятельностью, в которой формируются ведущие психические новообразования личности: экономическое сознание, экономические отношения, экономическое поведение. Поэтому, отдавая дань поведенческой теории личности в осмыслении методологических подходов к исследованию экономического поведения социальных субъектов, мы будем менять акценты, расширять инструментарий познания, так как этого требует интенсивно развивающаяся, полипарадигмальная методология психологической науки.

Поведенческая теория личности Б. Скиннера и А. Бандура

Поведенческая теория личности, или теория социального научения, получила свое обоснование в работах известных американских ученых-бихевиористов. Б. Скиннер и Дж. Уотсон являются приверженцами рефлекторного направления теории социального научения, тогда как А. Бандура и Дж. Роттер отстаивают социально-когнитивное направление этой теории. Главным источником развития личности согласно обоим направлениям является среда в самом широком смысле этого слова. В личности нет ничего от генетического или психологического наследования, она формируется и развивается в течение всей жизни по мере социализации, воспитания, а ее свойства – это обобщенные поведенческие рефлексы и социальные навыки, сформировавшиеся в результате социального научения. В соответствии с этой точкой зрения индивидуальные различия между людьми следует понимать в терминах интеракций в системе «личность – окружение», определяющих поведение личности в конкретном времени[1]. Для понимания процесса усвоения паттернов поведения Б. Скиннер использует понятия «оперантное поведение» и «оперантное научение».

Оперантое научение (по Скиннеру) реализуется в результате любого влияния изменяющейся социальной среды, за которым следуют подкрепление или наказание. Человек стремится совершать те операнты, после которых следует подкрепление, и избегает тех, за которыми следует наказание. Применив на практике технологию

[1] *Хьелл Л., Зиглер Д.* Теории личности. СПб.: Питер, 1999. С. 338.

научения, названную оперантным обусловливанием, Скиннер значительно расширил области приложения своих идей. Оперантное обусловливание – это способ образования условных связей (рефлексов), при котором вычлененная простейшая оперантная реакция как единица процесса поведения (научения) сопровождается соответствующим подкреплением. При этом взаимодействие организма со средой происходит по следующей трехкомпонентной схеме: событие, по поводу которого происходит реакция, – сама реакция – подкрепляющее последствие.

В результате определенной системы подкреплений и наказаний человек приобретает новые социальные навыки и, соответственно, свойства личности[1]. Поведение человека объясняется в терминах социальных стимулов, которые вызывают его, и подкрепляющих последствий, которые сохраняют эту модальность поведения. Постулируется, что список социальных навыков (т.е. свойств, характеристик, черт личности), присущих конкретному человеку, определяется его социальным опытом (научением). Внутренний мир человека объективен, в нем все от среды. Личность полностью объективируется в поведенческих проявлениях, которые поддаются операционализации и измерению.

Теоретические позиции Б. Скиннера могут быть полностью соотнесены с методологией неоклассической экономической теории, поскольку ожидаемая полезность как объяснительная модель является той самой системой подкреплений, которая обусловливает оперантное поведение экономических субъектов.

Но, по мнению А. Бандуры, объяснять поведение субъекта таким образом – значит «выплескивать вместе с водой и ребенка»[2]. Этим «ребенком», значение которого часто не учитывается, для Бандуры была самостоятельная познавательная активность. Человек, с точки зрения А. Бандуры, не является ни автономной системой, ни простым механическим передатчиком, оживляющим влияние окружения. Он обладает высшими когнитивными способностями, которые позволяют ему предсказывать появление событий и создавать средства для осуществления контроля над тем, что воздействует на его повседневную жизнь.

Таким образом, с точки зрения Бандуры, поведение людей не управляется интрапсихическими силами и в то же время не является простой реакцией на влияние окружения. Причины функционирования человека нужно понимать в терминах непрерывного взаимодействия поведения, познавательной сферы и окружения. Данный подход к анализу причин поведения А. Бандура обозначил как взаимный детерминизм, или система взаимодействующих влияний внутренних и внешних факторов. Внутренние детерминанты поведения, такие как вера и ожидание, и внешние детерминанты, такие как поощрение и наказание, являются частью системы взаимодействующих влияний, которые действуют не только на поведение, но и на различные части системы.

[1] *Skinner B.F.* The origins of cognitive thought // American Psychologist. 1989. № 44. P. 13–18.

[2] *Bandura A.* Social foundations of thought and action: A social cognitive theory. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, 1986.

Этот подход составил основу социально-когнитивной теории личности, центром которой является модель взаимной причинности познавательных, аффективных и других личностных факторов, и событий социального окружения.

Следует отметить еще один важный постулат, который формулирует А. Бандура. Признавая значимость внешнего подкрепления, он не рассматривал его в качестве единственного способа, при помощи которого приобретается, сохраняется или изменяется наше поведение. Люди могут учиться, наблюдая, или читая, или слыша о поведении других людей, которое имеет определенную значимость, оценку, последствия. В результате предыдущего опыта они могут прогнозировать результат определенного поведения, который может быть ценным, значимым, или нежелательным, или малоэффективным. Это прогнозирование расширяет круг подкрепляющих воздействий, определяет их когнитивную ориентацию. По мнению Бандуры, наше поведение регулируется в значительной мере предвиденными последствиям.

Огромную роль в сохранении и воспроизводстве опыта социального взаимодействия, формировании способов поведения субъекта А. Бандура отводил высшим интеллектуальным способностям, таким как способность оперировать символами, что позволяет нам сохранять и воспроизводить опыт, формировать образы желаемых будущих результатов, предвидеть вероятные последствия различных действий, не обращаясь к действительному, реальному поведению. *Вербальная передача информации и наблюдение соответствующих моделей поведения других людей в различных ситуациях обеспечивают основу для приобретения наиболее сложных форм поведения человека.*

С точки зрения А. Бандуры, через наблюдение модели поведения у человека формируется когнитивный образ определенной поведенческой реакции, далее эта закодированная информация хранится в долговременной памяти. Эта информация актуализируется в различных по сложности ситуациях социального взаимодействия субъекта, служит ориентиром в его действиях.

Таким образом, обеспечивая когнитивную поддержку социального взаимодействия и осознавая последствия своих действий, человек способен оказывать влияние на свое поведение.

Осознание последствий, предвидение вероятностного исхода будущих поступков, их личностной и социальной значимости создают основу для подкрепления самого себя. Самоподкрепление реализуется всякий раз, когда люди устанавливают для себя планку достижений и поощряют или наказывают себя за ее достижение, превышение или неудачу на основе самоконтроля, т.е. оценивают свои действия и себя самого, причем прошлое поведение часто становится стандартом, в соответствии с которым можно оценивать предпринимаемые действия. Люди стремятся повысить нормы поведения после успеха и изменить их после неоднократных неудач. Таким образом, самооценка выполняет мотивационную функцию.

Для обозначения усиливающего и уменьшающего эффекта самооценки А. Бандура использует термин *«саморегуляция»*. Функции саморегуляции изначально за-

даются и поддерживаются влиянием социального окружения, т.е. имеют внешнее происхождение. Однако, как утверждает А. Бандура, однажды установившись, внутренние образы и модели поведения начинают регулировать то, какие действия выполняет человек, осуществляя перевод информации, символически закодированной в памяти, в соответствующие действия. Механизмами такого перевода информации и изменения своего поведения и самого себя являются процессы самонаблюдения, самооценки, оценки деятельности и самоответа.

Для объяснения личностного функционирования и самоизменения Бандура вводит в свои теоретические построения постулат когнитивного механизма *самоэффективности*. Самоэффективность относится к умению людей осознавать свои способности справиться со специфическими ситуациями, что определяет расширение или ограничение возможности выбора деятельности, усилия, которые придется приложить для преодоления препятствия и фрустрации, настойчивость, с которой будет решаться стоящая перед человеком задача. Данное осознание своих способностей и возможностей выступает в качестве конструкта «могу – не могу». Это своего рода вера, убеждение действовать определенным образом для получения (или неполучения) будущего результата (подкрепления). Если человек принимает решение «могу», все его действия и поведение будут направлены на выполнение намеченной программы для достижения поставленной цели. Если человек выражает свой вердикт «не могу», он отказывается от выполнения соответствующих действий, ничто не заставит его действовать вопреки своему решению.

Люди с низкой самоэффективностью, считающие себя неспособными добиться успеха в конкретной ситуации, «более склонны к мысленному представлению неудачного сценария… Уверенность в неспособности добиться успеха ослабляет мотивацию и мешает выстраивать поведение… те, кто обладает сознанием высокой самоэффективности, мысленно представляют себе удачный сценарий, обеспечивающий позитивные ориентиры для выстраивания поведения, и осознанно репетируют успешные решения потенциальных проблем»[1].

По мнению А. Бандуры, существует четыре основных фактора, которые являются источником приобретения самоэффективности. Наиболее важным из них является прошлый *опыт успеха и неудач*, который порождает соответствующие ожидания человека, его уверенность в том, что он справится с подобными ситуациями. *Косвенный опыт*, т.е. наблюдение за другими людьми, успешно выстраивающими поведение, также может вселять в человека *уверенность в собственной состоятельности*, хотя этот источник самоэффективности менее действенный. Убежденность в собственной состоятельности в достижении конкретной цели тоже может способствовать достижению или изменению самоэффективности. Наконец, *модальность эмоций, переживаний, уровень эмоционального напряжения* являются факторами, повышающими или снижающими самоэффективность.

[1] *Bandura A.* Regulation of cognitive processes through perceived self-efficacy // Development Psychology. 1989. P. 25, 729–735.

Используя теоретические постулаты А. Бандуры для объяснения экономического поведения человека в ситуациях принятия решения, можем утверждать, что модальность решения будет зависеть не столько от ожидаемой полезности результата, сколько от соотношения когнитивных и эмоциональных составляющих ситуации выбора и оценки самоэффективности.

Модель личности Дж. Роттера

Несколько иную поведенческую модель личности в ситуациях выбора предлагает Дж. Роттер[1]. С его точки зрения, существует три основные переменные в структуре личности, анализ которых позволяет предвидеть поведение индивида в ситуации выбора. Одной из таких переменных является «доступность» – структура, связанная с ожиданием (вероятностью) получения подкрепления на основе прошлого опыта. Ожидание предполагает субъективную вероятность повторения прошлого поведения в аналогичных ситуациях. Однако ожидание не всегда соответствует реальности. Некоторые могут быть настолько неуверенными, что постоянно недооценивают свои шансы на успех.

В качестве второй переменной выступает «субъективная значимость» результата – структура, оценивающая ценность предстоящего подкрепления. Ценность подкрепления как структурный компонент личности формируется на основе предыдущего опыта и может изменяться от ситуации к ситуации с течением времени, она не зависит от ожидания. По мнению Роттера, ценность подкрепления соотносится с мотивацией, а ожидание – с познавательными процессами.

Психологическая ситуация – это третья переменная, которая также является субъектным образованием, поскольку ее параметры зависят от восприятия и оценки своих возможностей в ее разрешении самим человеком, т.е. особенности восприятия субъектом ситуации, оценка своих возможностей в ее разрешении и ожидание негативного или позитивного результата являются субъективными (психологическими) параметрами ситуации выбора решения, что позволяет прогнозировать и модусы поведения этого субъекта по разрешению реальной ситуации.

Все эти структурные переменные личности не функционируют самостоятельно, а образуют более общий блок, называемый *поведенческим потенциалом*, или блоком «когнитивной мотивации», который определяет меру вероятности того, какое поведение будет совершать человек в данной ситуации. Таким образом, потенциал поведения складывается из субъективной значимости подкрепления данного поведения и его доступности в данной ситуации. Поведенческий потенциал отражает целостность свойств личности, которая проявляется в единстве действия блоков субъективной значимости и доступности. Эту целостность свойств личности

[1] *Rotter J.B.* The development and applications of social learning theory: Selected papers. N.Y.: Praeger, 1982.

Дж. Роттер описывает с помощью понятия «локус контроля». Люди, которые не видят связи (или видят слабую связь) между своим поведением (своими усилиями, действиями) и их результатами (подкреплениями), по мнению Дж. Роттера, имеют внешний, или экстернальный, локус контроля. «Экстерналы» полагают, что их успехи и неудачи регулируются внешними факторами, такими как судьба, удача, счастливый случай, влиятельные люди и т.п. Люди, которые видят четкую связь между своим поведением (своими усилиями, действиями) и результатами своего поведения, имеют внутренний, или интернальный, локус контроля. «Интерналы» – это люди, которые считают, что удачи и неудачи определяются их способностями и действиями. Они в большей степени способны управлять ситуацией, контролировать ее.

Локус контроля как обобщенный социально-психологический феномен является основным конструктом в теории социального научения Дж. Роттера и означает «ожидание, связанное с инструментальностью собственных действий»[1]. Его можно рассматривать как черту личности в смысле индивидуальных различий. Однако Дж. Роттер ясно дает понять, что интерналы и экстерналы не являются психотипами, поскольку каждый человек обладает и той, и другой характеристиками, но в разной степени выраженности. Конструкт следует рассматривать как континуум с двумя полярными точками: на одном полюсе выраженная интернальность, на другом – экстернальность. Индивидуальные различия людей в понимании связи между своими усилиями, действиями и результатами расположены во всех точках континуума, по большей части – ближе к середине.

Теория социального научения Дж. Роттера подчеркивает значение мотивационных и когнитивных факторов для объяснения поведения человека в контексте социальных ситуаций. Каждая ситуация принятия решения имеет свой комплекс факторов, потенциал поведения человека, определяющий связи между собственными усилиями и возможностью достижения результата. Выделенные им личностные и социальные факторы: потенциал поведения, ожидание, ценность подкрепления, психологическая ситуация, потенциал потребности и ценности потребности – существенно дополняют теорию А. Бандуры и позволяют не только осуществлять прогноз поведения человека в конкретной ситуации, но и понимать механизмы социального развития личности. Роттеровская теория самовосприятия человека послужила, по мнению Х. Хекхаузена, толчком как к оформлению психологических теорий атрибуции, так и к детализации в эмпирических исследованиях когнитивных и мотивационных факторов регуляции действий, нацеленных на достижение[2].

При анализе методологических оснований поведенческой экономической теории необходимо отметить недостаточность теории социального научения для объяснения поведения человека в ситуациях принятия решений, поскольку теория со-

[1] *Rotter J.B.* The development and applications of social learning theory: Selected papers. N.Y.: Praeger. 1982. P. 65.

[2] *Хекхаузен Х.* Мотивация и деятельность. СПб.: Питер; М.: Смысл, 2003.

циального научения (поведенческая теория личности) выдвигает на первый план социальную ситуацию, ее параметры и соотносит эти параметры, т.е. конкретную проблему, с оценкой субъектом собственных личностных свойств (таких как самоэффективность, поведенческий потенциал, локус контроля), при этом собственная активность субъекта, его актуальные стремления, установки, цели практически не учитываются.

Теория поведения личности в отечественной психологии

Со всей очевидностью проявляется необходимость в привлечении других теоретических концепций для объяснения поведенческих феноменов экономических субъектов и моделирования экономических реалий. Одной из таковых является деятельностная теория личности, получившая наибольшее распространение в отечественной психологии. Среди исследователей, внесших наибольший вклад в ее развитие, следует назвать прежде всего К.А. Абульханову-Славскую, Б.Г. Ананьева, А.В. Брушлинского, А.Н. Леонтьева, К.К. Платонова, С.Л. Рубинштейна и Б.М. Теплова. Данная теория имеет ряд общих черт с поведенческой теорией личности, особенно с ее социально-когнитивным направлением. Как и в теории социального научения, в деятельностной теории отрицаются биологическое и тем более психологическое наследование личностных свойств. Главным источником развития личности (согласно этой теории) является деятельность, т.е. сложная динамическая система взаимодействий субъекта (активного человека) с миром (обществом), в процессе которых и формируются свойства личности (А.Н. Леонтьев, 1975). Сформированные свойства личности (внутреннее) в дальнейшем становится опосредующим звеном, через которое внешнее оказывает влияние на процесс саморазвития человека и его поведение (С.Л. Рубинштейн, 1997).

Принципиальное отличие деятельностной теории от поведенческой заключается в том, что средством научения здесь выступают не социальные стимулы, определяющие модальность поведения, рефлекторно закрепляемого в виде поведенческих паттернов, и даже не значимые и переживаемые факторы внешней среды, влияющие на личность, а особый механизм активного присвоения индивидом общественно-исторического опыта – интериоризация, благодаря которому происходят процессы самоизменения, усложнения психических образований, саморазвития.

В рамках деятельностного подхода личность рассматривается как активный субъект, обладающий определенными чертами (свойствами), формирование которых происходит в различных видах деятельности. Основными характеристиками деятельности являются предметность и субъектность. Специфика предметности состоит в том, что объекты внешнего мира воздействуют на субъект не непосредственно, а лишь будучи преобразованными в процессе самой деятельности. Предметность – это характеристика, которая присуща только человеческой деятельности

и проявляется прежде всего в понятиях языка, социальных ролях, ценностях. В отличие от А.Н. Леонтьева С.Л. Рубинштейн и его последователи подчеркивают, что деятельность личности (и сама личность) понимается не как особая разновидность психической активности, а как реальная, объективно наблюдаемая практическая (а не символическая), творческая, самостоятельная деятельность конкретного человека (К.А. Абульханова-Славская, 1980; А.В. Брушлинский, 1994). Субъектность означает, что человек сам является носителем своей активности, собственным источником преобразования внешнего мира, действительности. Субъектность выражается в намерениях, потребностях, мотивах, установках, отношениях, целях, определяющих направленность и избирательность деятельности, личностном смысле, т.е. значении деятельности для самого человека.

Поскольку деятельность всегда осуществляется в конкретном общественно-историческом контексте, черты личности принято рассматривать как социально детерминированные (А.Н. Леонтьев, 1975). Свойства личности задаются многообразием видов деятельности, в которые включен человек как субъект (К.А. Абульханова-Славская, 1980).

Структура личности, ее содержательные характеристики в существенной степени зависят от теоретических воззрений авторов. Л.И. Божович (1997) выделяет в личности только один центральной блок – мотивационную сферу личности. К.К. Платонов (1986) включает в структуру личности такие блоки, как знания, навыки, приобретенные в опыте путем обучения (данная подструктура является типичной для поведенческого подхода), а также блок «темперамент», который рассматривается как один из важнейших блоков личности в рамках диспозиционного подхода.

Наиболее популярной является четырехкомпонентная модель личности, которая в качестве основных структурных блоков включает в себя направленность, способности, характер и самоконтроль.

Направленность – это система устойчивых предпочтений и мотивов (интересов, идеалов, установок) личности, задающая главные тенденции поведения личности. Человек с ярко выраженной направленностью обладает трудолюбием, целеустремленностью.

Способности – это индивидуально-психологические свойства, которые обеспечивают успешность деятельности. Выделяют общие и специальные (музыкальные, математические и т.д.) способности. Способности взаимосвязаны между собой. Одна из способностей является ведущей, в то время как другие играют вспомогательную роль. Люди отличаются не только по уровню общих способностей, но и по сочетанию специальных способностей. Например, хороший музыкант может быть плохим математиком, и наоборот.

Характер – это совокупность морально-нравственных и волевых свойств человека. К моральным свойствам относятся чуткость или черствость по отношению к людям, ответственность по отношению к общественным обязанностям, скромность. Морально-нравственные свойства отражают представления личности об

основных нормативных действиях человека, закрепленных в привычках, обычаях и традициях. Волевые качества включают в себя решительность, настойчивость, мужество и самообладание, которые обеспечивают определенный стиль поведения и способ решения практических задач. На основании выраженности моральных и волевых свойств человека выделяют следующие разновидности характера: морально-волевой, аморально-волевой, морально-абулический (абулия – это отсутствие воли), аморально-абулический.

Человек, обладающий морально-волевым характером, социально активен, постоянно соблюдает социальные нормы и прикладывает для их соблюдения волевые усилия. Про такого человека говорят, что он решительный, настойчивый, мужественный, честный. Человек с аморально-волевым характером не признает социальных норм и все свои волевые усилия направляет на удовлетворение своих целей. Люди с морально-абулическим характером признают полезность и важность социальных норм, однако, будучи безвольными, часто, не желая того, в силу обстоятельств совершают антисоциальные поступки. Люди с аморально-абулическим типом характера безразличны к социальным нормам и не предпринимают никаких усилий, чтобы их соблюдать.

Самоконтроль – это совокупность свойств саморегуляции, связанная с осознанием личностью самой себя. Данный блок надстраивается над всеми остальными блоками и осуществляет над ними контроль: усиление или ослабление деятельности, коррекцию действий и поступков, предвосхищение и планирование деятельности и т.д. (А.Г. Ковалев, 1965). В отличие от предложенного Роттером понятия «локуса контроля» как личностной характеристики в разрабатываемой с позиций деятельностного подхода концепции В.В. Столина качество личности, измеряемое как локус контроля, рассматривается в качестве функционального показателя отражения в самосознании личности ее включенности в деятельность, переживания «субъектом его связанности или несвязанности с событиями собственной жизни»[1]. Аналогично и в концепции Г. Крампена не сама по себе личностная переменная есть «локус контроля», а общая структура всех используемых понятийных связей раскрывает представления автора о высших уровнях личностной регуляции действий[2].

Все блоки личности действуют взаимосвязано и образуют системные, целостные свойства. Среди них основное место принадлежит экзистенциально-бытийным свойствам личности. Они связаны с целостным представлением личности о самой себе (самоотношением), своем я, смысле бытия, об ответственности, о предназначении в этом мире. Целостные свойства делают личность разумной, целенаправленной. Личность с выраженными экзистенциально-бытийными свойствами является духовно богатой, цельной и мудрой.

---

[1] *Столин В.В.* Самосознание личности. М.: Изд. Моск. ун-та, 1983. С. 280.

[2] *Krampen G.* Differential psychologie der Kontrolluberzeugungen («Locus of control»). Gottingen, Toronto, Zurich: Hogrefe, 1982.

Таким образом, в рамках деятельностного подхода личность – это сознательный субъект, занимающий определенное положение в обществе и выполняющий социально полезную общественную роль. Структура личности – это сложно организованная иерархия отдельных свойств, блоков (направленности, способностей, характера, самоконтроля) и системных экзистенционально-бытийных целостных свойств личности.

Представители деятельностного подхода считают, что личность формируется и развивается в течение всей жизни в той мере, в какой человек продолжает играть социальную роль, будучи включенным в социальную деятельность. Человек не является пассивным наблюдателем, он активный участник социальных преобразований, деятельный субъект воспитания и обучения.

По мнению представителей данного подхода, в личности основное место занимает сознание, причем структуры сознания не даны человеку изначально, а формируются в раннем детстве в процессе общения и деятельности. Бессознательное имеет место только в случае автоматизированных операций. Сознание личности полностью зависит от общественного бытия, ее деятельности, общественных отношений и конкретных условий, в которые она включена. Человек обладает свободой воли лишь в той мере, в какой это позволяют социально усвоенные свойства сознания, например, рефлексия, внутренний диалогизм. Свобода – это осознанная необходимость. Внутренний мир человека и субъективен, и объективен одновременно. Все зависит от уровня включения субъекта в конкретную деятельность. Отдельные аспекты и свойства личности могут быть объективированы в поведенческих проявлениях и поддаются операционализации и объективному измерению.

Деятельностная теория личности предоставляет нам иные аргументы для анализа экономического поведения человека, принятия им решений в различных по сложности ситуациях, связанных с экономической деятельностью. Но и деятельностный подход не дает нам исчерпывающих ответов на вопросы, касающиеся взаимовлияния факторов внутренней и внешней среды (интра- и интерпсихического уровня) в условиях принятия решения субъектом любой деятельности, в том числе экономической. Это диктует необходимость поиска новых интегративных подходов к исследованию проблемы экономического поведения человека в неординарных условиях развития современного общества.

Наиболее адекватной методологической основой комплексного изучения экономического поведения, на наш взгляд, является системный подход, основу которого составляют теория функциональных систем П.К. Анохина, получившая дальнейшую разработку в трудах Б.Г. Ананьева (концепция гетерохронности системогенеза психики человека) и В.Д. Шадрикова (теория системогенеза деятельности).

Системная методология базируется на положениях о человеке как «элементе» различных систем (физических, биологических и социальных), в которых человеком проявляются и приобретаются присущие этим системам качества; об изучении эволюции и истории порождающих человека систем; анализе целевой детерминации живых систем; о необходимости возникновения феномена личности и ее роли

в развитии различных систем; выделении таких системообразующих оснований, которые бы обеспечивали приобщение человека к миру природы и культуры, его саморазвитие. В связи с этим попытки дать характеристику человека в психологии либо как организма, либо как индивида (биологического или социального), либо как личности без указания той системы, к которой он принадлежит, лишены смысла. Человек как «элемент» одновременно принадлежит к разным системам, взаимодействуя с которыми он проявляет или приобретает различные качества.

В отечественной психологической науке в трудах Л.И. Анцыферовой, А.Г. Асмолова, А.Н. Леонтьева и других были сформулированы принципы, описывающие системные аспекты развития человека в природе и обществе[1]. Согласно первому из них *эволюция любых развивающихся систем предполагает взаимодействие двух противоборствующих тенденций: к их сохранению или изменению.*

Обобщенную характеристику механизмов развития систем в процессе эволюции предлагает Н.Н. Моисеев. Наряду с адаптационными механизмами, обеспечивающими устойчивость развивающейся системы в конкретных условиях среды, он выделяет особые бифуркационные механизмы. Механизмы бифуркации, обеспечивающие тенденцию к изменениям развивающейся системы, приходят в действие, когда возникают резкие изменения среды, кризисы в жизни системы[2].

Механизмы адаптации, функционирующие в социальных системах, связаны с обеспечением устойчивости личности и характеризуются как социотипические, адаптивные проявления личности в социальной системе. Механизмы бифуркации присущи индивидуальному поведению личности в различных проблемно-конфликтных ситуациях. В тех случаях, когда в обществе наступает переломный момент, связанный с резкими изменениями в социальных параметрах жизни человека, возникает необходимость в проявлении неадаптивных стратегий взаимодействия, самопроявления, определяющих последующую индивидуальную изменчивость. Незначительные в обычных условиях проявления индивидуальности могут вызвать преобразование общества, стать толчком к возникновению иной культуры.

Согласно второму принципу *в любой эволюционирующей системе функционируют избыточные неадаптивные элементы, относительно независимые от регулирующего влияния различных форм контроля. Именно за счет таких элементов система способна к самоизменению, саморазвитию при непредвиденных изменениях условий ее существования.*

Таким образом, на разных уровнях функционирования человека как «элемента» развивающихся систем – на уровне человека как индивида в биологической популяции, на уровне личности как индивидуальности в социальной общности – проявляются неадаптивные, избыточные формы активности, которые выражают тенденцию к изменению этих систем и тем самым выступают как необходимый

[1] *Анцыферова Л.И.* К проблеме исторического развития психики // История и психология / под ред. Б.Ф. Поршнева, Л.И. Анцыферовой. М.: Наука, 1971. С. 63–89.

[2] *Моисеев Н.Н.* Коэволюция природы и общества. Пути ноосферогенеза // Экология и жизнь. 1997. № 2–3.

момент эволюционного процесса. В переломные периоды жизни развивающихся систем (такие как биологические катаклизмы, социальные кризисы) значение неадаптивной активности входящих в эти системы элементов возрастает и приоткрывает ее эволюционный смысл. В этой связи ставится вопрос о судьбе неадаптивных актов и их результатов в процессе развития различных систем: могут ли акты, несущие тенденцию к изменению системы, из неадаптивных переродиться в адаптивные; при каких обстоятельствах в процессе эволюции происходят подобного рода изменения функционального значения акта в развитии системы?

Суть третьего принципа заключается в том, что *необходимым условием развития различного рода систем является наличие противоречия (конфликта или гармонического взаимодействия) между адаптивными формами активности, направленными на реализацию родовой программы, и неадаптивными проявлениями активности элементов системы, определяющими ее изменчивость*. Такого рода противоречия могут быть разрешены посредством либо поступков и действий индивида, преобразующих родовую программу социальной общности, либо различных перестроек мотивов индивидуальности в процессе взаимодействия с социальной общностью.

Отстаивание индивидуальностью своих мотивов и ценностей осуществляется как происходящая в процессе деятельности самореализация, которая приводит к дальнейшему развитию данной культуры или порождению в ходе преобразования действительности форм и продуктов новой культуры.

Неадаптивная активность индивидуальности перерождается в адаптивную активность по отношению к данной общности тогда, когда созданные этой активностью в процессе самореализации нормы и ценности становятся нормами и ценностями соответствующей культуры. При этом активность индивидуальности перестает выполнять функцию изменения данной системы и начинает выполнять функцию ее сохранения, стабилизации.

Идея о гармонии противоположностей как движущей силы развития личности привлекалась Л.И. Анцыферовой для объяснения некоторых форм взаимодействия (или содействия) между различными компонентами психологической организации личности как самостоятельной системы.

Дальнейшее развитие системный подход получил в работах В.Д. Шадрикова, который вводит новый психологический аспект анализа деятельности – понятие психологической системы деятельности, выделяет компоненты и уровни ее системогенетического анализа. В.Д. Шадриков показывает, что взаимодействие человека с обстоятельствами его жизни и развитие личности осуществляет именно психологическая функциональная система деятельности.

Системогенетическая теория деятельности В.Д. Шадрикова является методологическим инструментарием для исследования генезиса поведения человека, в том числе экономического, которое должно осуществляться в контексте функциональной активности сформировавшихся в онтогенезе психологических систем личности, имеющих «свои внутренние переходы и превращения, свое развитие»,

обусловленные конкретной социальной ситуацией и индивидными качествами личности. Именно в функциональной системе наследуемые, развиваемые и воспитуемые, присвоенные качества выступают в единстве как интраиндивидуальные характеристики личности, определяющие ее деятельность и поведение[1]. Взаимодействие интраиндивидуальных характеристик личности и интерсубъектных факторов социально-экономической ситуации обеспечивает адаптивную или неадаптивную модальность поведения человека, изменяющего и сохраняющего параметры этой ситуации.

Таким образом, экономическое поведение социального субъекта необходимо рассматривать в контексте функциональной активности многоуровневых системных образований его личности, разрешающих противоречия между своеобразием и ограниченностью сущностных качеств личности и многообразием условий и форм ее социальных взаимодействий. В контексте разрешения этих противоречий формируются стилевые характеристики принятия решения и преобразующая или сохраняющая модальность экономической деятельности и поведения субъекта.

На наш взгляд, системогенетическая парадигма в изучении экономического поведения социальных субъектов является универсальным теоретическим конструктом, объединяющим различные теоретические подходы (поведенческий, когнитивный, деятельностный, диспозиционный) и позволяющим подойти к пониманию того, каким образом индивидуальные свойства субъекта экономической деятельности детерминируют его социальное поведение, ставить вопрос о характере связи между интерсубъектными параметрами социального взаимодействия и интраиндивидуальными психологическими системами поведения, обусловливающими структуру личности экономического субъекта.

[1] *Шадриков В.Д.* Деятельность и способности. М., 1994. С. 57.

Глава 8

ПОТРЕБИТЕЛЬСКАЯ ЭКОНОМИКА И ПОВЕДЕНЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ ПОТРЕБЛЕНИЯ

На сегодня есть по сути лишь одна заметная работа по данной проблематике. Это книга Чандрана Наира «Потребительская экономика. Роль Азии в перестройке капитализма и спасении планеты»[1]. Это первая работа индийского автора, являющегося в настоящее время руководителем расположенного в Гонконге азиатского Международного института проблем завтрашнего дня (Global Institute for Tomorrow – GIFT). Однако ее содержание не синхронизируется с замыслом авторов статьи и представляется в определенной степени космополитичным, ибо претенциозно не только само название работы, но и не во всем идентифицировано с ним ее содержание. Представленный ученый рассматривает проблемы экологической безопасности всей планеты и стран Азии в частности, предлагает пути сохранения окружающей среды и природных ресурсов за счет сокращения роста потребительской активности населения. Путь простой и понятный, но при этом сомнительный, ибо развитие страны, ее экономический рост и благосостояние населения напрямую зависят от потребления, динамики потребительского спроса.

Чандран Наир предлагает пересмотр отношения азиатских стран к капиталистическому строю, управляемому за счет потребительства, и предлагает собственную оригинальную концепцию дальнейшего экономического и политического развития этих стран. Как основной путь решения экологических проблем предлагается резкое снижение потребительской активности и передача под полный контроль государства управление природными ресурсами.

Интересна информация о том, что 31 марта 2013 г. в Москве в помещении действующего Московского Купеческого общества состоялась публичная двухчасовая лекция профессора, доктора экономических наук, автора единственной в мире авторской экономической энциклопедии и еще 50 книг, изданных в России и за рубежом Елены Румянцевой на тему: «Потребительская экономика в России: безопасность здоровья при ограничении потребления товаров, вредных для здоровья».

Потребительская экономика

Итак, представим собственное определение потребительской экономики. Это базис общества потребления, система экономических отношений, основанных на

[1] *Чандран Наир.* Потребительская экономика. Роль Азии в перестройке капитализма и спасении планеты. М.: Прогресс-Традиция, 2012.

примате всеобщего потребления, и, соответственно, производности других фаз воспроизводства, во главу которой положен принцип перманентного потребления индивида, что формирует особую систему ценностей и установок как на микроэкономическом, так и на макроэкономическом уровне в целом.

Потребительская экономика основана на определенных институтах (правилах игры), в числе основных, по нашему мнению, следует рассматривать демонстративное потребление и бум потребительского кредитования, появление и тотальное распространение сетевых ритейлеров, связанного с ними шопинга (немотивированное постоянное приобретение благ) как самоцели и повсеместной формы организации досуга, денежный фетишизм, когда деньги из средства достижения целей превращаются в самоцель и становятся объектом преклонения и воплощения всемогущества.

Рассмотрим отрицательные экстерналии потребительской экономики.

Потребительскую экономику называют затратной, поскольку она при кажущейся направленности на удовлетворение различных нужд субъектов, фактически направлена на потребление ресурсов далеко не всегда и во всем рациональное, на увеличение объемов продаж товаров как длительного, так и кратковременного пользования любыми способами и методами.

Потребительская экономика неотделима от таких ее атрибутов, как предметы роскоши, включая эксклюзивные сорта вин и табачных изделий, оружие, курительные смеси, которые в одних странах запрещены, но в других странах разрешены наряду с наркотическими веществами, дорогие медикаменты, что, по сути, является настоящими «фабриками смерти». Потребительская экономика не исключает огромных затрат на вооружение, военные действия, связанные с прямыми потерями человеческих ресурсов, информационное давление, включая нейролингвистическое программирование, используемое сейчас широко в различных маркетинговых системах.

Появился даже новый термин «нейроэкономика», что означает использование методов современной нейрофизиологии для изучения процессов, протекающих и мозге во время принятия человеком экономических решений[1]. После длительного в основе своей абстрактного описательного моделирования современные экономисты перешли к непосредственному изучению различных сложных механизмов, происходящих в мозге человека, при осуществлении им определенной деятельности, включая и потребление. Фактически изучаются процессы, из которых так или иначе складываются различные экономические отношения. Уже известно и доказано наукой, что в предвкушении и ожидании удовольствия, например, от вкусной пищи, секса, инъекции амфетаминов, вызывающих приятные ощущения или ожидания денежного вознаграждения, что универсально действует на большинство субъектов, у человека активируется отдельная область мозга и одновременно наблюдается

[1] *Camerer C., Loewenstein G., Prelec D.* Neuroeconomics: How Neuroscience Can Inform Economics, working paper, 2004. URL:http://sds.hss.cmu.edu/faculty/Loewenstein/neurojelfinal.pdf.

повышенное выделение допамина. Выявлена роль этого вещества в формировании положительных эмоций, уверенности, энтузиазма, интереса. Исследуется активность мозга в игровых ситуациях с межвременным выбором, проблемами самоконтроля и принятия решений в ситуациях неопределенности, которые в последние десятилетия активно разрабатывались поведенческой экономикой.

Нейрофизиологический подход к исследованию экономического поведения субъектов подводит к мысли о том, что если производить определенное воздействие на соответствующие участки мозга, то можно добиться принятия субъектом соответствующих решений о покупке того или иного товара. Это воздействие может осуществляться совершенно безболезненно и незаметно для потребителя, например, через музыкальный фон, который присутствует фактически в каждом крупном супермаркете, через цветовые раздражители, вкусовые, запахи и т.д. Такие формы потребительского поведения, как шопинг, вполне могут быть объяснимы с позиций нейрофизиологии – человек испытывает стойкую потребность в ожидании удовольствия от покупки, и она подкрепляется активизацией отдельного участка мозга. Использование методов нейроэкономики позволяет расширить область познания и подтверждает необходимость новых подходов к анализу человеческой деятельности, в том числе и его потребительских предпочтений.

Потребительская экономика в сравнении с другими видами экономик, таких как, например, экономика счастья, экономика впечатлений, викиномика, с позиций макроэкономического подхода является более затратной и соответственно менее эффективной, но с позиций микроэкономического подхода, на уровне фирм-производителей тех или иных товаров, потребительских благ, многочисленных посредников, различных торговых структур данная экономика предстает в ином ракурсе, принося им высокие доходы и высокую прибыль. С иных позиций воспринимается потребительская экономика и на уровне потребителя, она позволяет не только удовлетворять постоянно возрастающие потребности, но и осуществлять это персонифицировано, для каждого из них, что фактически «разогревает» и «разгоняет» их потребности до бесконечности и всегда оставляет часть их неутолимой, но очень желаемой для удовлетворения. Гуманные цели человеческого бытия, деятельности субъектов постепенно могут заменяться на суррогатные, замещаться на бесконечный поиск неизведанных ощущений от потребления тех или иных благ, рациональность и разумность уступить место чисто гедонистическим подходам. По нашему мнению, это весьма опасный и, возможно, даже тупиковый путь развития. Существует объективно несколько групп мегатрендов, формирующих в долгосрочной перспективе контуры и облик будущего большинства стран мира:

– глобализация;

– формирование экономики знаний и рост значимости инноваций как основы устойчивого экономического развития;

– развитие цифровых, био- и нанотехнологий – конвергенция технологий;

– повышение значимости новых источников энергии и энерго- и ресурсообеспечения;

– изменение климата и окружающей среды;

– медицина долголетия и достижение нового качества жизни;

– кадры как определяющий фактор конкурентного преимущества, повышение уровня их мобильности;

– индивидуализация потребления и культурное разнообразие;

– борьба за глобальное лидерство.

Эти глобальные мегатренды имеют множество эффектов, поэтому они будут в различной степени влиять как на экономику развитых стран, так и на будущие позиции российской экономики. Рассмотрим содержание такого мегатренда, как *индивидуализация потребления и культурное разнообразие*, что, по сути выражает логику и контент потребительской экономики.

▪ Переход от ориентации на массовые рынки к индивидуальным и микрорынкам.

▪ Переход к «креативному» потреблению (поиск «творчества» в приобретаемых товарах/услугах).

▪ Постоянная адаптация и приспособление к новым потребностям потребителей и изменениям окружающей среды.

▪ Плюрализм – смешение традиционного и современного образа жизни.

▪ Глобальная конкуренция жизненных ценностей.

▪ Возникновение гибридных культур.

▪ Развитие концепции устойчивого потребления.

▪ Новые парадигмы потребления.

▪ Рост самодостаточности индивидуума.

▪ Креативная, продуктивная и удовлетворяющая индивида работа станет более востребована и приведет к значительному росту числа людей, занятых ею во всем мире.

▪ Создание личного богатства и свободы будет доступно для большего числа людей в будущем.

▪ Открытое общество, свободная торговля и защита прав личности будут необходимыми компонентами повышения личного процветания людей в будущем.

▪ Конфиденциальность, в том числе свобода от электронной, медицинской, геномной и других форм контроля и управления, будет признана одним из основных прав человека. Защита от них станет важнейшим направлением, требующим постоянного внимания.

▪ Право жить в обществе демократии и свободы с защитой прав личности будет признано высокой целью глобального значения, люди будут более активно защищать свои права, чтобы обеспечить доступ к информации, инновациям, общению и творчеству.

▪ Глобальный акцент на мире и безопасности приведет к созданию мира, в котором люди будут испытывать меньше войн и тирании.

▪ Демократизация интернет-продаж (возвращение товара, если не понравится, и т.д.).

▪ «Умные» покупки (принятие решения о приобретении товаров/услуг на основе предварительной информации).

▪ Интерактивная розничная торговля (голосование за продукты/услуги on-line, рекомендации и обсуждение в социальных сетях).

О движущих силах современной экономики есть особое мнение отдельных специалистов. Так, В. Райцле считает, что таковой является роскошь[1]. На момент написания книги он отвечал за разработку и производство автомобилей класса «люкс» концерна Ford. В. Райцле исходил из того, что первоначально эксклюзивные товары впоследствии становились предметами массового спроса.

Производители, ориентированные на масс-маркет, обречены на разрушительную ценовую конкуренцию, что делает их позиции на рынке потребительских товаров и услуг достаточно уязвимыми. Производители, предлагающие оригинальную идею продукции премиум-класса обеспеченным потребителям, которые готовы платить за реализацию в процессе потребления своей неповторимой индивидуальности, могут рассчитывать на пролонгирование своей бизнес-деятельности. Представления о роскоши со временем меняются: ранее она ассоциировалась с золотом и бриллиантами, теперь появилась новая роскошь – это, прежде всего, роскошь технических новинок. В. Райцле полагает, что инновационная экономика неразрывно связана с развитием производства предметов роскоши, и прослеживает эту связь на примере автомобильной отрасли. Следует отметить, что интенсивная экспансия розничных торговых сетей созвучна ценностям потребительского общества. Это общество ставит в центр всех экономических отношений «человека потребляющего», для которого «главным сакральным местом является торговый центр, а основным религиозным ритуалом – регулярное мытье машины»[2].

Эпоха экономики потребления стала явью и для России. Потребительское общество формирует различные институциональные ловушки для потребителей. Они носят в основном социальный характер и связаны с психологией потребителей. Одна из таких ловушек – это увлечение статусными вещами при высоком уровне дохода. Это требует постоянного увеличения трудовых усилий, а рост доходов направляется преимущественно на демонстративное потребление. Примером, подтверждающим эту институциональную ловушку, является потребительский спрос яппи в 80-е годы. Другая институциональная ловушка связана с потреблением субъектов, вынужденных из страха показаться белыми воронами на фоне общего потребительского благоденствия и приобретающих чаще, чем обеспеченные слои, дорогие и широко разрекламированные товары.

В исследования потребительских предпочтений выделяют такую группу, как «бобуины» (богемные буржуа) – это миллиардеры, сделавшие деньги на «новой экономике», но сохранившие романтические взгляды на жизнь.

---

[1] *Райцле В.* Роскошь – источник благополучия. Будущее глобальной экономики. М.: Альпина Бизнес Букс, 2005.

[2] *Фенько А.* Люди и деньги: очерки психологии потребления. М., 2005.

Организационные институционализации потребительского рынка

Помимо организационной институционализации потребительского рынка в виде создания розничных торговых сетей, происходит разноплановая институционализация потребительских предпочтений. Это связано, с одной стороны, с консюмеризмом, с другой – с движением VS.

Консюмеризм – организованное движение потребителей за расширение и защиту своих прав, а также усиление воздействия потребителей на производителей и продавцов. Основные направления деятельности в рамках консюмеризма сводятся к следующему: воспитание потребителей; независимая экспертиза товаров; предъявление исков на некачественные товары.

Консюмеризм как движение аккумулирует три основные группы:

1. Группы, ориентированные на потребителей, озадаченные преимущественно ростом потребительского сознания и предоставляющие потребителям информацию для более обоснованного выбора.

2. Государство, осуществляющее законодательную и регулирующую функцию.

3. Бизнес, действующий посредством конкуренции и саморегулирования в интересах потребителей.

Консюмеризм способствовал повышению уровня этики в организации продаж товаров и услуг. Фирмы не могут игнорировать определенные институты, порожденные этим движением, например, Международную конфедерацию обществ потребителей, в составе которой и общества потребителей России.

Наряду с консюмеризмом существует движение VS – Voluntary Simplicity – добровольная простота. Это движение борется с консюмеризмом.

Принципы VS просты и сводятся к антибрендизму:

– покупать не марки, а вещи;

– покупать только то, что нужно;

– когда можно, покупать подержанное;

– если можно, не покупать вообще.

Само движение VS стало удачным брендом, символом – слоган «как сделать жизнь проще». Это движение отражает ситуацию на переразвитом рынке, рынке изобилия товаров и услуг. В России, где потребитель сильно подвержен «эффекту толпы» и «эффекту брендирования», это движение пока не существует.

Авторы полагают, что розничные торговые сети формируют у потребителей особый эффект толпы. Рассмотрим это подробнее.

Эффект толпы, возникающий у потребителей под воздействием розничных торговых сетей, имеет ряд особенностей. Это позволяет говорить о нем как об эффекте потребительской толпы.

1. Данный эффект связан с потребительскими предпочтениями индивидов и их потребительским выбором. Любой потребитель, попадающий в зависимость от огромного многообразия товаров, предлагаемых новинок, испытывает состояние сопричастности к этому товарному миру и реального шанса стать обладателем

какой-либо его части. Движение потребителя вдоль многочисленных полок в крупнейших супермаркетах напоминает конвеерную систему. Постепенно все они втягиваются в общий поток, формируется фактически толпа потребителя, наделенная едиными мыслями и эмоциями потребительского характера со всеми вытекающими отсюда последствиями.

2. Эффект толпы носит не спонтанный характер, и достаточно спокойно формируется у потребителей в соответствующих условиях – при посещении крупных торговых комплексов, супер- и гипермаркетов. В магазинах специализированных, где осуществляется продажа товаров ограниченного ассортимента, данный эффект не наблюдается ввиду отсутствия толпы потребителей как таковой и более персонифицированного характера их предпочтения.

3. В качестве лидеров толпы потребителей выступают те из них, которые могут приобрести максимально возможное и разнообразное количество товаров. Это неформальное лидерство, т.к. в принципе никто из потребителей явно на лидеров-потребителей не указывает, они не избираются большинством, и не призывают к каким-либо действиям. Это пример молчаливого сговора, когда данные потребители-лидеры толпы потребителей достаточно явно выделяются из нее и своим поведением «задают» тон для других потребительских групп. Большинство потребителей попадают дополнительно и под эффект корзинки – после посещения торговой точки она должны быть наполнена товарами, ибо пустая корзина возвращается как атрибут бедности и потребительской несостоятельности.

4. Этот эффект провоцируется различными презентациями новых товаров, рекламой как в СМИ, так и в торговых структурах, предоставление дисконтных карт той системой скидок.

Оценить эффект потребительской толпы можно двояко. Со стороны потребителей, попадающих под влияние данного эффекта, он оценивается ими не в этот момент, а спустя некоторое время, когда потребитель обнаруживает у себя дома массу ненужных товаров. Эти сделанные им покупки под воздействием потребительской толпы, с одной стороны, удовлетворяют его потребительский спрос (иначе он бы их не купил), с другой стороны, могут превышать разумные границы его потребностей (например, в семьях с детьми к каждому новому году покупаются новые елочные игрушки, хотя они есть в достаточном количестве). Можно также поинтересоваться у покупателей – что они хотели приобрести и что они реально купили в магазинах. Полагаем, что чаще вторая составляющая будет больше. Такого рода траты сокращают норму сбережений, увеличивают соответственно норму потребления. Эффект толпы может спровоцировать ажиотажный потребительский спрос, который в свою очередь может способствовать возникновению инфляции спроса. доказательством тому служат всплески цен на определенные товары в предпраздничные даты (например, на мясо, цветы и т.п.), которые затем приобретают свойство «залипать» – т.е. оставаться (или незначительно снижаться) на том же уровне. об этом свойстве цены товаров писал еще Дж. Кейнс. В реальной действительности такие процессы наблюдаются достаточно часто.

Со стороны продавцов товаров и услуг, организованных в виде сетевых розничных структур, эффект толпы должен прежде всего оцениваться позитивно. Чем больше проданных товаров, тем больше выручка и прибыль этих структур, возможности дальнейшего развития.

Нельзя не отметить и некоторые проблемы торговых структур, связанные с эффектом потребительской толпы. Это связано с необходимостью оборудования масштабных торговых залов, обеспечением значительного ассортиментного разнообразия товаров должного качества, постоянного его обновления, наличием квалифицированного персонала, что требует соответствующих затрат (финансовых, материальных, трудовых). Должна быть эффективно организована система управления товарными потоками, создана оперативная система мониторинга, позволяющая отслеживать динамику потребительского спроса. Кроме того, здесь опасен отрицательный эффект масштаба производства, в данном случае – торговой деятельности, проявляющийся в снижении эффективности из-за сложности управления гигантски разросшимися торговыми структурами. Эффект потребительской толпы мы рассматриваем как один из факторов институционального порядка, реально и в значительной степени воздействующий на потребителя, его спрос, прежде всего, в сетевых розничных структурах. Об его институциональной природе свидетельствует следующее.

1. Если рассматривать институциональный фактор, как фактор, аккумулирующий социально-экономические, социо-культурные, психологические стороны деятельности индивидов как потребителей, то эффект потребительской толпы именно с этими процессами тесно связан. Психологическая сторона эффекта толпы очевидна, социо-экономическая связана с потребительским выбором, ориентированным на абсолютное большинство.

2. Институциональный фактор по своей сути должен формировать у потребителя какие-либо установки, привычки, постепенно переходящие в норму, правила его деятельности, жизнеобеспечения. Эффект потребительской толпы соответственно формирует у потребителя такие нормы, как идентификация своего потребительского выбора с выбором толпы, стремление реализовать себя на уровне агрегированной совокупности потребителей (и реализация этого), иначе говоря, быть не хуже других, идти в ногу со всеми и стараться, если есть возможность, в чем-то опередить толпу, став ее неформальным лидером.

3. Институциональный фактор тесно связан и производен от существующей системы формальных и неформальных институтов. В отношении потребителя, его выбором, скорее срабатывают неформальные институты, чем формальные (законы, например, о защите прав потребителя, сложившиеся права собственности, сформировавшиеся организационные структуры).

К потребителям нового типа можно отнести и глобальных потребителей. Авторы считают, что в условиях постиндустриальной экономики формируется глобальный потребительский спрос, персонифицированный глобальными потребителями. Потребители глобальные – потребители из разных стран или регионов

мира, имеющие сходные потребности и ищущие сходные потребительские выгоды и свойства товаров. Они образуют костяк потребительского интернет-сообщества – совокупности субъектов, которые общаются между собой через Интернет на базе общности интересов в плане получения информации о тех или иных конкретных аспектах процесса приобретения.

Современный мир постепенно преобразуется в единое пространство, где беспрепятственно перемещаются товары, услуги, капитал, рабочая сила, где свободно распространяются идеи и передвигаются их носители. Возрастающая степень взаимосвязанности национальных экономик сопровождается универсализацией, гомогенизацией жизни субъектов в целом: под влиянием обменов товарами, услугами, информацией, технологиями происходит взаимодействие культур, мир тяготеет к единым стандартам, принципам, ценностям.

Таким образом, ведение экономической деятельности в глобальном масштабе снимает национальные, социальные, культурные, государственные и иные ограничения на поведение потребителей, что определяется снижением роли государства и национальных культур как совокупности норм и ценностей. Глобализация приводит не только к экономическому сближению потребителей, но и к стандартизации основных стереотипов восприятия и моделей их поведения. Развитие массового производства, возникновение крупных корпораций создают возможности для потребительского стиля жизни по всему миру; платой за это становится деиндивидуализированный труд и деиндивидуализированное потребление стандартных (при кажущемся разнообразии) продуктов. В условиях товарного изобилия и постоянного дефицита времени «глобализированный» человек сталкивается с проблемой выбора: бренд «А» или бренд «Б», и зачастую не имеет возможности принять решение на основании объективных, рациональных причин. Компании привлекают психологов к созданию рекламы, которая не столько отражает действительные характеристики продукта, сколько на подсознательном уровне должна расположить к себе потенциального потребителя и вызвать у него непреодолимое желание приобрести рекламируемый товар.

Поведенческая теория потребления

В современной рыночной экономике особо подчеркивается роль потребителей, так как доля потребительских расходов составляет более половины валового внутреннего продукта. Именно столь значительная роль, которую играют потребительские расходы в рыночной экономике, и обусловливает важность анализа поведения потребителей и необходимость определения факторов, воздействующих на это поведение.

В условиях трансформации российской экономики за последние десятилетия произошли серьезные качественные и количественные изменения экономического поведения потребителя, мало изученные российскими исследователями.

Теория поведения потребителей на рынке – один из классических разделов экономической теории. Между тем в настоящее время исследование в данной области сводится к прикладным исследованиям рынка и рассматривается как раздел маркетинга, что недостаточно отражает его важность в современном обществе. Взаимосвязь с экономической теорией оказывается в связи с этим косвенной. Подобный прикладной маркетинговый подход к пониманию содержания категории «потребительское поведение» является весьма ограниченным. Неразработанность поведенческой теории потребления ограничивает исследование закономерностей потребительского поведения.

Отсутствие системного междисциплинарного подхода, который дал бы возможность раскрыть всю цепочку причинно-следственных связей, формирующих потребительское поведение на микроуровне, и обратное влияние параметров этого поведения на макроэкономические показатели обусловливают недостаточное внимание к характеристикам потребительского поведения.

Теория потребления и потребительского поведения имеет длительную историю развития. В различные исторические периоды вклад в разработку данной теории внесли Г. Беккер, И. Бентам, М. Вебер, Т. Веблен, Ф. Визер, Дж.К. Гэлбрейт, Дж. Дьюзенберри, Дж. Катона, Дж.М. Кейнс, Х. Лайбенстайн, К. Ланкастер, Т. Мальтус, К. Маркс, А. Маршалл, К. Менгер, Ф. Модильяни, А. Пигу, Т. Скитовски, И. Фридмен.

Среди отечественных ученых в данной области знаний выделяются работы А.И. Павлова и Г.М. Россинской.

Со второй половины прошлого века теория потребительского поведения была взята на вооружение разработчиками теории и практики маркетинга, ее развитие пошло преимущественно в направлении, определяемом интересами производителя в изучении конкретных мотивов и реакций потребителя.

В начале XX в. представители неоклассической теории придерживались той позиции, что главными факторами, влияющими на потребительское поведение, являются уровень личных доходов и уровень цен на потребительском рынке, которые служат ограничениями при максимизации функции полезности. При заданном уровне дохода и заданных ценах частные потребители могут делать те или иные покупки или не делать их. В рамках неоклассической теории такие действия определялись и потребительскими предпочтениями, но меняющимися только во времени. В качестве ценового параметра, влияющего на изменения потребительских предпочтений, выступала норма процента. Впрочем, даже в этой статичной схеме, где потребителю отводилась достаточно пассивная роль, не удавалось избежать привлечения субъективных потребительских оценок, поскольку норма процента соотносилась с ожидаемым изменением цен.

В дальнейшем попытку вывести неоклассическую теорию за рамки стационарного равновесия для объяснения причин циклического развития предпринял Дж.М. Кейнс, который считал, что роль потребительских представлений постоянно возрастает. В кейнсианской теории совокупный потребитель уже выступает как

самостоятельный экономический агент. Личные сбережения рассматриваются как важнейшая экономическая категория, а в качестве объективных факторов, определяющих ключевое понятие теории – склонность к потреблению, фигурирует ожидаемое отношение текущего и будущего уровней доходов. И это, не считая целого ряда субъективных факторов вплоть до «удовлетворения чистой жадности».

Развитие теории потребительского поведения в послевоенный период было связано в основном с желанием объяснить отсутствие предсказанного Дж.М. Кейнсом падения склонности к потреблению. Дж. Дьюзенберри и Ф. Модильяни также уделяли много внимания таким понятиям, как ожидаемый доход и ожидаемая продолжительность жизни. Монетаристский подход к объяснению циклической динамики рыночной экономики во многом повторяет кейнсианские взгляды на потребительскую функцию. Гипотеза «перманентного дохода» М. Фридмена является специфической формулировкой взаимосвязи между ожидаемыми уровнями дохода и потребления.

Представления о роли потребителя в экономике и специфике его поведения в ходе развития экономической науки претерпели серьезную трансформацию. В процессе перехода во второй половине XX в. от массового производства к индивидуализированному в западных экономиках потребовалось более глубокое теоретическое осмысление закономерностей потребительского поведения в соответствии с новыми экономическими реалиями. Взамен концепции абсолютной рациональности, принятой в классической теории потребления, получает все большее распространение концепция ограниченной рациональности потребительского поведения, основанная на предпосылке ограниченности когнитивных потенций потребителя.

В конце XX в. наряду с традиционной школой получило признание новое направление в изучении поведения потребителей, характеризующееся фокусированием внимания на социально-культурных и социально-психологических детерминантах потребительского поведения. Постепенно стал более очевидным тот факт, что реальные законы и закономерности человеческого поведения в любой сфере, в том числе в сфере потребления, нужно искать «на стыке» различных наук и концепций – экономики и психологии, психологии и социологии и т.д.

Поведенческая теория потребления

Поведенческая теория потребления является междисциплинарной областью исследования. Об этом свидетельствует то, что, кроме широкого круга литературы, трактующей поведение потребителей с точки зрения маркетинга, развивается интерес к данной тематике в рамках таких смежных по отношению к экономической теории дисциплин, как экономическая социология и экономическая психология. Представляя собой систему, отношения потребления одновременно выступают подсистемой более сложной системы отношений. На потребителя «транслируются» и в его экономическом поведении реализуются все черты и противоречия

экономической системы в целом. К тому же индивид во многом определяет характеристики системы, являясь носителем наиболее глубинной мотивации – стремления к удовлетворению потребностей.

Большое внимание анализу субъективных факторов на макроэкономические явления уделяется в рамках теории поведенческой или психологической экономики. Дж. Катона, один из родоначальников этого направления, полагал, что экономика без психологии не будет успешной в объяснении важных экономических явлений, в то время как психология без экономики лишена возможности объяснения наиболее распространенного вида человеческого поведения – экономического. Таким образом, один из ключевых пунктов экономико-психологического подхода состоит в попытке учета на макроуровне психологических факторов, являющихся показателями индивидуального поведения.

Ряд предпосылок анализа поведения потребителей основывается на предположениях о психологии человека, при этом выделяют следующие основные психологические эффекты.

1. Эффект владения. Предполагается, что вещь, которой уже владеют, оценивается значительно выше по сравнению с той, которая еще не приобретена. Наряду с этим «расставание» с уже имеющейся вещью оценивается дороже, чем приобретение новой такой же.

2. Эффект определенности. Согласно этому эффекту потребители склонны избегать риска даже при высоком ожидаемом выигрыше, т.е. состояние неопределенности рассматривается потребителями как качественно худшее.

Концепции, опирающиеся на достижения психологии

Для того чтобы лучше понять потребительское поведение, был разработан ряд концепций, опирающихся на достижения психологии, в которых признается наличие противоположных сил, влияющих на потребительский выбор. Рассмотрим некоторые из них.

С точки зрения *концепции переменной рациональности Х. Лайбенстайна* на человека воздействуют такие две силы, как физиология и общество. Степень рациональности человека – это изменчивая величина, зависящая от этих сил. Чем более рационально решение, тех больших затрат сил оно требует. Эти две противоположные тенденции действуют следующим образом: физиологическая природа человека побуждает его к минимизации затрат, а, следовательно, принятию менее рациональных решений; общественная природа на основе стандартов и норм, напротив, требует больших затрат сил и более рациональных решений.

Концепция ранжированной рациональности П.-Л. Рейно исходит из того, что в человеке противостоят друг другу такие силы, как осознанное и неосознанное. Все типы потребительского поведения можно проранжировать по уровню затрат умственной энергии. Осознанное поведение требует больших затрат, а неосознанное

не обеспечивает самосохранения. В связи с этим, чтобы достичь баланса между затратами умственной энергии и безопасностью, потребителю приходится выбирать степень осознанности.

Дж. Дьюи полагал, что двумя составляющими природы человека являются импульсы и привычки. Американский социолог А. Этциони в качестве двух стимулов поведения человека выделял удовольствие и долг. Наряду со стремлением к личным удовольствиям действует такая сила, как нравственный долг. По мнению Т. Скитовски, двумя состояниями человека являются удовольствие и комфорт. Различие между этими понятиями выражается в следующем. Комфорт – статическое состояние, потребность в комфорте можно удовлетворить. Удовольствие – динамическое состояние, потребность в удовольствии насытить нельзя, так как сегодняшний уровень удовольствия становится уровнем комфорта завтра, а новый уровень удовольствия требует роста потребления.

Нидерландский ученый Й. Хейзинга проанализировал такой психологический аспект потребления, как игра. Игра противопоставляется серьезному и обладает тремя свойствами:

1) игра – это свободная деятельность;

2) игра подчинена собственному порядку;

3) игра имеет смысл и значение для играющего.

Автором уделяется определенное внимание игровым основам потребления, при этом ярким выражением игры он считает моду XVII в.

В современном обществе игровые элементы важны, хотя они и существуют в обособленном виде (в спорте, например), но проникают в такие сферы, как коммерция, мода, реклама и т.д.

Взаимосвязь между психологией потребителей и макроэкономикой появляется благодаря тому, что в экономике воздействие объективных условий на поведение людей неизбежно опосредуется их субъективными воззрениями. Никто не может предугадать направление хозяйственных процессов – ожидают страну подъем или депрессия, но индивиды вынуждены постоянно принимать конкретные решения по поводу своего потребления и личных сбережений.

В условиях неопределенности экономические ожидания и общественное мнение существенно влияют на экономику в целом. Так, эти психологические факторы могут повернуть или скорректировать течение бизнес-циклов, если большая группа людей одновременно изменит свое поведение, решив потратить или, наоборот, сберечь средства, воздействуя тем самым на макроэкономические процессы, например, динамику инвестиций. Даже небольшие сдвиги во времени принятия потребителями решений о расходах и сбережениях приобретают существенное значение, поскольку потребительские расходы играют огромную роль в экономике всех стран.

Желание покупать обусловлено личными представлениями, оценками и ожиданиями людей относительно своего материального положения, занятости, динамики цен, общеэкономических перспектив развития страны в целом. В данном слу-

чае речь идет не о значении потребительских ожиданий вообще, а об их роли в понимании динамики поведения потребителей в условиях современной экономики. Когда мы говорим о потребительских ожиданиях, речь не сводится к выявлению различий в мотивации потребителей в зависимости от действия культурных или институциональных факторов. Потребители так или иначе отдают предпочтение экономическому выбору, в наибольшей степени отвечающему их интересам. Определяющим моментом является наличие у потребителей возможности действовать в соответствии со своими предпочтениями. Характерно, что, когда речь идет о развитой рыночной экономике, для объяснения этой проблемы используют категории «ограничений ликвидности» или неспособности потребителей наладить структуру текущего потребления. Кроме того, для некоторых (даже многих) потребителей главное ограничение выбора состоит в недостатке дохода, причем их доходы просто оказываются слишком низкими для обеспечения как в настоящем, так и в будущем адекватного уровня жизни. Все источники ограничений приводят к одинаковому результату: когда выбор полностью ограничен, изменения в ожиданиях потребителей не оказывают никакого воздействия на их решения по расходованию средств или накоплению сбережений. Наоборот – при уменьшении этих ограничений роль потребительских ожиданий возрастает.

Достоверность и обоснованность потребительских ожиданий зависят от возможности потребителей получать и применять экономическую информацию. На эту возможность оказывают влияние объем и качество имеющейся информации и осведомленность населения в экономических вопросах, достаточная для истолкования полученных сведений. В процессе формирования своих ожиданий потребители не просто экстраполируют прошлые события в будущее. Их ожидания ориентированы на будущее в том смысле, что включают в себя ожидаемые сдвиги в доходах и занятости, ценах и процентных ставках, предполагаемые изменения в системе налогообложения, а также ожидаемые сдвиги в других «внеэкономических» сферах. Это вовсе не означает, будто потребители досконально разбираются в сложнейших экономических процессах, что составляет одну из предпосылок гипотезы рациональных ожиданий. Выражая другую, совершенно противоположную точку зрения, можем утверждать, что нет никаких признаков, позволяющих назвать подход потребителей нерациональным. Судя по накопленному опыту измерений, потребители обычно проявляют определенную степень «ограниченной рациональности», при которой конечные результаты обусловливаются, скорее, критерием достаточности, чем принципом строгой оптимизации.

Классификация типов потребителей

В современном информационном обществе важнейшую роль в поведенческой теории потребления играет анализ восприятия потребителем информации. В зависимости от индивидуальных особенностей потребителя как индивида в каждом

человеке в той или иной степени присутствуют перечисленные типы восприятия и обработки поступающей информации.

Интуитивный тип потребителя интегрирует непосредственные впечатления в образы и символы. Он может, отстраняясь от отвлекающих внешних мелочей, «увидеть» глубинную суть процессов или явлений. При интуитивном восприятии информации человек чувствует истину, но не может это доказать. Некоторые психологи считают интуицию начальной фазой мышления.

Мыслящий тип потребителя ориентируется на факты. Важнейшие формы мышления – анализ, синтез и обобщение. Ярким проявлением мыслительной деятельности является воображение. Воображение часто называют инструментом интеллекта: с помощью него мы можем придумывать новую действительность, и оно не имеет предела.

Сенсорный тип потребителя ориентируется на реальные ощущения.

Чувствующий тип потребителя проявляет неконтролируемое восприятие, основанное на чувствах и эмоциях (эмоциональную реакцию).

Совершенно очевидно, что важный и влиятельный источник информации о настоящем и будущем экономики страны представляют собой средства массовой информации. Однако, оценивая, например, перспективы экономики, люди, фильтруя пласт внешней информации, одновременно опираются и на собственные ощущения и опыт, касающиеся изменения доходов, цен, условий занятости и т.д. Именно личный опыт потребителей, приобретаемый ими в процессе изменений локальных условий дохода и занятости, цен и наличия товаров на местных рынках, а также многие другие ассоциативные связи с текущими событиями в обстановке быстро меняющейся конъюнктуры нередко оказываются наиболее значимым фактором, влияющим на экономическое поведение.

Институциональные аспекты экономического поведения индивидов

Важнейшим фактором в анализе поведения потребителей является исследование институциональных аспектов экономического поведения индивидов.

Необходимо отметить, что экономическое поведение потребителя не ограничивается сферой потребления. Такие виды экономического поведения, как поведение на рынке труда, предпринимательское поведение и прочие, во многом обусловлены потребительской ориентацией их носителей, тесно связаны с потребительским поведением, а вся система экономических отношений – с потребительскими отношениями.

Потребительское поведение – это механизм и одна из форм реализации общественных отношений, связанных с потреблением, – потребительских отношений. Роль потребительского поведения определяется ролью самого потребления в экономической системе:

1) потребление выступает как результат, заключительная стадия системы воспроизводства, несущая на себе отпечаток всех предшествующих стадий, и одновременно – фактор, воздействующий на экономическое поведение на всех других стадиях процесса воспроизводства;

2) потребление представляет собой производство особого рода: в процессе потребления происходит производство базовых потребительских благ, непосредственно входящих в целевую функцию потребителя.

Потребитель, используя товары и услуги, в процессе потребления извлекает из них полезность и тем самым удовлетворяет свои потребности. Результатом процесса потребления выступает воспроизводство человеческого капитала – комплекса физических, интеллектуальных, духовных возможностей человека.

Потребление выступает не только элементом воспроизводственного процесса, но и формой и механизмом реализации социальной структуры общества, ее противоречий и деформаций. Именно в сфере потребления наиболее ярко проявляются складывающиеся в обществе социально-экономические отношения.

Так, поляризация характеристик потребления в условиях трансформации российской экономики выступает лишь внешним проявлением противоречий социально-экономических процессов, происходящих на предшествующих этапах воспроизводства.

Потребительское поведение складывается из следующих стадий: стадии пропотребления, состоящей в формировании приоритетов, намерений, настроений, оценок, предшествующих конкретным потребительским решениям и действиям; стадии потребительского действия по обретению благ, включающей в себя поиск и получение благ; стадии получения потребительского эффекта, т.е. процесса производства базовых потребительских благ.

Как экономическая категория потребительское поведение может рассматриваться в качестве:

1) механизма реализации экономических интересов субъекта экономических отношений (как потребителя и производителя базовых благ), потребительских отношений через деятельность экономических субъектов, обеспечивающих выполнение потреблением его функциональной роли;

2) отражения реализации социальной структуры общества; именно через данный механизм происходит реализация системы отношений, формирующих атрибутивные признаки социальной структуры;

3) механизма обеспечения обратной связи «потребитель – производитель»;

4) показателя уровня жизни. Основную группу показателей, характеризующих уровень жизни людей, составляют показатели конечного потребления. Именно в сфере потребительского поведения реализуется тот или иной комплекс характеристик, определяющих качество и уровень жизни;

5) формы разрешения противоречия дуальной природы человека: как индивида и элемента социума.

Потребитель является существом рациональным в широком смысле, выступая

максимизатором полезности таким образом, как он это понимает. В формировании же того, как потребитель понимает полезность, решающая роль принадлежит традиции, культуре, институтам. Модель потребительского поведения всегда относится к тому или иному культурно-историческому контексту.

Институт (а точнее, норма) работает как информационный ориентир общественного сознания и стимул, носитель сигнала обратной связи от общества к экономическому агенту (в том числе потребителю), информируя его о наиболее рациональной для него возможности решения, побуждая его следовать норме.

Институциональные факторы потребительского поведения выступают одновременно факторами оптимизирующего экономического поведения потребителя. Индивиды максимизируют свое благосостояние таким образом, каким они считают нужным это делать. В этой связи весьма важна роль институтов как особого фактора в формировании у индивидов представлений о критериях их благосостояния.

Взаимосвязь потребительского поведения и институтов имеет ряд аспектов. Существенным является воздействие институтов на поведение потребителей, которое может рассматриваться как функция и «поле взаимовлияния (коэволюции)» институтов. Потребительское поведение само способно генерировать определенные нормы и институты, становящиеся его факторами и элементами (например, институт моды, шопинг). Вместе с тем потребительское поведение – это совокупность элементов, включающих в себя институциональные составляющие (например, обычаи и традиции, ментальность).

С точки зрения влияния на экономическое поведение потребителя, можно выделить следующие уровни закономерностей поведения потребителей.

1. Уровень надынституциональной среды – неформальные правила, иерархия ценностей, разделяемые широкими слоями общества, культурные особенности общества, проявляющиеся в существовании относительно устойчивых форм, моделей потребления (наиболее яркий пример – религиозные нормы и традиции).

2. Уровень институциональных соглашений, например, института семьи.

Данный институт, с одной стороны, в процессе реализации потребительского поведения испытывает сильное влияние со стороны институциональной среды и, в свою очередь, влияет на нее, формируя потребительскую культуру, потребительские установки, стили потребления. С другой стороны, семья может рассматриваться как первичный, базовый элемент потребительского поведения, воспринимающий все институциональные воздействия и на их фоне генерирующий свои потребительские ценности и нормы.

В период трансформации институт семьи играет роль своеобразного амортизатора и регулятора среды развития новых институтов и формирования основ экономического поведения индивида, зарождения новых норм, «корректировки» их с учетом норм и ценностей конкретной семьи и синтеза норм, в которых новые нормы адаптируются к традиционным. На уровне института семьи происходит взаимодействие институтов различных уровней: здесь получают проекцию и взаимно усиливаются (с учетом комплементарности) или вступают в противоречие

институты разных уровней – формальные и неформальные нормы, традиции и ценности, институты, генерируемые на макро-, микро- и наноуровне.

Институты влияют на модель «человека экономического» на уровне ограничений и целевой функции. Они корректируют целевую функцию, обогащая ее новыми установками, обусловленными традицией, культурой и прочим (скажем, институт моды формирует новые потребности и стили потребления). Это не отрицает оптимизирующей сущности экономического субъекта: критерии полезности расширяются, в их состав включаются новые контенты, которые под воздействием «внешних» по отношению к этому субъекту институтов превращаются во «внутренние». Ограничения также в данном процессе интериоризируются.

Процесс интериоризации новых для российского потребителя рыночных ценностей, диктующих человеку новые установки и ограничения, происходил при переходе к рыночной экономике и продолжает происходить в настоящее время. Однако данный процесс практически не затронул другой аспект – сторону ограничений. В силу неподготовленности к рыночной трансформации «внешних» институтов (прежде всего – института права) и особенностей российской ментальности правовые и моральные ограничения, свойственные нормально развивающемуся в условиях рыночной экономики обществу, если и были оформлены в виде нормативно-правовых актов и правил, не функционируют подобающим образом, так как не происходит их интериоризация.

Распространение в российском обществе идеологии потребительства во многом стало следствием гипертрофии «экономической» стороны модели поведения, не скорректированной и нерегулируемой институционально. При этом практически игнорируется роль социально-экономических институтов в формировании и стимулировании мотивации людей.

Экономические отношения, реализуемые посредством потребительского поведения, представляют собой сложную систему отношений. С точки зрения общего подхода к поведению потребителя в условиях рынка, оно формируется под воздействием прежде всего таких основных факторов, как потребности, доходы и цены, при этом доходы и цены являются экономическими факторами, играющими роль ограничений в модели поведения потребителя. Целевая функция состоит из потребностей. Очевидно, что и система потребностей сама, в свою очередь, в определенной степени детерминирована таким фактором, как реальные потребительские доходы, т.е. находится под влиянием уровня как номинальных доходов, так и цен. Кроме того, существенное влияние на потребительское поведение оказывают институциональные факторы (культурные традиции, семейные установки и т.д.), принимающие участие в формировании как ограничений, так и целевой функции потребительского поведения. Более того, они влияют и на сами экономические факторы – доходы, цены и потребности. Потребитель формируется, существует и реализуется одновременно на четырех уровнях:

• на наноуровне – как индивид с набором определенных потребностей, установок, психологических реакций, системой ценностей;

• на микроуровне – как домохозяйство, в рамках которого складывается консенсус относительно индивидуальных потребностей членов семьи и осуществляется экономическое взаимодействие с другими домохозяйствами, фирмами, государством, рынками;

• на мезоуровне – как «совокупный региональный потребитель»;

• на макроуровне – как «совокупный потребитель страны в целом» (в двух последних случаях – как агрегированный субъект потребительского поведения).

На уровне индивида (ожиданий, настроений, притязаний индивидуального экономического агента-потребителя, его действий при покупке) действуют специфические для данного уровня и имеющие специфичное происхождение индивидуальные психологические факторы.

По мнению Дж. Катоны[1], это «промежуточные переменные», поскольку через них в конце концов происходит непосредственное воздействие объективных факторов на поведение потребителя, при этом на факторы данного уровня оказывают свое воздействие факторы микроуровня – микрофакторы (например, те или иные изменения в распределении доходов; динамика и соотношение цен меняют ожидания, настроения, намерения потребителей). Изменения на макро- и мезоуровне (например, инфляция, трансформация государственной политики в области доходов, контроля над ценами, внешней торговли, регулирования валютного курса, модификация региональной социальной политики, отраслевой структуры занятости), т.е. макро- и мезофакторы, тоже воздействуют на факторы уровня индивида. В свою очередь, последние оказывают обратное воздействие как на факторы экономического поведения, действующие на макро- и мезоуровне (например, массовые волны пессимизма ведут к росту инфляционных ожиданий, развитию ажиотажного спроса, инфляции), так и на микрофакторы (например, психологический закон предельной полезности определяет закономерности формирования спроса домохозяйства).

На микроуровне – уровне домохозяйств – действуют такие факторы, как доходы семьи, ее состав, потребности, стиль потребления и т.п. На сами эти микрофакторы, как уже было показано, действуют факторы уровня индивида. Макро- и мезофакторы также оказывают свое влияние на доходы и цены.

В свою очередь, факторы микроуровня действуют на индивидуальные установки потребителя. Опосредующее влияние на поведение потребителя микроуровень оказывает и через воздействие на факторы макроуровня (иллюстрацией чего может служить инфляционная спираль «зарплата – цены», генерирующая инфляцию).

На мезоуровне факторами, определяющими потребительское поведение, выступают общеэкономическая и демографическая ситуация в регионе, уровень и темпы инфляции, отраслевая структура занятости, наполненность регионального

[1] *Katona G.* Psychological economics. 1975; *Беккер Г.* Человеческое поведение: экономический подход. М.: Финансы, 1999; Scitovsky T. The Joyless Economy: An inquiry into human satisfaction and consumer dissatisfaction. 1976.

потребительского рынка и т.д. Все они, в свою очередь, находятся под влиянием факторов других уровней и сами детерминируют их в значительной степени.

На макроуровне действуют такие факторы потребительского поведения (инфляция, общеэкономическая ситуация и т.д.), которые также, с одной стороны, отчасти опосредуют действие факторов других уровней (таких как распределение доходов, цены, ожидания, настроения и т.п.), а с другой – сами влияют на факторы других уровней (настроения, нормы потребительского поведения на микроуровне).

Важнейшими факторами потребительского поведения выступают государство, используемые им формы и методы участия в социально-экономическом развитии, регулирования социально-экономических процессов. Государство определенным образом воспитывает потребителя, контролируя пропаганду через средства массовой информации тех или иных потребительских установок и стереотипов (либо самоустраняясь от такого контроля, как это происходит в современной России). Государство призвано защищать, охранять права потребителя как непосредственно (в рамках создания правовой основы потребительского поведения), так и косвенно – в процессе поддержания высоких темпов экономического роста, макроэкономической стабильности, проведения структурной, антимонопольной, налоговой политики, политики доходов, в процессе содействия полной занятости, регулирования цен, проведения социальных программ. Фактически государство при этом воздействует на основные факторы потребительского поведения – доходы, цены, потребности. Самоустранение государства от активного участия в регулировании социально-экономических трансформационных процессов имело самые негативные последствия для массового российского потребителя.

Такие макро- и мезоэкономические факторы, как система отношений собственности, распределения доходов, уровень, динамика и соотношение цен, отраслевая структура экономики и прочие, формируют предпосылки для большей или меньшей дифференциации потребительского поведения на микроуровне – уровне домохозяйств. В свою очередь, домохозяйства, предъявляя платежеспособный спрос определенной структуры и объема и воздействуя таким образом на сферу производства в процессе реализации своего потребительского поведения, оказывают влияние на формирование соответствующих макро- и мезоэкономических показателей (таких как объем и структура совокупного спроса и предложения и т.п.).

В системе факторов экономического поведения потребителя особое место занимают институциональные факторы, которые тоже могут быть «разложены» «по вертикали» на группы факторов, генерируемых разными уровнями данной вертикали. Они также находятся во взаимосвязи, взаимодействии и влияют как друг на друга, так и на другие, неинституциональные, факторы разных уровней. На макроуровне это прежде всего институт государства, а также культура и традиции общества; на мезоуровне – соответствующие региональные институты, региональные и национальные особенности потребительской культуры. На микроуровне это прежде всего институт семьи, формирующий определенные правила и нормы потребительского поведения домашнего хозяйства. На уровне индивида это в значитель-

ной степени неформальные правила экономического поведения – потребительские установки и стереотипы, обусловленные не в последнюю очередь историческими и культурными факторами. При этом каждый уровень является генератором институтов. Одновременно каждый уровень испытывает влияние факторов, генерируемых как на его уровне, так и на других уровнях. Влияние разноуровневых институциональных факторов может быть взаимоусиливающимся (если институты действуют в одном направлении) или разнонаправленным и противоречивым.

Формы реализации потребительского поведения

Потребительское поведение не только определяется комплексом (системой) разноуровневых факторов. На каждом из уровней оно получает специфические, адекватные данному уровню формы реализации[1].

На макро- и мезоуровне основными формами реализации потребительского поведения выступают реализованный совокупный потребительский спрос, объем и структура конечного потребления населения.

На уровне региона особенно отчетливо прослеживается «пересечение», взаимодействие как общеэкономических и региональных факторов потребительского поведения, так и факторов более низкого уровня.

Потребительское поведение в регионе характеризуется, с одной стороны, тем, как оно выглядит с точки зрения мезоуровня («совокупный потребитель» региона, сектор «домашние хозяйства»). С другой стороны, оно имеет особые характеристики на уровне домохозяйства, живущего в рамках данного региона и находящегося под мощным влиянием региональной специфики.

Для потребителя проблемы местного, регионального рынка товаров и услуг особенно важны. На данном уровне разворачивается действие как факторов макро-, микроуровня и уровня индивида, так и специфических факторов, действующих именно на данном уровне. Речь идет о факторах, накладывающих определенную региональную специфику на потребительское поведение в том или ином регионе и связанных прежде всего с процессами получения доходов и формирования расходов, платежеспособного спроса и структуры конечного потребления населения. Потребительское поведение населения региона выступает своеобразной формой реализации достигнутого в регионе уровня и качества жизни. Существует достаточно серьезная дифференциация российских регионов по качеству (в частности – по уровню) жизни населения, а значит, и по параметрам и особенностям потребительского поведения.

---

[1] *Павлов А.И.* Поведенческая экономическая теория – позитивный подход к исследованию человеческого поведения (научный доклад). М.: ИЭ РАН, 2007; *Россинская Г.М.* Потребительское поведение домохозяйства в условиях трансформации российского общества // Вестник УГАТУ. Т. 12. №3. 2009.

Поведение «совокупного потребителя» на макроуровне формируется как под непосредственным воздействием макрофакторов (т.е. факторов, генерируемых именно на данном уровне), так и под влиянием факторов иных уровней.

Уровень доходов во многом зависит от общего объема ВВП, его среднедушевых значений, структуры использования национального дохода (т.е. доли, идущей на накопление и потребление), механизма распределения доходов. При этом домохозяйства, функционирующие на микроуровне, в итоге определяют характеристики потребительского поведения субъекта макроуровня – «армии потребителей» в целом.

На микроуровне основные формы реализации потребительского поведения – спрос домохозяйства, его потребительские расходы, конечное потребление. Домохозяйство является базовым субъектом этого вида экономического поведения, тем уровнем реализации потребительского поведения, по отношению к которому все остальные выступают либо промежуточными (уровень индивида), либо в значительной степени результирующими (мезо-, макроуровень). Это тот реально действующий институциональный субъект, который осуществляет весь комплекс отношений в сфере потребительского поведения на основе формирования конечных потребностей семьи и имеющихся ресурсов (в первую очередь – семейного бюджета). На уровне домохозяйства потребительское поведение характеризуется расходами семьи на покупку товаров и оплату услуг, отличающимися определенными объемом и структурой, а также показателями потребления и имущественной обеспеченности. Определяющими факторами потребительского поведения здесь выступают уровень материальной обеспеченности и доходов семьи, а также уровень и структура ее потребностей.

Важность для семьи определенной потребности при прочих равных условиях зависит от ее насущности и степени ее удовлетворения. Так, в условиях низких реальных доходов на первый план вынужденно выходит потребность в самых необходимых продуктах питания, на удовлетворение которой и уходит сегодня основная часть доходов значительной части российских семей. Соответственно, расходы на питание составляют основную долю в расходах семей, относящихся к низкодоходным группам. Низкие доходы очерчивают чрезвычайно узкий круг потребностей, которые семья в состоянии позволить себе удовлетворить, ограничивая эти потребности практически лишь жизненно необходимыми продуктами питания и теми услугами, без оплаты которых нельзя обойтись.

На уровне индивида основные формы реализации потребительского поведения – это индивидуальные потребительские решения по поводу покупок, связанные с определенными настроениями, оценками, психологическими реакциями и т.п. Индивидуальные оценки, психологические реакции, настроения, ожидания потребителей испытывают сильную зависимость от факторов различных уровней. Отслеживаемые и обобщаемые, они представляют собой важнейшие макро- и мезосоциальные индикаторы социально-экономической ситуации в стране и регионе. Потребительские настроения, генерируемые на уровне индивида под воздействием всего комплекса факторов остальных уровней, в свою очередь,

выступают реально действующим и достаточно мощным фактором формирования макро- и мезоэкономической ситуации. Улучшение потребительских настроений сопровождается ростом потребительской активности населения. Это тот самый этап «преддействия», который формирует дальнейшие действия потребителя.

На каждом уровне реализации потребительского поведения действует целый комплекс, система факторов разноуровневого происхождения. Специфические формы реализации потребительского поведения, которые формируются на каждом из рассматриваемых уровней, связаны именно с действием на каждом из этих уровней комплекса факторов «разноуровневого происхождения». Факторы экономического поведения потребителя, генерируемые на различных уровнях экономической системы, взаимодействуя друг с другом, образуют в результате сложный комплекс факторов, непосредственно воздействующий на характеристики потребительского поведения субъекта микроуровня – домохозяйства. Именно домохозяйства выступают конечными потребителями товаров и услуг. Весь комплекс факторов потребительского поведения воздействует на мезо- и макросубъект («коллективного потребителя» региона и страны в целом) не непосредственно, а через микроуровень – домохозяйство.

В связи с вышесказанным важным аспектом поведенческой теории потребления становится вопрос измерения потребительских настроений. Для изучения намерений, настроений и поведения потребителей по инициативе Дж. Катоны в 1946 г. начали проводиться первые опросы потребителей. В 1950-е гг. под его руководством была разработана методика построения агрегатного индекса потребительских настроений (Consumer Sentiment Index), которая с минимальными изменениями используется по сей день во многих странах мира. Индекс потребительских настроений (ИПН) строится на основе систематических социологических опросов населения. ИПН обладает огромным прогнозным потенциалом. Эти прогнозные способности ИПН обусловлены тем, что вопросы, на основе которых он строится, фокусируются на понимании того, как потребители трактуют информацию о текущем и будущем развитии экономики. Хотя не предполагается, что обычные потребители глубоко понимают сложные экономические процессы, опыт измерения ИПН показывает, что потребители при принятии решений о своих текущих расходах и сбережениях учитывают и некую информацию о будущем и строят с ее учетом свое потребительское поведение. В России с 1996 г. начался качественно новый этап в исследовании потребительских настроений, тогда началось построение ИПН на регулярной основе.

Потребительское поведение долгое время оставалось периферийным объектом изучения в экономической теории. В конце прошлого столетия потребительская проблематика начала развиваться очень активно. Однако основная часть исследований развернулась в социологической или культурологической области, фокусируясь прежде всего на символической стороне потребления. Что касается экономических исследований, большее их число сводится к анализу потребления через призму маркетинговой деятельности. В результате поведенческая теория по-

требления развивалась несколько особняком не только от основных течений современной российской экономической мысли, ее многие вопросы изучались явно недостаточно, оставлялись на долю маркетологов. Однако в начале XXI в. намечается нарастание исследований как в общем в области поведенческой экономики, так и конкретно в поведенческой теории потребления, что позволяет надеяться на углубление междисциплинарного подхода и плодотворные результаты в будущем.

Теория информационных каскадов. Габитус

В последнюю четверть прошлого века появились теоретические работы, описывающие модели поведения больших людских масс. Интерес к этой теме был вызван как трудами философов и социологов, так и задачами, поставленными практической жизнью. Почему возникают «пузыри» на финансовом рынке? Как принимают решения люди, когда они сталкиваются с необходимостью интегрировать информацию, поступающую из разнообразных и несравнимых источников? Может ли общество, используя возможности, предоставляемые находящейся в его распоряжении информацией и столь мощным средством, как социальные сети, влиять на поведение, выбор людей? Даже обладая полным знанием о действиях других агентов, мы все равно не можем с точностью предсказать, каково будет их поведение.

Данные проблемы находят свое решение в рамках *теории информационных каскадов*, которая пытается объяснить, как поведение масс переходит от одной точки равновесия к другой. В силу глобализации людское поведение в одной стране может изменить стратегии агентов в другой, что еще больше актуализирует данную область знаний.

Каскад – общее понятие, обозначающее множество идущих друг за другом объектов (сущностей) одного рода, схожих по общим признакам, а также сам объект этого множества. Примером каскадов, возникающих в социальной сфере, служат массовые движения.

Согласованное поведение чаще всего встречается у относительно небольших групп акторов. Иная ситуация складывается, когда агентов становится много, им чрезвычайно трудно установить между собой широкую сеть взаимных контактов. Массовые движения возникают не только в революциях и религиозных движениях, но и в сфере экономики и финансов и в других областях. В массовое движение актор вовлекается, когда не знает, как реагировать на возникшие риски; чаще всего в этих условиях он теряет уверенность в своих оценках и стремится поступать, «как все», игнорируя получаемую лично им информацию.

Как в моделях согласованного поведения при принятии решений, так и в моделях, изучающих подражательное поведение, предполагается, что альтернативы, из которых предстоит выбирать индивиду, заданы, индивид вполне осознает критерии выбора. Ему понятна цель, но не всегда ясны пути ее достижения.

Трудности при осуществлении выбора связаны прежде всего с ограниченностью индивидуального знания. Большая часть человеческих знаний имеет неявный характер, воплощаясь в разнообразных практических навыках, умениях и привычках. Отдельный человек бесконечно зависим от знаний, имеющихся у других; по сравнению с общим массивом информации его индивидуальные познания ничтожно малы. Если речь идет об узком круге компетентных людей, перед принятием решения актор может их опросить и затем использовать результат опроса. Очень часто такой информации недостаточно с точки зрения того, кому предстоит принять решение. Осознавая ограниченность собственных знаний, субъект пытается использовать по мере возможностей знания и опыт других людей и при этом, как правило, больше доверяет действиям других агентов, чем аргументам и свидетельствам. Ему важно понять, идут ли люди по улице под зонтами, вкладывают ли люди деньги в определенные акции, какова нынешняя мода на одежду, музыку, лекарства и методы лечения и т.д[1].

Анализ подобного поведения индивида возможен при применении такого методологического инструмента структуралистско-конструктивистского подхода, как изучение типа и структуры *габитуса*, соединяющего «социальные отношения» и «агента».

Под габитусом понимается продукт предшествующего воспитания и образования индивида, усвоения им принципов поведения, как навязанных структурой, так и рожденных внутренним миром в определенных жизненных ситуациях. Схемы «восприятия, мышления и действия», по мнению П. Бурдье, являются составными частями габитуса. Формирование на этой основе жизненного опыта позволяет индивиду действовать часто неосознанно, определенным – тем, а не другим способом.

Габитус представляет собой структурированную систему практических схем, предрасположенную функционировать как структура, формирующая все практики агента таким образом, что они оказываются адаптированными к системе социальных отношений, продуктом которых он является.

Габитус определяется своим происхождением, тем, что он есть интериоризированный ансамбль социальных отношений, а также своим положением в системе производства практик – тем, что он является одновременно результатом интериоризации объективных социальных отношений и необходимым субъективным условием производства практик.

Практический мир, который конституируется в отношении с габитусом как системой когнитивных и мотивирующих структур, есть *мир уже достигнутых целей, способов применения или рынков, которым нужно следовать, и объектов, средств или институтов.* Это объясняется тем, что прочно усвоенные диспозиции

[1] *Горвиц Г.Г.* Принятие индивидуальных решений: массовые движения, координация действий и подражательное поведение. Доклады V Международной конференции «Параллельные вычисления и задачи управления». М.: РАСО, 2010.

в отношении возможного и невозможного, свобод и необходимостей, попущений и запретов, вписанных в объективные условия, порождают диспозиции, объективным образом совместимые с данными условиями и в некотором роде заранее адаптированные к их требованиям. Наименее вероятные практики исключаются еще до какого-либо рассмотрения как немыслимые посредством того прямого подчинения порядку, который заставляет делать из нужды добродетель, т.е. отказываться от невозможного и хотеть неизбежного.

Габитус как искусство изобретения позволяет производить бесконечно большое число практик, относительно непредсказуемых и вместе с тем ограниченных в своем разнообразии.

С одной стороны, как совокупность практических схем, выступающих в качестве принципов практической классификации, габитус есть «социальное чувство», т.е. нечто спонтанное и нерациональное. Реакции габитуса характеризуются *отсутствием расчета* в отношении объективных возможностей, непосредственно вписанных в настоящее (что нужно делать или говорить, чего говорить и делать нельзя), возможного будущего, *исключающего размышление*. С другой стороны, он обеспечивает структурированность импровизаций агента, упорядоченность его непреднамеренной изобретательности, которая находит точку отсчета и опору в полностью готовых «формулах»[1]. Следуя данным формулам, габитус стремится устранить случайные обстоятельства из любой социальной ситуации, с которой он сталкивается, и переформулировать их в задачу, принципом решения которой он располагает. При этом, будучи продуктом определенного класса объективных закономерностей, габитус стремится порождать «разумные» способы поведения, идущие от «здравого смысла», допустимые в рамках этих и только этих закономерностей. В то же время габитус стремится исключить любые «безумства» («это не для нас»), т.е. поведение, обреченное на неодобрительную оценку в силу его несовместимости с объективными условиями. Сформированные таким образом структуры габитуса, в свою очередь, лежат *в основе восприятия и оценивания всякого последующего опыта*.

Таким образом, габитус – это способность свободно производить практики, но в то же время это жесткий каркас, ограничивающий данную производительную способность. Он не допускает «ни создания чего-либо невиданно нового, ни простого механического воспроизводства изначально заданного»[2].

Являясь продуктом истории, габитус обеспечивает активное присутствие прошлого опыта, который, существуя в форме схем восприятия, мышления и действия, более верным способом, чем все формальные правила и нормы, дает гарантию тождества и постоянства практик во времени, их преемственности и упорядочен-

[1] *Горвиц Г.Г.* Принятие индивидуальных решений: массовые движения, координация действий и подражательное поведение. Доклады V Международной конференции «Параллельные вычисления и задачи управления». М.: PACO, 2010. С. 182.

[2] *Bourdieu P.* Le Sens pratique. P.: EEd. De Minuit, 1980. P. 92.

ности. Следовательно, габитус обеспечивает *воспроизводство социальных институтов*: структура института вписывается во внутреннюю структуру индивида и впоследствии воспроизводится в его будущих практиках (по мнению Бурдье, «собственность присваивает хозяина, принимая форму структуры порождающей практики, совершенно соответствующие ее логике и требованиям»). Габитус позволяет «обжить» институции, практически их присвоить и тем самым поддерживать в активном, жизненном, деятельном режиме.

Бессознательность габитуса определяется его телесностью: установки вписаны в телесность и проявляются в манере, стиле, привычке говорить, держаться, двигаться, подчиняясь определенным инкорпорированным требованиям.

Связь между существенными характеристиками определенных социальных и экономических условий и отличительными чертами, которые обычно ассоциируются с какой-то позицией в пространстве стилей жизни, можно объяснить действием габитуса.

Важно отметить, что габитус целостен и не может быть разложен на отдельные составляющие его диспозиции, поскольку выражает один общий принцип, переносимый из одной сферы в другую, задавая их взаимную согласованность. Как целостная ситуация или переносимая в ситуацию система практических схем габитус постоянно и повсеместно прикладывается ко всему окружению, превращая совокупность практик агента в характерный стиль жизни.

Поскольку различные условия существования производят разные габитусы, постольку порождаемые различными габитусами практики представляют собой упорядоченные конфигурации свойств, которые выражают социальные различия, содержащиеся объективно в условиях существования, как систему дифференцирующих расхождений. Воспринимаясь агентами, эти расхождения и соответствующие им черты функционируют как стили жизни. Общий принцип здесь следующий:

– условия существования определенного класса и положение индивида в общей структуре условий существования формируют определенный габитус;

– габитус лежит в основе, во-первых, схем, порождающих практики, во-вторых – схем восприятия и оценивания;

– схемы, порождающие практики, и схемы восприятия и оценивания ответственны за выбор занятий, предметов, точек зрения и прочего, которые в итоге формируют определенный стиль жизни.

Соответственно, другой класс условий существования индивида порождает другой габитус, прочие практические схемы и в итоге – иной стиль жизни.

Однородность габитусов, наблюдающаяся в границах одного класса условий существования и социальных детерминаций, есть то, что делает практики и произведения непосредственно понятными и предсказуемыми, а следовательно, воспринимаемыми как очевидные и сами собой разумеющиеся.

Объективная гомогенизация габитусов группы или класса, вытекающая из гомогенизации условий существования, позволяет объективно *согласовывать прак-*

тики без стратегического расчета и сознательного соотнесения с нормами и делать их взаимно приспособленными при отсутствии какого-либо непосредственного намерения и какой-либо эксплицитной договоренности.

Если практики членов одной группы или – в дифференцированном обществе – одного класса всегда согласованны больше и лучше, чем о том знают или чего хотят агенты, это потому, что (как об этом говорил еще Лейбниц), «следуя лишь своим законам, каждый тем не менее согласуется с другим». Таким образом, габитус можно определить как *имманентный закон,* lex insita, вписанный в тела сходной историей. Можно утверждать, что действие данного закона проявляется в *воспроизводстве внешних социальных структур под видом внутренних структур личности*[1].

Однако габитус обеспечивает не только воспроизводство, но и определенную *изменчивость социальной структуры* в практиках индивида, подвергает институции пересмотру и преобразованию, что является компенсацией и условием их реактивации. Понять, как изменяются структуры габитуса, можно при соотнесении социальных условий, в которых он формировался (производя при этом условия своего формирования), с социальными условиями, в которых он был «приведен в действие».

Габитус ежемоментно структурирует новый опыт, преобразующий первоначальные структуры в границах, определенных их избирательной силой, и осуществляет единую интеграцию опытов, статистически общих для всех членов одного класса, однако эта интеграция подчинена первому опыту. Особая значимость первоначального опыта является следствием того, что габитус стремится обеспечить собственное постоянство и защититься от изменений с помощью отбора, совершаемого им в потоке новой информации. Так, при появлении случайной или принудительной информации он отбрасывает ту, которая способна вызвать сомнения в усвоенной ранее, в частности, создает неблагоприятные условия для появления такого рода информации. Можно, например, считать заключение гомогамных (равных) браков парадигмой всякого «выбора»: габитус здесь стремится потворствовать опыту, способному укрепить его (на это же указывает и тот эмпирически зафиксированный факт, что о политике стараются говорить с теми, кто придерживается того же мнения).

Через систематически совершаемый выбор мест, событий, людей, которых можно посещать, габитус стремится укрыться от критики и критического пересмотра, обеспечивая себе среду, к которой он лучше всего приспособлен, т.е. относительно стабильный универсум ситуаций, способных укрепить его диспозиции, предлагающий наиболее благоприятный рынок для его продуктов. И здесь снова в наиболее парадоксальном свойстве габитуса – невыбираемом принципе всякого «выбора» – кроется разрешение *парадокса об информации, необходимой, чтобы уйти от информации*: схемы восприятия и оценивания, характерные для габитуса,

[1] *Bourdieu P.* Equisse d une theorie de la pratique: precede de trios etudes d ethnologie kabule. Geneve: Droz., 1972. P. 175.

есть основание всех стратегий избегания. Они являются главным образом результатом неосознанного, непреднамеренного избегания.

В процессе практического освоения принципа производства практик, не достигающего дискурсивного и рефлективного уровня, *агент имитирует практики других*, с тем чтобы уйти от информации.

Данное важное практическое свойство габитуса достаточно ярко проявляется в *оперировании агентами экономической информацией*.

Экономическая информация как склонность инвестировать или предприимчивость есть функция власти над экономикой. Это связано с тем, что склонность получать информацию зависит от шансов на успешное использование, а шансы ее получить, в свою очередь, зависят от шансов ее удачно использовать, а также с тем, что, не являясь простой технической способностью, приобретенной в определенных условиях, экономическая компетенция есть власть, негласно признанная за теми, кто обладает властью над экономикой, некий статусный атрибут.

Таким образом, применение такого методологического инструмента структуралистско-конструктивистского подхода, как изучение сущности и структуры габитуса, позволяет глубже понять причины возникновения и механизм развития информационных каскадов.

К настоящему времени теория информационных каскадов активно развивается в разных областях знания.

Впервые понятие информационного каскада было предложено С. Бикчандани, И. Уэлшем и Д. Хиршлайфером в 1992 г.[1] Информационный каскад возникает, когда люди, принимающие решения последовательно, одно за другим, игнорируют собственную информацию, опираясь на информацию, извлеченную из поведения (выбора) других. Следует отметить, что наряду с термином «информационный каскад» во многих работах зарубежных авторов, таких как А. Банерджи и Д. Фуденберг[2], употребляется понятие herding behavior – «массовое или стадное поведение». Информационные каскады широко распространены в бизнесе, политике, криминалистике и повседневной деятельности. В литературных источниках по теории информационных каскадов можно наблюдать различные примеры подобного явления.

В работе Д. Шарфштайна и Дж. Штайна исследовалось поведение менеджеров на рынке инвестиций в рамках проблемы принципала-агента[3]. Авторы описывают стадное поведение управляющих инвестиционных фондов, которое выражается в следовании одинаковым стратегиям и проявлении интереса к одним и тем же

[1] *Bikhchandani S., Hirshleifer D., Welch I.* A Theory of Fads, Fashion, Custom, and Cultural Change as Informational Cascades // Journal of Political Economy. 1992. № 100 (5). P. 992–995.

[2] *Banerjee A., Fudenberg D.* Word-of-mouth Learning // Games and Economic Behavior. 2004. № 46. P. 1–22.

[3] *Scharfstein D., Stein J.* Herd Behavior and Investment // American Economic Review. 1990. № 80 (3). P. 63–64.

акциям. Аналогичное явление происходит и в поведении экономических аналитиков, изучаемом в исследованиях Trueman (1994), Ashiya and Chevalier (2001), Avery and Chevalier (1999). Ярким примером информационного каскада является стадное поведение вкладчиков банков, проявляемое в так называемых побегах вкладчиков из банков, рассмотренных в работах Allen and Gale (1998) и Diamond and Dybving (1983). Стадное поведение на рынке труда проявляется в оценке кандидата при приеме на работу. Поскольку наниматель нередко обладает ограниченной информацией о способностях будущего работника, он будет обращать внимание на рекомендации предыдущих работодателей и в зависимости от этого принимать или не принимать соискателя на работу. Подобным моделированием информационных каскадов занимались Г. Вейсакер и Д. Курблер[1]. Базовая модель *информационного каскада* была представлена в работе Bikhchandani et al. Ключевые условия стандартной модели информационного каскада таковы:

- установлена определенная последовательность агентов, принимающих решение о наступлении некоторого события;
- существует ограниченное пространство действий агентов (принимать или отвергать некоторое событие);
- каждый агент может наблюдать за действиями предшествующих агентов в последовательности принятия решений, т.е. «действия говорят больше, чем слова»;
- у каждого агента имеется частный неполный сигнал о наступлении некоторого события;
- каждый агент принимает решение о выборе в пользу некоторой альтернативы, если полагает, что она лучше с большей вероятностью, чем вторая.

При этом возможны два типа информационных каскадов – неверный (incorrect) и верный (correct) каскад[2].

Таким образом, в научной литературе информационные каскады свойственны многим областям деятельности человека, связанным с принятием определенных решений. Действовать в зависимости от полученной информации, прислушиваться к большинству – это и является примером информационного каскада. Среди множества исторических примеров – «лихорадка дощатых дорог» в США, распространение феминизма, студенческие волнения 1960-х гг., распространение наркотиков в американских школах, принятие новых технологий во многих отраслях.

Целями подражательного поведения становятся наличие одинакового уровня информации, необходимость решения однотипных задач при условии одинаковых вкусов, желание упростить процесс принятия решения, снизить трансакционные издержки. Однако такой механизм принятия решений может приводить к тому, что группа лиц, ориентирующихся на решения друг друга, будет переставать обращать внимание на поступающую извне информацию и полностью «замыкаться» на при-

[1] *Kurbler D., Weizsacker G.* Information Cascades in the Labor Market // Journal of Economies. 2003. № 80 (3). P. 211–229.

[2] *Bikhchandani S., Hirshleifer D., Welch I.* Learning From the Behavior of Other: Conformity, Fads, and Information Cascades // Journal of Economic Perspectives. 1998. № 12 (3). P. 158.

нятых внутри группы решениях, даже если такие решения не способствуют максимизации их полезности. Данный подход противоречит выводам теории ожидаемой полезности, поскольку такое поведение не является рациональным, но не изменяется со временем, что подтверждает идею о том, что индивид не считает данное поведение ошибочным и не собирается его исправлять.

Нередко происходит и так, что индивид сомневается в нерациональности предлагаемого группой близких людей решения, но настолько боится противопоставить себя группе, что основой для принятого им решения остается данное мнение группы. Этот эффект получил название феномена группомыслия, идея которого принадлежит американскому психологу И. Джанису[1]; его частным случаем является парадокс Абилина. В его основе лежит ситуация, когда группа людей принимает совместно решение, которое не устраивает ни одного из ее членов, при этом каждый из них верил, что принимает это решение только потому, что его находят привлекательным остальные участники, и тем самым шел вразрез с собственными критериями рациональности, поддерживая групповое решение.

Фундаментальная проблема информационного каскада состоит в том, что в определенный момент люди считают разумным игнорировать свои знания (частную информацию), наблюдая за поведением окружающих и подражая им. Но, когда все по отдельности прекращают опираться на собственные знания, каскад утрачивает информативность. Каждый думает, что все люди принимают решение на основе того, что знают, тогда как фактически речь идет о предположениях и догадках. Вместо суммирования всей частной информации о том, как действуют рынки или избирательные системы, каскад становится последовательностью вариантов, принятых вслепую, поэтому коллективное решение группы оказывается неверным. Для подтверждения теории информационных каскадов используется экспериментальный дизайн.

Экспериментальный дизайн

Экспериментальный дизайн – это набор процедур, который описывает тестовые единицы и то, как эти единицы разделяются на гомогенные подгруппы, какие независимые переменные или воздействия каким образом меняются, измеряют, как контролируются внешние переменные. Для выявления и исследования информационных каскадов объекты исследования (студенты, учителя, пенсионеры, т.е. целевая аудитория программы) случайно распределяются в две группы: группу, подвергаемую воздействию в рамках программы, и контрольную группу, т.е. базу для сравнения.

Одним из наиболее часто используемых экспериментальных дизайнов является дизайн рандомизированной выборки.

[1] *Janis I.L.* Victims of Groupthink: A Psychological Study of Foreign Policy Decisions and Fiascoes. Boston: Houghton, Mifflin, 1972.

Дизайн рандомизированной выборки – это форма проведения экспериментального исследования, в котором эффекты одного или более вмешательств оцениваются на основе случайного рандомизированного распределения объектов в экспериментальные и контрольные группы. Рандомизированное распределение объектов по группам означает, что каждый из них имеет одинаковые шансы оказаться в программе. Экспериментальная группа подвергается воздействию программы, в то время как контрольная группа ему не подвергается и используется как база для сравнения. После реализации программы путем опросов всех групп исследователи пытаются понять, насколько существенны изменения в экспериментальной группе по сравнению с контрольной.

Только случайное распределение дает уверенность в том, что группы действительно сопоставимы, а наблюдаемые различия в результатах не являются следствием посторонних факторов или существующих ранее различий. Например, какой вывод можно сделать на основе того, что подвергавшаяся воздействию группа студентов показала лучшие результаты, чем контрольная группа, если с первой группой студентов до программы занимались более квалифицированные и креативные преподаватели, нежели со второй. Чем объяснить наблюдаемое различие между группами: эффектом программы или же изначально существующими между ними различиями. Случайное же распределение студентов по группам показало бы лишь эффект от программы.

Однако использование экспериментального дизайна имеет свои ограничения. Экспериментальный дизайн, как правило, непригоден для анализа сложных программ, где, как в большинстве политических программ, полученные результаты являются следствием одновременного взаимодействия сразу нескольких факторов, которое экспериментальный дизайн в большинстве случаев уловить не может.

Проблемы возникают потому, что исследователь оказывается не в состоянии элиминировать воздействие всех возможных внешних факторов, а подчас это оказывается и не нужным. Ведь в реальности случайное распределение студентов выглядит неправдоподобным, а целью реализации любой программы является воздействие на то распределение объектов, которое имеет место в реальности на разных территориях. Значит, и эффективность программы часто нужно оценивать вкупе с внешними факторами. В результате этого в рамках рандомизированной выборки сложно оценить причинно-следственную связь между результатами и факторами, а значит, эффективность программы и методы ее улучшения вряд ли могут быть определены.

Лучше всего представлять информацию в виде каскада – сначала давать краткое изложение, а постепенно, если необходимо, дополнять его нужными деталями. В большинстве случаев информационное сообщение ограничивается кратким изложением дела, детали же сообщаются после того, как получатель ответит.

При нужде подтвердить получение в качестве краткого ответа подойдет даже одно слово, например, «принято». В информационном послании о продажах график всегда предпочтительнее цифр, потому что по нему можно сразу определить

общую тенденцию. Сообщая о новом изделии, лучше представить не его описание, а фотографию.

Информация для обеспечения контроля или принятия решения должна приходить своевременно, иначе она потеряет свое значение и окажется неэффективной. Ответ на некоторые информационные сообщения может прийти немедленно: к примеру, в случае поломки оборудования (от человека, занимающегося производством), в связи с ростом продаж (от оптовика), но вот какую информацию предлагать менеджеру – над этим необходимо поломать голову.

Содержание ответа на информационное сообщение от организации зависит от самой организации. Финансовые отчеты за месяц могут составляться на следующий день после окончания текущего месяца, если данные поступают в конце дня, счета закрываются в конце месяца, а весь отчет состоит из нескольких колонок цифр, которые заносятся в уже готовую форму. Погоня за скоростью грозит обернуться – и к этому необходимо быть готовым – потерей точности, поскольку в спешке люди, как правило, не замечают мелочей, а если даже и замечают, то поздно, когда исправления внести уже невозможно.

Рассмотрим классическую модель *информационных каскадов* Бикчандани, Уэлша и Хиршлайфера (далее BHW-модель) и *экспериментальный дизайн*.

Природа случайным образом (p = 0.5) выбирает одно из двух состояний мира w= (A.B). Состояние мира реализуются с помощью двух урн, отмеченных A и B и содержащих белые и оранжевые шары в разных соотношениях (три оранжевых и два белых для A, два оранжевых и три белых для B). Выбранное состояние неизвестно игрокам, но они обладают общим знанием относительно P(A) = 1 − P(B) = 0.5. Цель игроков – угадать истинное состояние мира w.

Игроки случайным образом располагаются в экзогенно заданной очереди (1..i). В i-м раунде игрок i получает частный сигнал, извлекая шар из урны и возвращая его на место (a – оранжевый шар, b – белый шар). Этот сигнал обладает точностью q = 0.6 – соотношением белых и оранжевых шаров в урнах. Кроме того, каждый игрок обладает информацией о выборе, сделанном предыдущим игроками (1, ..., i − 1). Эта информация формирует общий сигнал. Тогда i-й игрок обладает апостериорной верой. В BHW-модели рациональный игрок, принимающий байесовское решение, называет урну A, если $P(A \mid (\alpha, \beta)) > 0.5$, и B, если $P(A \mid (\alpha, \beta)) < 0.5$. В случае равенства вероятностей игрок следует частному сигналу.

Подобная модель приводит к формированию информационного каскада (выбору одного и того же состояния мира при любом собственном сигнале) с очень высокой вероятностью уже для первых игроков (для пятого игрока вероятность следования частному сигналу меньше 5%).

Во второй сессии эксперимента среди игроков случайным образом выбирался агент-эксперт, для которого распределение шаров в урнах было изменено. Урна A содержала один белый шар и четыре оранжевых, урна B – четыре белых и один оранжевый. Таким образом, точность сигнала для этого игрока повышалась до qe = 0.8. Повышенная точность сигнала в ряде раундов приводила к смене рациональной веры противоположной и возникновению каскада.

Эксперименты состояли из двух сессий, в которых приняли участие 70 студентов экономических специальностей Уральского государственного университета им. А.М. Горького, не имевших подготовки в области теории игр или экономики информации. В каждой сессии случайным образом отбирались девять участников, которые использовали компьютеры с установленным экспериментальным интерфейсом, созданным в программном пакете zTree. Первая сессия состояла из 12, вторая – из 15 периодов, в каждом из которых девять участников делали свой выбор. Перед началом экспериментов участники знакомились с правилами игры и участвовали в пробном раунде. Перед компьютерным экспериментом принципы игры демонстрировались на физических объектах. Впоследствии выбор урны и частного сигнала осуществлялся с помощью генератора случайных чисел. Каждый участник мог наблюдать на своем мониторе изображение урн, частный сигнал и выбор остальных игроков, после чего принимал решение с помощью мыши. В сессии с участием экспертов игрок с более высокой точностью сигнала объявлялся остальным участникам. Участники, верно угадавшие тип урны, получали вознаграждение в размере 25 руб. за раунд.

Таким образом, в обеих сессиях уровень правильных ответов был примерно одинаков: 62 – 63% (табл. 8.1).

При этом в эксперименте с участием экспертов игроки чаще выбирали в соответствии с правилом Байеса (или со счетом большинства) и чаще следовали собственному сигналу (63,7% против 58,3%). Основной результат: если в базовом эксперименте, повторяющем дизайн (с уменьшенной точностью сигнала и увеличенной до девяти человек длиной очереди), каскады наблюдались лишь в 25% случаев, в эксперименте с участием агентов-экспертов в 73% случаев выбор эксперта приводил к формированию каскада, соответствующего этому выбору. В 18% случаев этот выбор был неверным. Таким образом, появление агента-эксперта с точностью сигнала, близкой к 1, однозначно стимулировало испытуемых к копированию выбора эксперта независимо от выбора предыдущих участников.

В более поздних раундах эксперимента этот эффект начинает проявляться все более явно. Общий доход участников в базовом эксперименте составил 84% от максимального общего дохода (если бы все агенты принимали байесовские решения), в эксперименте с экспертами – 92% от максимального. Далее идет расчет реальной эффективности принятых решений и эффективности частного сигнала – выигрыша потенциальных решений, которые могли бы быть приняты исключительно на основании частного сигнала. Реальная эффективность равна разнице между действительным выигрышем участников и выигрышем, который они получили бы в случае рандомизированного принятия решений (просто подкидывая монету), с нормализацией по разнице между оптимальным выигрышем (на основании байесовских решений) и рандомизированным выигрышем.

В первой сессии эксперимента мы получили крайне низкую реальную эффективность – 36,8%, тогда как в сессии с участием экспертов она достигла уровня в 56,9%; решения около 70% участников соответствовали байесовским (в первой

сессии – 57,5%). Эффективность частного сигнала показывает, насколько ожидаемый выигрыш при следовании частному сигналу превосходит случайный (ожидаемый выигрыш при следовании частному сигналу).

Первая сессия показала более высокую эффективность частного сигнала в 47,3%, во второй сессии этот показатель составил 29,2%.

Таким образом, в случае появления высокоинформированных игроков более эффективной стратегией является следование байесовским решениям (табл. 8.1).

Таблица 8.1

Общие результаты экспериментов

	Эксперимент с участием экспертов	Контрольный эксперимент
Всего принятых решений	135	108
Правильные решения (%), из них	63,7%	61,6%
Соответствующие частной информации	63,7%	58,3%
По Байесу	70,3%	57,5%
Информационные каскады (%), из них	73%	25%
Верных	82%	100%

Для определения дальнейших направлений исследования в данной области проводились лабораторные эксперименты зарубежными учеными.

Кратко обозначим ключевые изменения модели информационных каскадов, наблюдаемые в результате проведенных исследований.

1. *Anderson и Holt* разработали и провели лабораторный эксперимент, основанный на модели информационных каскадов, в компьютерном классе с участием студентов. Результатом эксперимента было доказательство существования информационных каскадов в 74% случаев.

2. *Hung и Plott* предложили рассматривать три института, которые по-разному влияют на формирование информационных каскадов. Они выявили следующее: в эксперименте с индивидуалистическим институтом наблюдалось 77,5% каскадных решений, с институтом правила большинства – 39%, а с институтом поощрения согласованности – 96,7%.

3. В модели *De Vany и Lee* агенты стали выбирать между альтернативами. Таким образом, исследователи попытались более реалистично смоделировать принятие решений агентами, так как в обычной жизни людям больше приходится выбирать между множествами альтернатив и реже – между двумя.

4. *Feltovich* предложил агентам, участвующим в эксперименте, выбирать точность собственной информации, при этом получение более верной информации связано с дополнительными затратами.

5. Вопрос об эффективности использования информации, извлекаемой из выбора предшествующих агентов, был поставлен в исследованиях *Fiore и Morone* 2005 г. Исследователи предложили поделить агентов, принимающих последовательные решения, на две группы: теоретически информированных о теории информационных каскадов и неинформированных. В результате эксперимента было выявлено, что информационные каскады чаще формировались среди информированных участников (86%, в том числе правильные каскады – 49%).

6. *Goeree, Palfrey, Rogers и McKelvey* выделили виды информационных каскадов, а также показали, что локальные информационные каскады формируются чаще, чем явные.

В результате экспериментов на основе полученных данных были проверены гипотезы относительно параметров и закономерностей возникновения и распространения информационных каскадов, позволяющие сделать следующие выводы.

Во-первых, информация, извлеченная из поведения других агентов, способствует принятию гарантированно более обоснованного решения, так как ни один человек не обладает всей полнотой информации, необходимой для принятия решения.

Во-вторых, экспериментально показано, что копирование агентами выбора предшествующих агентов в последовательности принятия решений в 98% случаев является верным решением и приносит доход.

В-третьих, результатом исследования является доказательство того факта, что формирующиеся каскады способствуют аккумулированию информации в последовательности принятия решений, т.е. каждый последующий агент обладает большей информацией, чем предыдущий, что позволяет сделать лучший выбор.

В-четвертых, основными причинами формирования информационных каскадов могут быть следующие предпосылки.

1. Агенты предполагают, что предшествующие агенты в последовательности принятия решений обладают более точной и достоверной информацией.

2. Дополнительная информация, которая может уточнить собственный сигнал агентов, подразумевает высокие затраты.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что информационные каскады легко моделируются в искусственных условиях, что позволяет анализировать факторы и выявлять закономерности формирования и распространения данного феномена.

До сих пор остается не решенной проблема последовательности принятия решений в моделях. Существенным недостатком предложенных моделей является ограниченность параметров, влияющих на принятие решений. Следовательно, дальнейшим направлением модификации модели информационных каскадов может быть включение в модель нового параметра, а именно – агентов-экспертов, формирующих общественное мнение в отношении того или иного выбора.

Под экспертом подразумевается агент, который обладает большей информацией о наступлении некоторого события по сравнению с остальными агентами.

Рассмотрим формирование информационного каскада с участием экспертов на примере выбора между двумя технологиями (а и б).

Предположим, что технология а с вероятностью p = 1/2 лучше, чем б. Группа компаний n стоит перед выбором технологии. Теперь у каждого участника группы имеется три информационных сигнала: собственный, внешний и решение эксперта. Все участники группы знают о том, что точность собственного сигнала у эксперта выше, чем у них. Участники группы, включая эксперта, принимают решения о выборе технологии последовательно. Каждый участник в определенный момент получает информацию о том, какая технология лучше, при этом информация является неточной. Рассмотрим последовательность формирования информационного каскада (табл. 8.2).

Таблица 8.2

Первоначальные условия информационного каскада с экспертами

Компания	1	2	3 *	4	5	6	7	8	9	10	…
Сигнал	a	b	a	b	b	a	b	b	a	a	…
Точность собственного сигнала	0,75	0,75	0,9	0,75	0,75	0,75	0,75	0,75	0,75	0,75	…

* *эксперт*

Предположим, что у первой компании собственный сигнал s = a с точностью p = 0,75, тогда общий сигнал s (α, β) = (1, 0) при условии, что априорная (или безусловная) вероятность Pr(a) = Pr(b) = Pr(0, 0) = P = ½, т.е. вероятность, характеризующая степень уверенности в том, что одна из технологий была выбрана, при отсутствии более конкретной информации об этих технологиях. При заданных условиях первая компания выберет технологию a, так как вероятность того, что технология а является лучше b, равна 0,75, т.е. при таких заданных условиях менеджер компании будет следовать собственному сигналу. Теперь решение первой компании становится общедоступным знанием для конкурентов, принимающих решения, при этом другие компании знают, что для первого было рационально принимать решение, основанное на собственной информации. Допустим, что у второй компании собственный сигнал s = b. Обнаружив только одного конкурента, выбравшего технологию a, тогда как технология b пока не востребована ни одной фирмой, вторая компания может предположить, что частным сигналом первого является s = a. Вторая компания находится в более выгодном положении по сравнению с первой, так как к ее сигналу добавляется еще и внешний. Таким образом, общим сигналом второй компании будет (1, 1), при этом второй участник группы имеет

два противоположных (a и b) сигнала, которые исключают друг друга, т.е. апостериорная вероятность того, что технология a является лучше, чем b, равна 0,5. Таким образом, каждую технологию выбрала одна компания. Далее свое мнение о технологиях высказывает эксперт. У него высокая точность собственного сигнала, равная 0,9 (из первоначальных условий), он не ориентируется на выбор компаний. Вероятность того, что a является лучше, чем b для эксперта (при использовании байесовского подхода), равна 0,9. Следовательно, эксперт выскажет свое мнение в пользу технологии a. Теперь решение эксперта становится информацией, известной всем компаниям, которые будут принимать решение о выборе технологии.

Вычислим вероятность того, что технология a является лучше, чем b для всех последующих агентов (табл. 8.3).

Таблица 8.3

Апостериорные вероятности при выборе технологий

Компания	1	2	3 *	4	5	6	7	8	9	10	…
Сигнал	a	b	a	b	b	a	b	b	a	a	…
Точность собственного сигнала	0,75	0,75	0,9	0,75	0,75	0,75	0,75	0,75	0,75	0,75	…
Pr (a)	0,75	0,5	0,9	0,75	0,9	0,995	0,98	0,93	1	1	…
Pr (b)	0,25	0,5	0,1	0,25	0,1	0,005	0,02	0,07	0	0	…

* *эксперт*

Следовательно, для всех компаний, принимающих решение после эксперта, становится рациональным игнорировать собственную информацию и копировать его выбор, так как вероятность того, что технология a является лучше, чем b, увеличивается. Таким образом, начиная с четвертой компании все последующие выберут технологию a, которую обозначил эксперт.

Отношение апостериорных вероятностей, т.е. с учетом появления новой информации о технологиях, в модели информационного каскада с экспертами и без экспертов представлено в таблице 8.4.

Таким образом, в модели информационного каскада с участием экспертов апостериорная вероятность наступления события a (выбора компаниями технологии a) увеличивается для всех конкурентов, принимающих решение после выбора эксперта, так как решение эксперта становится общедоступной информацией, характеризующейся более высокой достоверностью и точностью по сравнению с информацией, которой обладают неэксперты. Следовательно, для менеджеров, принимающих решение, будет рациональным копировать выбор экспертов, что подтверждается расчетами по Байесу.

Таблица 8.4

Отношение апостериорных вероятностей с экспертами и без экспертов в модели информационного каскада

Компания	1	2	3 *	4	5	6	7	8	9	10	…
Сигнал	a	b	a	b	b	a	b	b	a	a	…
Точность собственного сигнала	0,75	0,75	0,9	0,75	0,75	0,75	0,75	0,75	0,75	0,75	…
Pr (a) : Pr (a, e)	1	1	1,2	1,5	1,2	1,99	3,92	9,3	1,33	2	…

* *эксперт*

Следует отметить, что при одинаковых первоначальных условиях в случае участия эксперта информационный каскад начинает формироваться сразу после принятия решения экспертом (в данном конкретном случае – с четвертого агента), а без участия эксперта информационный каскад появляется после восьмой компании в последовательности принятия решений. В этой связи можно сделать вывод о том, что эксперт является своего рода «катализатором» формирования информационного каскада, при этом в данных конкретных примерах сформировались два противоположных информационных каскада: в первом случае, где участвует эксперт, все компании предпочли технологию a, во втором случае – технологию b. Если исходить из этого, можно предположить, что участие эксперта в последовательности принятия решений влияет на формирование информационного каскада, т.е. меняет с a на b или с b на a, например: b, a, b, b, b, a *, a, a, a, a, a, a, a, где a * – это решение эксперта.

Таким образом, информационный каскад обладает свойством «хрупкости», т.е. с добавлением новой, более точной информации может изменить свое направление.

Итак, проведенный анализ позволяет сделать следующие выводы:

– для всех агентов, принимающих решение после агента-эксперта, становится рациональным игнорировать собственную информацию и копировать его выбор, так как вероятность выбора правильного варианта увеличивается, что доказывается расчетами по формуле Байеса;

– агент-эксперт является «катализатором» формирования информационных каскадов;

– агент-эксперт может менять направление формирования информационных каскадов, что является следствием «хрупкости» каскадов.

Теория каскадов является важнейшей и доминирующей линией исследований, посвященных рациональному стадному поведению. Характерная для нее нестабильность требует, чтобы лица, принимающие решение, проводили собственный, независимый анализ ситуации, а не стремились безоговорочно принимать мнение большинства.

Глава 9

ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЯ: ТЕОРИЯ ОЖИДАЕМОЙ ПОЛЕЗНОСТИ И «ТРОЯНСКОГО ОБУЧЕНИЯ»

Максимизация полезности в поведении потребителя

Идея максимизации полезности потребляемых благ позволила экономической науке относительно просто описать многообразные психологические процессы и использовать при их моделировании оптимизационный аппарат математики в относительно пригодной для практических целей форме. Этот подход, однако, рождает много проблем: теория постепенно «отрывается» от реальности; в какой-то момент предпосылки оказываются сформулированы таким образом, что теорию нельзя опровергнуть никакими фактами (проверка на фальсифицируемость – по Попперу, т.е. научность теории) и др.

Действительно, современные экономисты исходят в своих построениях из предпосылки максимизации полезности. Но, если бы самого экономиста, утверждающего рациональный эгоизм и принцип максимизации прибыли, спросили, почему он занимается теоретическими исследованиями за скромную зарплату, его ответ не выражал бы личного представления о поведении людей в экономике.

Если мы хотим сохранить предпосылку максимизации полезности, будем вынуждены признать, что полезность могут приносить не только потребляемые блага или удовлетворение эгоистических интересов – она может исходить практически из всего. Если человек смотрит на муху, которая сидит на стене, значит она приносит ему полезность. Данное утверждение будет казаться абсурдным до того момента, пока некий предприниматель не догадается продавать право посмотреть на конкретную муху на конкретной стене. Найдется несколько желающих (движимых скукой, глупостью или стремлением к оригинальности) заплатить за это деньги. Возможно, «товар» даже войдет в моду, как в начале 2000-х гг. среди западноевропейских пенсионеров вошло в моду часами наблюдать за приземляющимися в аэропорту самолетами. В этом случае экономист вынужден будет признать, что полезность возникла как будто из ничего, т.е. из идеи.

Например, некий богач приобретает автомобиль по баснословной цене. Основная цель, очевидно, – показать обществу, что он может легко потратить такие деньги. Можно сделать неверный вывод о том, что этот автомобиль принес ему объем полезности, соизмеримый с той ценой, которая за него уплачена в связи с особой конструкцией, техническими характеристиками, надежностью в эксплуатации. В этом случае не автомобиль принес полезность, а сознание того, насколько он

дорог, идея выражения и утверждения своего успеха в жизни через приобретение общественно признанного символа (эффект Веблена). Если бы этот богач вместо покупки автомобиля просто прилюдно выбросил в море те же самые деньги, небрежно сказав при этом: «Их так много, я не знаю даже, что с ними делать», эффект был бы сильнее, однако богач побоялся нарушить социальные устои (или ему не хватило воображения).

Другой пример: человек подает нищему милостыню. Экономист-неоклассик скажет, что это нерациональное действие, так как оно ничего не максимизирует. Но человек стал счастливее после того, как совершил благодеяние, значит, он получил какую-то полезность. Поведенческая экономика предлагает для этих случаев схему «социальных предпочтений», где индивид имеет «коэффициент альтруизма», который можно поставить перед полезностью общества в целевой функции индивида[1]. Можно также рассмотреть милостыню как покупку приятного чувства, причем предельный прирост этого чувства должен соотноситься с предельными издержками.

Еще один пример: многие люди любят часами выбирать вещи в магазине, даже если они им не нужны, откладывать их, через неделю покупать, потом возвращать обратно в магазин. Некоторым нравится просто листать журналы или каталоги, сравнивать достоинства разных моделей, наблюдать за движением цен. В этом случае сам процесс взаимодействия с товарами или другими знаками ценности, который происходит в соответствии с социально установленными практиками, уже приносит полезность. Для этого даже не нужно, чтобы вещь принадлежала человеку, потому что взаимодействовать с ее образом в сознании можно и без идеи владения (на которой построено фундаментальное понятие собственности).

Потребитель распределяет средства своего бюджета между различными товарами (услугами), в которых имеет потребность или которые имеются на рынке. Предполагается два возможных варианта поведения потребителей:

1) потребитель, желая приобрести товар, стремится максимизировать выгоду от каждой денежной единицы своих доходов, т.е. $di \rightarrow max$;

2) покупатель, отчуждая свои доходы на покупку товаров, стремится максимизировать свою выгоду от каждого товара (каждой сделки), т.е. $qipi \rightarrow max$.

Оба варианта отличаются логикой и гносеологией исследования. Если в первом варианте предполагается максимально выгодно вложить (отчуждать) каждую имеющуюся в распоряжении потребителя единицу его дохода и последнее в конечном счете решается путем поиска выгодного размещения доходов с точки зрения цен товаров (услуг), в которых потребитель испытывает потребность, второй вариант связан с увеличением бюджета потребителя, т.е. получением некоторого приращения от сделки. Формально разница состоит в том, что в одном случае рассматривается возможность эффективной траты средств, в другом – их эффективное

[1] *Галочкин И.* Мотивы экономического поведения // Вопросы экономики. 2004. №6. С. 124.

наращивание, хотя и для первого варианта характерна та же задача – сделать бюджет потребителя в каждый последующий момент времени (сделки) большим по объему, чем в предыдущий период.

Но логика представленных вариантов оказывается разной. В первом варианте речь идет о том, чтобы получать выгоду от отчуждения каждой новой единицы располагаемых доходов. Прирост здесь достигается за счет того, что мог бы сделать владелец доходов в любой конкретный момент возможной сделки, тогда как во втором варианте речь идет о том, что прирост достигается за счет так называемой экономии, которую дает потребителю сделка. Традиционно последняя объясняется тем, что потребитель просто выигрывает на том, что выбирает из множества возможных вариантов тот, который выгоден с точки зрения затрат или цены продукта. Низкая цена становится причиной, а разница между ценами – критерием появления данного отношения. Бюджет потребителя увеличивается в результате тривиального случая: потребитель, располагая одним и тем же бюджетом, может приобрести больше единиц благ в какой-то период, чем в предыдущий или последующий. Например, поскольку в Вологде ягоды и грибы дешевле, чем в Москве, купив их в первом месте, можно сэкономить на расходах в Москве, при этом необязательно знать маркетинг и законы рынка. Приращение доходов, которое может быть получено в результате благоприятной конъюнктуры, в дальнейшем выступает уже в качестве самостоятельного дохода, который расширяет степень свободы потребителя. Аргументы в пользу данной логики и примеры, подкрепляющие ее, можно найти в работах А. Маршала, Е. Слуцкого и Дж. Хикса. На первый взгляд, этого объяснения достаточно для раскрытия феномена рыночных отношений. Но при ближайшем рассмотрении оказывается, что не все в феномене выбора потребителя объясняется вышеприведенной моделью. Некоторые из парадоксов отмечают в своих исследованиях Д. Канеман и В. Смит[1].

Поведенческие парадоксы в теории ожидаемой полезности

Один из такого рода многочисленных парадоксов связан с аксиомами Самуэльсона. Слабая аксиома выявленных предпочтений позволяет говорить о рациональном поведении потребителя, т.е. согласованности его выбора в разных ситуациях. Согласно сильной аксиоме выявленных предпочтений происходит транзитивность (изменение рядоположенности) различных товаров и услуг между собой в потребительском бюджете.

Наиболее простое выражение состоит в том, что, если благо А предпочтительно благу В, а В предпочтительно С, благо А оказывается предпочтительно и В, и С. В соответствии с положением, зафиксированным в аксиомах, следует, что, если

[1] *Белянин А.Д.* Канеман и В. Смит: экономический анализ человеческого поведения // Вопросы экономики. 2003. №1. С. 4–23.

потребитель располагает некоторой суммой средств и перед ним оказываются одномоментно три соответствующих товара, имеющиеся у него средства он распределит между названными товарами в соответствии с принятой выше формулой. Вначале ту часть, которая требуется на приобретение товара А, он направит на товар А, затем из оставшейся части приобретет товар В, только после этого из оставшейся части он обязан приобрести товар С. Но здесь возникает первое нарушение правила. Во-первых, может оказаться, что, после того как будет приобретен товар А и у покупателя останется средств на А меньше (т.е. бюджета – расходов на приобретение товара А), он может отдать предпочтение уже не товару В, а товару С, таким образом, произойдет первое возможное нарушение правил транзитивности и предпочтительности. Второй возможный вариант связан с появлением некоторого четвертого блага Д. Тогда, во-первых, может оказаться, что благо Д предпочтительнее А, что приведет к новой структуризации бюджета потребителя, во-вторых, это благо Д в любой момент может включиться в так называемую конкурентную борьбу за доходы потребителя и создать локальные и глобальные флуктуации в бюджете и на рынке.

Объяснить приведенные противоречия в контексте традиционной модели рационального ожидания не представляется возможным, поэтому предлагается перейти от рассмотрения решения задачи с формальным приростом доходов, увеличивающих бюджетные возможности потребителя, к решению, учитывающему выгоду, которую дают (приносят) товары и услуги потребителю, затратившему на их приобретение свой доход. Перенесение данной кальки на процесс купли-продажи ведет к тому, что покупатель по-иному начинает рассматривать товары: вместо традиционного сгустка потребительских свойств, характерного преимущественно для натурального хозяйства, товар становится носителем выгоды для его покупателя (собственника). Если продолжать и дальше эту логику, товар становится носителем доходов, которые может выручить его владелец[1]. Такое дополнение к оценке меновой стоимости, с одной стороны, позволяет, а с другой – предполагает (и даже обязывает) расширить саму интерпретацию меновой стоимости. Эту интерпретацию правильно было бы вести в контексте самого потребителя, так как в конечном счете именно от потребителя зависит меновая стоимость товара.

В экономических феноменах налицо три формы движения: биологическая, социальная и психологическая, поэтому исследование рынка в каком-то одном ракурсе будет неверным и даже ошибочным. Очевидно, что будет неправильным изложение экономических феноменов с позиции всех трех форм, так как это приводит к параллелизму, в котором предмет теряет свою ценность. Очевидно, что выход – в нахождении общего элемента, объединяющего разрозненные объекты исследования. Таким элементом может выступить польза или выгода, которую потребитель стремится/ожидает (вопреки стремлению/ожиданию) получить из каждой вещи.

[1] Такой аспект интерпретации меновой стоимости близок к маржиналистскому, вместе с тем он отличается и от него.

Полезность вещи – величина относительная не только с точки зрения самой вещи, но и с точки зрения конкретного потребителя. У потребителя формируется более или менее устойчивое отношение ко всякой вещи как к приносящей доход. По мнению потребителя, при покупке товара он получает выгоду большую, чем теряет в доходе. Следуя формальной логике, мы считаем данное отношение абсурдным, так как выгода покупателя не может быть больше его расходов. Приведенная логика нуждается в дополнительных объяснениях, среди которых большое значение имеет понятие затрат, приносящих доход.

Доходность вещи может быть формализована и представлена в виде денежного дохода, который вещь приносит своим владельцам. Эта величина имеет свойство изменяться не только от товара к товару, от рынка к рынку, но и для одного и того же товара в зависимости от времени и места[1].

Специалисты отмечают наличие некоего «координирующего действия многочисленных свойств потребительского и менового характера» у товара, который называется отношением. Данное свойство объективно, оно возникает у потребителя при наличии товара и принимает форму «доходового поля».

«Доходовое поле» формирует единство потребительских и меновых свойств и отличается динамичностью, т.е. зависит от состояния рынка и изменяется сообразно этому. Система взаимосвязей, составляющих «доходовое поле» товара, оказывается различной по своей природе и направленности. Прежде всего ее представляет взаимосвязь доходов (бюджета) и потребления товаров. Товары в своих «доходовых полях» взаимодействуют не только с доходами (бюджетом) непосредственно, но и между собой, но уже не как с элементами потребительной, а как с элементами меновой стоимости, т.е. борются за права получения дополнительных доходов, восполнения своего «доходового поля».

В современном обществе можно найти примеры поведения потребителей, опровергающих главенство теории максимизации полезности. Это связано с тем, что для отдельного индивида полезным может являться не только непосредственное потребление блага, но и обладание им, удовлетворение своих интересов, например, созерцание этих благ, действия, приносящие не материальную полезность, а полезность психологического свойства. В поведенческой экономике рассматриваются такие психологические особенности индивида, как «коэффициент альтруизма», социальные предпочтения и индивидуальная система ценностей.

Данные положения затрудняют, а порой делают невозможным найти общие черты в поведении современных потребителей. В связи с этим экономисты и маркетологи вынуждены во все большей степени применять методы психологии при изучении современного рынка и поведения потребителей[2].

Сознание экономического агента живет в мире символов (они имеют стоимостной эквивалент – цену), эти символы могут быть произвольного уровня

[1] *Рахаев Б.* Модели оценки поведения потребителей // Маркетинг. 2004. №1. С. 54–66.

[2] *Галочкин И.* Мотивы экономического поведения // Вопросы экономики. 2004. №6. С. 123–129.

сложности, принадлежать к какой угодно культуре и выражаться в любой вещественной форме, но их функция состоит в удовлетворении неких простых и более общих групп потребностей.

Теория ожидаемой полезности базируется на следующих положениях. Предположим, что выбор агента может привести к одному из целого ряда возможных исходов. При этом невозможно определить заранее (в момент выбора), к какому именно исходу он приведет. Множество всех возможных вариантов обозначим через C. Исходы могут представлять собой наборы товаров (и тогда C = X); они могут принимать форму денежных выплат. Предположим, что множество исходов конечно, вероятности любого исхода также известны. Для описания альтернативы, связанной с принятием решения в условиях риска, используется концепция *лотереи*.

Простой лотереей будем называть набор вероятностей L = (p1, …, ps), где ps – вероятность исхода s, ps€[0, 1] и ∑ps = 1.

Под сложной лотереей (α1, α2, αR, …, L1, …, LR) понимают такую лотерею, исходами которой являются простые лотереи, каждая простая лотерея Lk имеет место с вероятностью αk. Договоримся записывать образованную таким образом сложную лотерею как ∑αkLk. Знаки сложения и умножения в этой записи условны и не соответствуют арифметическим операциям, а лишь отражают способ формирования сложной лотереи.

Предположим, что индивиду важны лишь итоговые вероятности любого исхода, а не то, как они получены. Таким образом, для потребителя любая сложная лотерея эквивалентна простой лотерее с таким же набором исходов, если каждый исход в сложной лотерее имеет такую же итоговую вероятность, как и в простой.

Предпочтения индивида определяются на пространстве ζ, где ζ – совокупность всех простых лотерей для данного набора исхода.

Будем считать, что предпочтения рациональны. *Предположение непрерывности* означает, что небольшие изменения вероятностей не изменят порядка предпочтений между двумя лотереями. Как следует из анализа выбора в условиях определенности, если предпочтения рациональны и непрерывны, они представимы с помощью функции полезности, т.е. существует функция U, отображающая ζ в множестве действительных чисел, такая, что L ≥ L равносильно U(L) ≥ U(L,).

Вводится дополнительная аксиома, называемая аксиомой независимости: если каждую из двух данных лотерей смешать с третьей, порядок предпочтения этих смешанных лотерей будет таким же, как и для исходных.

Аксиома независимости занимает центральное место в теории выбора в условиях неопределенности, поскольку позволяет отобразить предпочтения с помощью функции полезности, которая линейна по вероятностям. Такую функцию называют *функцией ожидаемой полезности*.

Функция полезности U : ζ → R имеет форму ожидаемой полезности, если каждому возможному исходу xi можно присвоить число ui таким образом, что любой простой лотерее L = (p1, …, ps) соответствует U(L) = ∑psus.

Функция U, обладающая этим свойством, называется функцией ожидаемой по-

лезности, или функцией полезности Неймана – Моргенштерна.

Термин «ожидаемая полезность» отражает следующий момент: полезность лотереи U(L) можно рассматривать как ожидаемую величину полезностей исходов, т.е. как математическое ожидание значений ui.

Функция ожидаемой полезности существует, если предпочтения удовлетворяют введенным аксиомам.

В силу конечности множества исходов и аксиомы непрерывности существуют лучшая и худшая лотереи. Обычная функция полезности является ординальной и потому допускает любые положительные монотонные преобразования. В случае функции ожидаемой полезности можно говорить о единственности функции ожидаемой полезности с точностью до аффинных преобразований.

Единственность функции ожидаемой полезности: если функция u : ζ → R – функция ожидаемой полезности Неймана – Моргенштерна, представляющая предпочтения, определенные на ζ, ũ – другая функция полезности Неймана – Моргенштерна, отражающая те же предпочтения на ζ тогда и только когда, когда существуют числа β > 0 и γ – такие, что ũ(L) = βu(L) + γ для любой L€ζ.

В теории ожидаемой полезности принятие решений в отношении принятия риска базируется на выборе между возможностями (prospect). Возможные исходы взвешиваются по соответствующим им вероятностям, при этом предполагается, что вероятности являются объективными (стандартными).

Теория ожидаемой полезности выбирает между возможностями на основании таких трех принципов, как:

• *ожидание:* суммарная полезность данной возможности составит сумму ожидаемых полезностей возможных исходов;

• *интеграция активов:* новый актив будет добавлен к существующим, только если полезность суммарного варианта превысит полезность существующего актива, поэтому важен абсолютный исход интегрирования двух элементов, а не возможные изменения (потери или убытки);

• *отвращение людей к риску*: преобладание отвращения к риску является лучшим обобщением человеческих предпочтений. Этот вывод теории ожидаемой полезности преобразуется в принцип современной теории управления портфелем, который гласит, что отвращение к риску преобразуется в требование получения более высокой доходности за больший риск.

Теория ожидаемой полезности предполагает, что трейдер и инвестор будут рассматривать каждое свое действие рационально, т.е. вне зависимости от предыдущих действий, прошлых результатов, личных предпочтений и торговых лимитов. Каждое решение будет абсолютно рациональным[1].

За время с момента публикации теории ожидаемой полезности и создания теории возможностей накопилось достаточно наблюдений, чтобы подвергнуть сомне-

[1] *Фридман А.А.* Лекции по курсу микроэкономики продвинутого уровня. М.: Изд. дом ГУ ВШЭ, 2008. С. 103–113.

нию рациональность человеческого поведения. Канеман и Тверски обратили особое внимание на несколько аномалий, противоречащих рациональности.

Первой из них является *эффект постановки вопроса* (framing), который заключается в том, что результаты обычно считаются позитивными или негативными после сравнения с некоторым нейтральным результатом, принимаемым за точку сравнения. Ее изменение влечет за собой переоценку, приводящую к тому, что достигнутый результат может быть переклассифицирован из положительного в отрицательный[1]. Например, управляющий портфелем может считаться успешным, если в основу критерия положен абсолютный размер прибыли, но при этом в категории «прибыль на единицу риска» он занимает низкую позицию в рейтинге. Другой пример: когда начинающим трейдерам опционов предлагают показать бид на опцион с очень маловероятной ценой исполнения, они отказываются, говоря, что вероятность его исполнения очень мала. Однако при этом они не продадут тот же самый опцион дешево, так как вероятность исполнения все же существует, т.е., рассматривая один и тот же опцион с разной точки зрения, они приходят к разным выводам.

Канеман и Тверски демонстрируют эффект постановки вопроса, основываясь на результатах ряда экспериментов. Так, в одном из них участникам предстояло выбрать одну из двух альтернатив: а) из 600 человек 200 гарантированно могут быть спасены от смертельной болезни; б) с вероятностью, равной 1/3, можно предположить, что все выживут, следовательно, в 2/3 случаев все умрут. 72% опрошенных предпочли первый вариант, хотя его результат был хуже лучшего исхода второй альтернативы.

Во втором случае, когда вопрос был поставлен иначе: а) 400 человек из 600 гарантированно умрут или б) существует 1/3 шансов, что не умрет никто, – только 22% опрошенных выбрали первое решение. Таким образом, совершенно разные результаты были получены в зависимости от того, как был поставлен вопрос, т.е. о спасении или гибели людей шла речь, хотя исходные данные оставались одинаковыми.

Другой пример. Игрок, проигравший на скачках 140 долл., на последнем круге предполагает поставить 10 долл. на кандидата, имеющего шансы 15 : 1. Есть два варианта формулировки вопроса. Если за точку сравнения принимается текущая ситуация, альтернативу можно сформулировать следующим образом: «Вернуть все потери или незначительно их увеличить». Если же принимать за точку сравнения позицию игрока на начало дня, альтернативой являются выигрыш 140 или потеря 10 долл. Эмпирически доказано, что на скачках во время последних забегов значительное количество игроков на практике предпочитают первую формулировку.

[1] Важность правильной постановки вопроса демонстрирует следующий анекдот. Молодой монах обратился к настоятелю с вопросом, может ли он курить во время молитвы. «Конечно, нет», – ответил настоятель. Услышав об этом, монах из соседней кельи пообещал уладить вопрос. Он пришел к настоятелю и спросил: «Святой отец, могу ли я молиться во время курения?»

Оба примера демонстрируют, что изменение формулировки вопроса влияет на ответ. В более сложных ситуациях, когда одно явление вытекает из другого и выбор приходится делать последовательно, эффект постановки вопроса оказывается сопряженным с *эффектом умственной бухгалтерии* (mental accounting). Предположим, вы решили сходить в кино. Билет стоит 10 долл. Перед входом в кинотеатр вы внезапно обнаруживаете, что выронили купюру, У вас есть с собой другие деньги, вы можете купить билет. Вы это сделаете? На этот вопрос 88% опрошенных ответили положительно.

Изменим условия: на этот раз вы потратили 10 долл., купили билет и перед входом в кинотеатр обнаружили, что потеряли его. Купите ли вы новый билет? На этот вопрос утвердительно ответили только 46% участников эксперимента.

В данной ситуации эффект умственной бухгалтерии заключается в том, что в первом случае вы не выполнили свое намерение купить билет, чтобы пойти в кино, а во втором приобрели его, т.е. в первом эпизоде вы потеряли 10 долл., а во втором – билет. В результате во втором случае вы должны были потратить 20 долл., вам показалось, что это слишком дорого.

На практике эффект умственной бухгалтерии проявляется в том, что инвесторы рассматривают портфель и результаты акций отдельно и могут быть удовлетворены даже плохими результатами портфеля, если какая-то «любимая» ими акция достигла ожидаемого результата. Этим же эффектом объясняют склонность инвесторов покупать акции, выплачивающие высокие дивиденды: инвесторы разносят доход от курсовой разницы и дивидендов в разные «карманы».

С помощью теории возможностей также можно предсказать, каким образом изменится ответ в примерах, приведенных выше. Она утверждает, что в ситуации, связанной с прибылью или позитивным исходом, люди предпочитают определенность, т.е. склонны минимизировать риск. В ситуациях, ассоциирующихся с убытками, люди демонстрируют склонность выбирать более рискованные решения с максимальным количественным исходом. Можно предположить, что в политике благодаря этому механизму к власти приходят реформаторы. Только в моменты, когда население отчаивается, оно отказывается от кандидатов, предлагаемых центром, и голосует за политиков с более радикальными взглядами.

Так, в приведенном выше примере, когда формулировка вопроса предполагала сохранение жизни максимального количества людей, большинство опрошенных выбрали исход, при котором спасение от смертельной болезни находили лишь 200 человек, но наверняка. Когда вопрос был поставлен таким образом, что речь в нем шла о минимизации смертельного исхода, опрошенные выбрали вариант сохранения или потери всех жизней, т.е. имеющий наименьшие шансы.

В другом рассмотренном нами случае (про скачки) люди предпочли сохранение 10 долл. маловероятному выигрышу в 150, если вопрос формулировался в контексте получения прибыли. Если же вопрос заключался в том, как компенсировать убытки, опрошенные предпочли принять маловероятный вариант с возможностью большого выигрыша.

Эффект (отклонение из-за) склонности к определенности (certainty bias) по-другому демонстрирует предпочтения людей при принятии решения в разных ситуациях.

Пример I.

Сравним две проблемы.
1. Выберите между:
   а) 2500 с вероятностью 0,33; 2400 с вероятностью 0,66;
   б) 2400 с уверенностью 0,34; 0 с вероятностью 0,01.

В данном случае 82% опрошенных предпочли вариант б).
2. Выберите между:
   в) 2500 с вероятностью 0,33; 0 с вероятностью 0,67;
   г) 2400 с вероятностью 0,34; 0 с вероятностью 0,66.

В данном случае 83% опрошенных предпочли вариант в).

Особенность формулировок решений двух задач заключается в том, что вторая задача получена путем вычитания из первой задачи 0,66 шанса выиграть 2400. Изменение предпочтений показывает, что превращение варианта (б) из определенного в неопределенный (г) может сделать его менее предпочтительным, а вариант, который изначально был неопределенным (а), может выиграть от замены, став более предпочтительным, даже если его шансы не превратятся в определенные (в).

Следует отметить, что, когда вероятность выигрыша сокращается до минимальной, люди предпочитают альтернативы с большим выигрышем, невзирая на их меньшую вероятность. Продемонстрируем это на следующем примере.

Пример II.

1. Выберите между:
   а) выигрышем трехнедельной туристической поездки в Англию с вероятностью 0,50;
   б) выигрышем недельной поездки в Англию с вероятностью 1.

В данном случае 78% опрошенных предпочли вариант б).
2. Выберите между:
   а) выигрышем трехнедельной туристической поездки в Англию с вероятностью 0,05;
   б) выигрышем недельной поездки в Англию с вероятностью 0,1.

В данном случае 78% опрошенных предпочли вариант а).

А что если в примерах, приведенных выше, заменить выигрыш проигрышем? Предпочтения меняются на противоположные, демонстрируя *эффект зеркального отражения*, который заключается в том, что негативное отношение к риску в ситуации с выигрышем сменяется позитивным в ситуации с проигрышем.

Эффект склонности к определенности с учетом эффекта зеркального отражения можно сформулировать следующим образом: люди предпочитают определен-

ность при выборе между исходами, гарантирующими прибыль. В то же время они выбирают любым способом избежать определенности в случае убытка, даже если маловероятный шанс успеха приведет к дополнительным затратам. Этот ключевой вывод теории возможностей объясняет в том числе одну из первопричин значительного отсева инвесторов на ранних стадиях приобретения ими опыта в торговле. Новички совершают запрограммированную человеческой природой ошибку: быстро фиксируют свои выигрыши и долго не принимают мер по закрытию убыточных позиций, чтобы не закрепить потери.

Вернемся к примеру I. Из обеих начальных альтернатив вычли одну и ту же вероятность, чтобы получить новую вариацию вопроса. Вследствие замены выбор поменялся. Это пример еще одной важной составляющей нашего мышления, называемой *эффектом изоляции*. Он заключается в том, что выбор меняется в зависимости от того, как представлены вероятности. Эффект изоляции также противоречит теории ожидаемой полезности.

На основании идентифицированных эффектов Канеман и Тверски установили, что в человеческом сознании заложена разная оценка ценности в зависимости от точки сравнения. Они утверждали, что люди руководствуются не увеличением богатства в целом (это подход теории ожидаемой полезности), а его относительным изменением. Но один из основных выводов их исследований гласит: «Главное, что движет людьми, – это отвращение к потерям. Люди не столько избегают неопределенности, сколько не приемлют потерь». Мы предпочтем принять 100 долл., чем с шансами 50 на 50 выиграть 200 долл. или вообще ничего не получить.

На основании своих выводов Канеман и Тверски предложили функцию ценности[1], которая учитывает предпочтения. Эта функция отражает несколько моментов.

«Удовлетворение», испытываемое от выигрыша, меньше, чем «боль» от аналогичного проигрыша. Технически именно это свойство и называется *отвращением к потерям* (loss aversion). Из-за него график функции выигрыша более пологий, чем убытка.

Чем больше выигрыш, тем меньше испытываемое «удовлетворение» от каждой последующей единицы прироста. Аналогично в какой-то момент, когда убыток уже и так велик, его рост не вызывает такой же сильной «боли». График описывает известный парадокс, который заключается в том, что инвесторы часто отменяют приказы о закрытии убыточных позиций в момент достижения намеченного ранее уровня фиксации убытка. Даже осознавая возможность дополнительных потерь, они менее болезненно переживают вторичные потери, чем первичные. В результате график выигрыша выпуклый, а график проигрыша вогнутый.

Точка сравнения (reference point), которая обсуждалась ранее в связи с рассмотрением эффекта постановки вопроса, оказывает значительное влияние на исход анализа.

[1] *Kahneman D., Tversky A.* Prospect Theory: An Analysis of Decision Making under Risk // Econometrics. 1979. Vol. 47. №2. P. 263–291.

После рассмотрения новых эффектов (отклонений) человеческого сознания следует дополнить сказанное выше о точках сравнения. Можно предположить, что результаты анализа ситуаций будут различаться в зависимости от того, думают ли люди в терминах получения окончательного результата или прироста либо снижения своего богатства. В первом случае они будут избегать риска, чтобы защитить существующее богатство. Другой пример альтернативных точек сравнения – это принятие решения на основе результата или результата за минусом издержек. Из эффекта изоляции следует, что люди склонны рассматривать возможности и издержки, необходимые для их реализации, раздельно.

Продемонстрируем значимость точек сравнения на простом примере. С точки зрения теории ожидаемой полезности, инвестору безразлично, в результате чего у него оказалось 100 долл. – падения со 115 или роста с 85 долл. Ему важно, что суммарный ожидаемый результат равен 100 долл. Но в реальности отвращение к риску исключит выбор, при котором можно потерять 15 долл., поэтому он выберет вариант, позволяющий ему получить наверняка 100 долл., альтернативе, где он может заработать или потерять 15 долл. Но, предположим, инвестору для получения бонуса необходимо, чтобы стоимость портфеля достигла 110 долл. В этой ситуации точка сравнения изменится, инвестор изберет вторую альтернативу, так как она увеличивает шанс выполнения его плана.

Одним из новаторских аспектов теории ожидаемой полезности является разделение процесса принятия решений на две стадии: редактирования и оценки. На первой стадии значительную роль играют предрасположенности инвестора, принимающего решения. На этом этапе они анализируются, вероятности и возможности сортируются, формируются простые альтернативы выбора. На стадии оценки сформулированные возможности оцениваются, выбирается та, которая обладает наибольшей ценностью.

Теория ожидаемой полезности является одной из основных теорий современной экономики, описывающих процесс принятия инвестиционных решений. Тем не менее исследователи, принадлежащие к школе поведенческих финансов, указали на многие аспекты поведения людей, необъяснимые с точки зрения рациональности. Уже в 1970-е гг. был проведен ряд эмпирических исследований, которые показывают, что предпосылки рационального поведения людей, взятые за основу теории ожидаемой полезности, не являются вполне релевантными реальному поведению инвесторов. Предрасположенности, заложенные в сознании людей, мешают инвесторам быть «рациональными», поэтому значительная часть трейдеров подпадает под категорию нерациональных (noise traders). Успешными становятся в основном те, кто минимизирует путаницу в собственном сознании и контролирует заложенные природой недостатки.

Особенно остро данная проблема встает в условиях финансового кризиса, когда получение достоверных сведений о происходящих событиях не только несет с собой временные и материальные издержки, но и приводит к уменьшению уверенности инвесторов в качестве получаемой информации и появлению асимме-

тричности информации[1]. Результатом этого становится снижение эффективности обработки экономическими субъектами получаемой информации, которая, в свою очередь, ведет к усилению субъективных факторов принятия решения (таких как стереотипы, мнение окружающих, информация, получаемая из СМИ), позволяющих индивидам упростить процесс принятия решения и сделать более низкими трансакционные издержки. Таким образом, на принятие решений экономическим субъектом в большей степени влияют психологические особенности человеческого организма, нежели необходимость определения объективных характеристик портфеля, таких как риск и доходность, итогом чего становится принятие решений, не являющихся оптимальными, в соответствии с теорий ожидаемой полезности.

Определение функции ожидаемой полезности с теоретической точки зрения корректно, т.е. при дополнении стандартного списка предположений аксиомой независимости такая функция существует. Сама аксиома независимости, на первый взгляд, вполне согласуется с интуитивным представлением о потребительском выборе, но в действительности выбор потребителей не всегда укладывается в рамки, описанные теорией.

Рассмотрим классические примеры, демонстрирующие расхождение между теоретическими результатами и реальным выбором потребителей.

Парадокс Алле. Теория ожидаемой полезности утверждает, что при необходимости выбора одной из альтернатив субъект всегда выбирает ту, где ожидаемая полезность больше. В 1953 г. французский экономист Алле в работе «Поведение разумного человека в условиях риска, критика постулатов и аксиом американской школы» описал следующий эксперимент.

Рассматривается выбор между двумя простыми лотереями, исходами которых являются денежные призы. Следуя Алле, представим ситуацию с тремя исходами, которым соответствуют денежные выплаты в размере 2,5 млн долл., 0,5 млн долл. и 0 долл. Потребителю сначала предлагалось сделать выбор между следующими двумя лотереями. Согласно первой лотерее он получает 0,5 млн долл. гарантированно, т.е. мы можем описать эту лотерею как L1 = (0,1,0). Вторая лотерея с вероятностью 0,1 принесет 2,5 млн долл., с вероятностью 0,89 выигрыш составит 0,5 млн долл., с вероятностью 0,01 выигрыш будет равен 0, или L2 = (0,1, 0,89, 0,01). Обычно потребитель отдавал предпочтение первой лотерее, т.е. L1 > L2.

Далее тому же потребителю предлагали выбрать лучшую из двух других лотерей: L3 = (0, 0,11, 0,89) и L4 = (0,1, 0, 0,9). В этой ситуации потребитель отдавал предпочтение последней лотерее, т.е. L4 > L3. Подобный выбор противоречит теории ожидаемой полезности. Поскольку L1 > L2, это означает, что:

$$u(L1) = u(0,5) > u(L2) = 0,1u(2,5) + 0,89u(0,5) + 0,01u(0).$$

[1] *Miskin F.* Asymmetric Information and Financial Crises: Historical Perspective // NBER. Working paper 13 970. National Bureau of Economic Research, Inc., 1991.

Приведя подобные слагаемые, найдем:

$$0{,}11u\,(0{,}5) > 0{,}1u\,(2{,}5) + 0{,}01u\,(0).$$

С другой стороны, L4 > L3, что равносильно тому, что:

$$u\,(L4) = 0{,}1u\,(2{,}5) + 0{,}9u\,(0) > u\,(L3) = 0{,}11u\,(0{,}5) + 0{,}89u\,(0)$$

или:

$$0{,}1u\,(2{,}5) + 0{,}01u\,(0) > 0{,}11u\,(0{,}5).$$

Мы пришли к неравенству с обратным знаком.

Таким образом, выбор потребителя не всегда соответствует теории ожидаемой полезности. Данный парадокс впоследствии получил объяснение с точки зрения теории сожаления, согласно которой человек может сожалеть о том, что он упустил то, что мог бы получить гарантированно. С точки зрения теории сожаления, выбор между первыми двумя лотереями в пользу L1 продиктован тем, что эта лотерея сулит выигрыш с вероятностью, равной 1, а вторая сопряжена с риском остаться вообще без выигрыша. При выборе между двумя другими лотереями ни одна из них не гарантирует выигрыша с определенностью, поскольку обе лотереи с некоторой вероятностью дают нулевой выигрыш. Таким образом, при выборе между L3 и L4 мотив сожаления не оказывает влияния на выбор индивида.

Парадокс Машина. В данном эксперименте индивидам предлагались лотереи, исходами которых являются не денежные суммы, а определенные товары и услуги.

Рассмотрим ситуацию с тремя возможными исходами, соответствующими вариантам проведения досуга: первый исход соответствует поездке в Венецию, второй – посещению кинотеатра и просмотру фильма о Венеции, третий – проведению досуга дома. Изначально эти индивиды ранжировали данные исходы следующим образом: самым желанным исходом они считали поездку в Венецию, затем – фильм о Венеции, наименее предпочтительным был досуг, проведенный дома.

Далее этим же индивидам было предложено выбрать между следующими лотереями. Лотерея LA сулила поездку в Венецию с вероятностью 0,999 и фильм о Венеции с вероятностью 0,1, а лотерея LБ – фильм о Венеции с вероятностью 0,999 и досуг, проведенный дома, – с вероятностью 0,1.

Можно показать, что индивид, предпочтения которого рациональны и удовлетворяют аксиоме независимости, должен был бы предпочесть лотерею LA лотерее LБ: LA(0,999, 0,001, 0) > LБ (0, 0,999, 0,001). Однако в экспериментах индивиды иногда имели обратные предпочтения, выбирая лотерею LБ. Эти люди объясняли свой выбор тем, что в случае, если они не поедут в Венецию, их предпочтения относительно двух других альтернатив поменяются, поскольку они будут настолько

расстроены несостоявшейся поездкой, что фильм о Венеции лишь усугубит их состояние. Таким образом, на принятие решений может оказывать влияние и мотив разочарования.

Решение данных парадоксов может быть найдено в некотором ослаблении аксиомы независимости. Несмотря на отмеченные противоречия между фактическим выбором потребителей и теорией ожидаемой полезности, все же предполагается, что аксиома независимости выполняется, соответственно, предпочтения представимы с помощью функции ожидаемой полезности.

С учетом психологических особенностей поведения, кроме вышеуказанных парадоксов, можно выделить еще несколько групп поведенческих парадоксов[1].

Первая группа парадоксов связана с вопросами массовых социальных реакций, когда индивид принимает решение с учетом текущего или возможного поведения социальной группы, которое может полностью противоречить индивидуальным критериям рациональности и, таким образом, нарушать предпосылки рациональности экономического субъекта. Причиной этого становится изменение во время финансового кризиса ожиданий индивидов, в результате которого объективная информация перестает быть объектом рациональных решений, вместо этого становится важным референтное мнение (близких людей, коллег по работе, соседей, т.е. лиц, с которыми субъект достаточно часто взаимодействует).

К данной группе парадоксов можно отнести *проблему стадного поведения* (herd behavior), которое представляет собой процесс имитирования поведения окружающих, или информационного каскада (в случае если индивид ориентируется на большую группу людей)[2]. Целями такого поведения становятся наличие одинакового уровня информации, необходимость решения однотипных задач при условии одинаковых вкусов, желание упростить процесс принятия решения, снизить трансакционные издержки. Однако такой механизм принятия решений может приводить к тому, что группа лиц, ориентирующихся на решения друг друга, будет переставать обращать внимание на поступающую извне информацию и полностью «замыкаться» на принятых внутри группы решениях, даже если такие решения не способствуют максимизации их полезности. Данный подход противоречит выводам теории ожидаемой полезности, поскольку такое поведение не только не является рациональным, но и не изменяется со временем, что подтверждает идею о том, что индивид не считает данное поведение ошибочным и не собирается его исправлять.

На товарном рынке возможна ситуация, когда среди одинаковых по качеству и цене потребительских благ подавляющее большинство агентов отдают предпочте-

[1] *Крупкина А.С.* Поведенческие парадоксы теории ожидаемой полезности / Материалы Международной заочной научно-практической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых «Молодые ученые о современном финансовом рынке РФ». Пермь, 28 апреля 2010 г.

[2] *Bikhchandani S., Hirshleifer D., Welch I.* A Theory of Fads, Fashion, Custom, and Cultural Change as Information Cascades // Journal of Political Economy. 1992. Vol. 100. P. 992–1026.

ние одному и тому же товару. Это явление противоречит теории потребительского выбора на базе цен, финансовых ограничений и функции полезности, зависящей от качественных характеристик потребительских благ. Такие явления в экономике по аналогии с живой природой называют стадным поведением потребителей[1].

В начале 1950-х гг. Х. Лайбенстайн использовал образ фургона с оркестром (bandwagon). В качестве аналога эффекта увеличения спроса на товар, вследствие того что другие тоже потребляют его, он предложил визуальный образ – фургона, полного играющих музыкантов, который сопровождает толпа (Liebenstein, 1950)[2]. Однако в экономических системах многие примеры стадного поведения невозможно объяснить только подражанием. Агенты часто извлекают дополнительную информацию об истинных качествах предлагаемых благ из наблюдения за поведением других агентов. Было выявлено большое число примеров стадного поведения в экономике, таких как распространение моды, поведение менеджеров инвестиционных компаний, вкладчиков банков, участников биржевых операций, экономических аналитиков и др.

С начала 1990-х гг. стали проводиться исследования стадного поведения в экономике с помощью математических моделей, в которых это поведение объяснялось не только подражанием и конформизмом, но и стремлением увеличить полезность выбора благодаря информации, полученной при наблюдении за поведением всей массы потребителей, непосредственно от отдельных потребителей того же блага, или желанием учитывать так или иначе публичную информацию о товарах.

Начало исследованиям математических моделей стадного поведения на бирже положил Р. Тополь (Topol, 1991), который применил для теоретического объяснения наблюдаемого движения цен на фондовом рынке микроэкономические процессы, представляющие динамику индивидуального поведения. В своей модели он рассматривал индивидуальных инвесторов на рынке, где существует коллективное мнение.

Д. Шарфштейн и Дж. Штейн (Scharfsein, Stein, 1990) предложили рассматривать поведение менеджеров на рынке инвестиций в рамках модели принципал-агента[3]. В их модели на выбор менеджерами объектов инвестиций влияет их будущее положение на рынке труда; в случае удачной инвестиции положение менеджера улучшается; в случае неудачной инвестиции, которую сделали и другие менеджеры, его положение на рынке труда по крайней мере не ухудшится. В этой модели стадное поведение приводит к некоторому равновесию на рынке труда.

Подобное явление наблюдалось и в случае поведения экономических анали-

[1] *Вороновицкий М.М.* Модель стадного поведения при формировании спроса // Экономика и математические методы. 2009. Т. 45. №1. С. 101–109.

[2] *Liebenstein H.* Bandwagon, Snoband, Veblen Effect in the Theory of Consumer Demand // Quarterly J. of Econ. 1950. May.

[3] *Scharfsein D.S., Stein J.C.* Herd Behavior and Investment // American. Econ. Rev. 1990. Vol. 80(3).

тиков (Trueman, 1994; Ashiya, 2001)[1]. Стадное поведение вкладчиков банка проявляется в так называемых нападениях на банк (Bank run). Моделированию такого поведения вкладчиков уделялось больше всего места в работах Allen, Gale, 1998; Diamond, Dybvig, 1983[2]. Но в этих работах исследования стадного поведения вкладчиков выступали в качестве вспомогательного средства при поиске механизма оптимального поведения банка в ситуации нападения на банк и решения проблемы страхования вкладов.

А. Банержи, С. Бикчандани и другие (Banerjee, 1992; Bikhandany, Hirsheifer, Welch, 1992) рассматривали модель стадного поведения, в которой каждый принимающий решение участник наблюдает за принятием решения предшествующими участниками и учитывает эти наблюдения при принятии своего решения[3]. Предполагается, что есть некоторая фиксированная очередность в принятии решений; участник будет, скорее, повторять действия других, чем использовать при принятии решений собственную информацию.

Простым примером стадного поведения потребителей является случай двух ресторанов, предложенный Г. Беккером (Becker, 1991)[4]. В качестве примера он взял часто наблюдаемое явление, которое позволяет искать причины стадного поведения, – случай очень похожих ресторанов, расположенных на двух сторонах улицы. Практика показывает, что большинство потребителей предпочитают посещать какой-либо один ресторан в ущерб другому, несмотря на возникающие из-за этого очереди. Г. Беккер сформулировал несколько предположений:

– потребитель получает больше удовольствия от товара, если видит, что большое число людей разделяет его вкусы;

– предпочтение потребителя зависит не только от цен, но и от суммарного предпочтения других потребителей (спроса);

– имеется некоторая цена, при которой спрос как функция цены имеет разрыв в некоторой точке на оси цен и в этой точке спрос падает до 0 при любом малом увеличении цены.

Для объяснения парадокса, связанного с поведением посетителей ресторанов, М.М. Вороновицкий и Ш. Мейталь (Вороновицкий, Мейталь, 2003) предложили и исследовали модель Г. Беккера. В модели имеются два ресторана, отличающихся лишь ценами, и потребители, принимающие решение, какой ресторан предпочесть

---

[1] *Trueman B.* Analyst Forecast and Herding Behavior // The Rev. of Financial Stud. 1994. Vol. 7. №1; *Ashiya M.* Herd Behavior of Japanese Economists // J. of Econ. Behavior and Organization. 2001. Vol. 46.

[2] *Diamond D.W., Dybvig P.* Bank Runs, Deposit Insurance and Liquidity // J. of Polit. Econ. 1983. Vol. 91.

[3] *Banerjee A.V.* A simple Model of Herd Behavior // The Quarterly J. of Econ. 1992. Vol. CVII. August; *Bikhandany S., Hirsheifer D., Welcn I.* A Theory of Fads, Fashion, Custom, and Cultural Change as Information Cascades // J. of Polit. Econ. 1992. Vol. 100. № 5.

[4] *Becker G.S.* A Note on Restaurant Pricing and Other Example on Social Influence on Price // J. of Polit. Econ. 1991. Vol. XCIX.

в данный момент времени. Для каждого потребителя в каждой момент времени существует вероятность выбора любого ресторана, которая зависит не только от соотношения цен ресторанов, но и от числа потребителей, предпочитавших данный ресторан в предыдущий момент времени. Динамика распределения вероятностей (иметь в заданный момент данное число потребителей, предпочитающих первый ресторан) описывается цепью Маркова.

Если предположить, что цены ресторанов постоянны на протяжении длительного времени, как показано у Вороновицкого и Мейталя, существуют стационарные распределения, цепь Маркова сходится к стационарному распределению из любого начального распределения[1]. Эти выводы обусловлены некоторыми предположениями о характере исходной вероятности – того, что данный потребитель выбирает в момент времени t первый ресторан. Если цены одного ресторана выше, чем цены другого, имеется финальное стационарное предпочтение, оно глобально устойчиво (т.е. достигается из любого начального предпочтения). Если цены ресторана примерно равны, имеется множество финальных стационарных предпочтений. В этом случае при разных начальных предпочтениях достигаются разные финальные предпочтения. Это исследование дает ответ на вопрос, заданный Г. Беккером (Вороновицкий, Мейталь, 2003). Показано, что существуют равновесные состояния, т.е. те, в которых ни одному из ресторанов не выгодно менять свои цены. В таких состояниях почти все потребители предпочитают только один из двух ресторанов.

К рассматриваемой модели очень близка модель А. Кирмана (Kirman, 1993), дающая объяснение стадного поведения в живой природе. Наблюдения энтомологов показали, что коллектив муравьев в очевидно симметричных ситуациях ведет себя асимметричным образом. Сталкиваясь с двумя идентичными источниками пищи, муравьи пользуются одним значительно более интенсивно, чем другим; время от времени они почти все сразу переключаются с одного источника пищи на другой, от которого ранее отказывались.

Чтобы объяснить такое поведение муравьев, А. Кирман предложил простую модель. В этой модели индивидуальное поведение участников состоит в выборе источника пищи в каждый момент времени, стохастические столкновения пар участников определяют поведение индивидов, принимающих решения. Поскольку модель Кирмана призвана объяснить поведение коллектива муравьев, а каждый муравей определяет направление движения другого муравья по запаху, исходящему от его следа, взаимодействия в модели односторонние: первый муравей наблюдает состояние второго муравья, а второй – только поставляет информацию. Каждый участник выбирает первый источник пищи с определенной вероятностью, изменяющейся в результате столкновений с другими участниками. Кроме выбора, который участники сделали в предшествующий момент времени, вероятность вы-

[1] *Вороновицкий М.М., Мейталь Ш.* Модель социального влияния на цены // Экономика и математические методы. 2003. Вып. 39. №4.

бора для первого участника зависит от двух внешних параметров. Если характеризовать состояние модели в момент t числом участников, предпочитающих в этот момент первый источник пищи, динамика модели описывается цепью Маркова. Существует стационарное распределение вероятности того, что некоторая часть муравьев выбирает определенный источник пищи. При некоторых значениях внешних параметров это стационарное распределение соответствует наблюдаемому поведению муравьев.

Если сравнить модели Вороновицкого – Мейталя и Кирмана, бросается в глаза различие в объеме информации, используемой участником при выборе ресторана (или источника пищи). В модели двух ресторанов участник имеет информацию о выборе, сделанном большим числом участников, наблюдая за длиной очереди в ресторан либо количеством занятых мест, а в других случаях, например, когда речь идет о театре, моде и прочем, он берет информацию из средств массовой информации. В модели поведения муравьев участник обладает локальной информацией о выборе только одного участника, со следом которого он столкнулся.

В модели Г. Беккера потребитель не обладает информацией о выборе, сделанном большинством потребителей. Он взаимодействует с другими участниками посредством парных столкновений. В момент встречи оба потребителя сообщают друг другу, в каком ресторане обедал каждый из них накануне. Каждый потребитель может сравнить свое предпочтение и предпочтение партнера. Он формирует новое предпочтение, используя информацию о предыдущем моменте (t–1) и учитывая соотношение цен ресторанов. Предполагается, что эти два потребителя в момент встречи обсуждают качества ресторанов и принимают общее решение, которое состоит в определении вероятности того, чтобы выбрать первый ресторан. Принято предположение о том, что после обсуждения эти вероятности одинаковы у обоих участников. Потребители-люди отличаются от муравьев тем, что их встреча связана с обменом мнениями и формированием одинакового предпочтения.

Часто происходит и так, что индивид сомневается в нерациональности предлагаемого группой близких людей решения, но настолько боится противопоставить себя группе, что основой для принятого им решения остается данное мнение группы. Этот эффект получил название феномена группомыслия, идея которого принадлежит американскому психологу И. Джанису[1], частным случаем которого является парадокс Абилина. В его основе лежит ситуация, когда группа людей принимает совместно решение, которое не устраивает ни одного из ее членов. При этом каждый из них верил, что принимает это решение только потому, что его находят привлекательным остальные участники, и тем самым шел вразрез с собственными критериями рациональности, поддерживая групповое решение.

Описанные выше парадоксы группового мышления характерны и для финансовых рынков, где проверка правильности принятого решения возможна только

[1] *Janis I.L.* Victims of Groupthink: A Psychological Study of Foreign Policy Decisions and Fiascoes // Boston: Houghton, Mifflin, 1972.

спустя определенный временной лаг. Кроме того, инвестор сталкивается с высокими издержками составления прогноза, затратами времени и собственных сил, результаты которых могут не оправдаться закономерными явлениями в условиях финансового кризиса[1].

К этой группе парадоксов можно отнести и «эффект толпы». Специфическое воздействие, которое оказывает толпа на составляющих ее людей, было описано французским социологом Г. Лебоном в книге «Психология толпы»[2]. Лебон заметил, что, действуя в группе, люди превращаются в единое целое, обладающее коллективным сознанием, это сознание заставляет членов группы вести себя совсем не так, как они вели бы себя, действуя в одиночку. Чувство толпы и ее действия крайне заразительны, отмечает Лебон, и часто заставляют людей приносить свои интересы в жертву коллективному интересу.

В том, что «эффект толпы» работает на рынках, не может быть сомнений. Еще в 1841 г. Ч. Маккей в книге «Воспоминания о чрезвычайных массовых заблуждениях и безумии толп»[3] объяснил образование спекулятивных пузырей на рынке эпизодическими вспышками массовой истерии. Наиболее известными примерами такой истерии были «тюльпаномания» 1636 г. и калифорнийская «золотая лихорадка» 1840 г. Сегодня многие наблюдатели полагают, что все крайние, резкие изменения цен, которые происходят в моменты, когда рынок достигает максимальных и минимальных значений, связаны именно с поведением толпы.

Следующая группа парадоксов включает в себя *парадоксы, имеющие личностный характер.* К примеру, инвесторы по-разному реагируют на эквивалентные изменения выгод и потерь – в отличие от теории Марковица, в которой главным образом и была использована предпосылка рациональности экономических субъектов, где выгоды и потери оказывают одинаковое влияние на изменение богатства индивида.

Асимметричная реакция на потери и выигрыши, на первый взгляд, противоречит теории ожидаемой полезности, но в действительности является формой рационального поведения, поскольку отражает изменившийся подход к принятию решений и не противоречит аксиомам рационального поведения[4].

Следующий парадокс – *«эффект якоря»*, который предполагает поиск аналогичных событий и перенесение их результатов и итогов на явления настоящего. Например, для россиян таким событием является кризис 1998 г., для американцев примером для сравнения современного кризиса выступает Великая депрессия, хотя связь между данными кризисами и современным практически отсутствует.

[1] *Mishkin F.* Asymmetric Information and Financial Crises: Historical Perspective // NBER. Working Papers 13 970. National Bureau of Economic Research, Inc., 1991.

[2] *Lebon G.* The Crowd. N.Y.: Penguin Books, 1977.

[3] *Mackay C.* Memoirs of Extraordinary Popular Delusions and the Madness of Crowds. N.Y.: John Wiley & Sons, 1996.

[4] *Neumann J., Morgenstern O.* Theory of Games and Economic Behaviour. Princeton University Press, 1944.

Однако отсутствие объективных связей между событиями не пугает экономических субъектов, они легко переносят все последствия и текущие события прошлых кризисов на нынешний.

Таким образом, ориентиром для принятия решения служит точка отсчета (уже известный кризис), которую индивид постепенно модифицирует. При этом чем легче припоминается подходящее к ситуации событие, тем больше шанс верить в высокую вероятность его наступления.

В период кризиса данный феномен перестает быть парадоксальным, поскольку ограниченность информации и увеличение ее стоимости стимулируют людей искать пути минимизации издержек в виде готовых «образцов» поведения, которые были применены ранее и успешно приводили к максимизации полезности. Для этого индивиды ориентируются на события из прошлого, аналогичные происходящим, и критерием такого сходства выступает репрезентативность, которая по своей природе не всегда способна учесть причинно-следственные связи между событиями. При этом если обратиться к теории ожидаемой полезности, мы увидим возможность использования «эффекта якоря», например, при построении функции ожидаемой полезности можно осуществлять корректировку точки входа инвестора на финансовый рынок с учетом возможных модификаций на основе аналогичности событий.

Дополнительные трудности будут создавать переоценка вероятности связанных событий и недооценка вероятности несвязанных событий. Например, для многих людей в современной России действует следующая цепочка рассуждений: на американском и азиатском фондовых рынках кризис → российский фондовый рынок от них зависим (из-за высокой доли иностранных инвестиций) → в России тоже будет финансовый кризис. На умозаключения о финансовом кризисе оказывает влияние «эффект якоря», который основывается на привязке существующих данных к аналогичному событию, т.е. крупному кризису в российской экономике, которым большинство считает дефолт 1998 г. В итоге возможность кризиса на российском фондовом рынке начинают стойко ассоциировать с дефолтом. Такой вывод кажется поистине парадоксальным, поскольку дефолт представляет собой отказ государства от платежей по своим долгам и не является обязательным признаком кризиса, как и наличие спада на фондовом рынке не ведет в отсутствие роста государственной задолженности к возникновению дефолта.

На первый взгляд, рассуждения простых обывателей не должны оказывать влияния на профессиональных участников финансового рынка, однако в условиях кризиса ситуация изменяется вследствие асимметрии информации, которая делает для ряда участников финансового рынка невозможным получение достоверной информации и заставляет предположить, что идеи о дефолте могли попасть на рынок из правдивых источников. Результатом этого станет усиление кризисных ожиданий, которые будут еще больше подогревать нереалистичные идеи.

Причиной возникновения «парадокса якоря» является наличие у экономических субъектов нескольких «уровней притязания»: низкий уровень притяза-

ния отвечает за желание сохранить свое богатство, высокий – за возможность разбогатеть в короткие сроки[1]. При формировании низкого и высокого уровней притязаний (формально их можно создать бесконечное множество) особенности работы человеческого мозга приводят к тому, что индивид перестает видеть объективные взаимосвязи внутри цепочки событий, подобных примеру с возникновением дефолта, вследствие чего субъективная оценка вероятности событий смещается по сравнению с теорией ожидаемой полезности в результате асимметричности реакции на взаимосвязь часто освещаемых в СМИ событий в кризисной экономике.

Изменение характера оценок субъективных вероятностей выигрыша и убытков все же может быть учтено путем внедрения подхода «взвешенной вероятности», предложенного в рамках «теории перспектив». Данный подход предполагает введение вместо вероятности «весов решений», которые являются мерой общей привлекательности альтернативы и основываются не на законах вероятности, а на субъективной оценке индивидом полезности.

В целях большей ясности приведем примеры наиболее часто обсуждаемых в современной литературе образов поведения индивидов, несовместимых с традиционной теорией.

Эффект исходного, референтного положения (reference point effect): альтернативы оцениваются индивидами не с помощью категорий общего, совокупного благосостояния, а относительно определенной референтной точки, или так называемого положения статус-кво. Люди более чувствительны к происходящим изменениям их благосостояния, которые они соизмеряют с исходным состоянием.

Эффект вложенных средств (sunk cost effect): люди имеют склонность принимать в расчет при принятии решений предшествующие понесенные издержки.

Эффект начального запаса (endowment effect): товары, находящиеся в запасе индивида, оцениваются им более высоко, чем предметы, которые не содержатся в нем.

Эффект формы (framing effect): способ, с помощью которого формулируется задача принятия решения, т.е. метод представления информации, который обладает эффектом маркировки (marked effect), впоследствии оказывающим влияние на принимаемые индивидом решения[2].

Принцип предубеждения доступности (availability bias): недавние, захватыва-

[1] *Shefrin H., Statman M.* Behavioral Portfolio Theory // The Journal of Financial and Quantitative Analysis. 2000. Vol. 35. №2. P. 127–151.

[2] Один из ключевых принципов, который оказал решающее значение на нормативную состоятельность современной теории выбора. Получил наибольшее освещение в работах Д. Канемана и А. Тверски, по мнению которых, во многом именно нарушение условия инвариантности (формального аналога «эффекта формы») ставит под сомнение мечты и надежды экономистов, заключающиеся в создании теории, которая была бы одновременно приемлемой как с дескриптивной, так и с нормативной точки зрения.

ющие, эффектные и лично пережитые события систематически переоцениваются, когда индивиды принимают решения[1].

Принцип предубеждения репрезентативности (representativeness bias): индивиды систематически имеют неверное представление насчет априорных, исходных вероятностей и не учитывают при формировании суждений размер исходной выборки[2].

Эффект определенности (certainty effect): исходам, полученным в условиях определенности, индивид приписывает больший вес в принятии решений, другими словами, переоценивает их в отличие от других исходов, которые не были однозначно определены, а были лишь вероятными, даже когда (известная) ожидаемая полезность обеих альтернатив одинакова[3].

Почему же люди действуют нерационально? Если выявить основные причины, можно предвидеть и контролировать подобные ситуации, в результате избегая негативных последствий «неправильного поведения». Полезно также научиться понимать и предсказывать действия других участников рынка (как партнеров, так и конкурентов), обращая себе на пользу любые отклонения от «правильной» или «рациональной» линии поведения.

Обобщая результаты работ различных исследователей, полученные за многие годы изучения данной проблемы, разделим все субъективные факторы, определяющие поведение инвесторов на рынке, на две категории.

К первой необходимо отнести ошибочное восприятие действительности или неверную оценку реальной ситуации, как следствие – неверные решения, вызванные сложившимися стереотипами мышления, свойственными практически всем людям в любой сфере деятельности.

Ко второй относятся эмоциональные факторы, обусловливающие поведение людей в определенных обстоятельствах, заложенные в природе человека и присущие подавляющему большинству индивидуумов.

Парадоксы теории ожидаемой полезности перестают быть необъяснимыми в

---

[1] Если человек, решающий задачу, руководствуется данным принципом, он считает событие тем более вероятным, чем легче и быстрее можно запечатлеть в памяти примеры событий этого типа или чем легче можно их сконструировать. Например, если человеку надо оценить частоту разводов по стране, он припоминает разводы, имевшие место среди его знакомых. Если число разводов среди его друзей и знакомых в последнее время было значительным, он считает вероятность события «развод» очень большой. Подробнее см.: *Козелецкий Ю.* Психологическая теория решений. М., 1979. С. 156–160.

[2] Этот принцип, сформулированный в свое время Ч. Ганзелом и Дж. Коэном (1956), Ф. Альберони (1962), а также Д. Канеманом и А. Тверски (1972), имеет особое значение в процессе прогнозирования. Применяя принцип репрезентативности, лицо, принимающее решение, выясняет, какова степень сходства между событием (выборкой) и популяцией, в которой оно содержится. Подробнее см.: *Козелецкий Ю.* Психологическая теория решений. М., 1979. С. 150–156.

[3] Эффект определенности является частным случаем знаменитого парадокса М. Алле.

период кризиса и отражают изменившийся подход к обработке и использованию информации экономическими субъектами. Это происходит вследствие усиления объективных (таких как асимметрия информации, рост трансакционных издержек) и субъективных факторов (таких как социальные ассоциации, традиции, опыт друзей, родственников и знакомых, информация из СМИ, спекулятивные мотивы профессиональных участников рынка) принятия рациональных решений. Проанализированные парадоксы оказываются вполне совместимыми с теорией ожидаемой полезности, хотя и противоречат ее предпосылкам, что не мешает синтезировать различные подходы к поведению человека.

В поведенческой теории финансов были проанализированы вопросы эвристических ошибок (поведения людей, основанных на интуиции и собственном опыте) и ошибок репрезентативности (суждения, основанного на стереотипах), произведена формализация понятий «вероятность», «риск», «выгода» с учетом личностных представлений экономических субъектов.

Вместе с тем в экспериментах нарушались или могли быть нарушены важнейшие правила проведения экспериментов, такие как неоднородность выборки (в нее попадали финансовые кризисы и в стабильные периоды), отсутствие данных о доверительных интервалах, статистической значимости полученных результатов или иных указаний о том, что данные действительно можно применять на уровне всей экономики в целом. При этом результаты эмпирических исследований проводились на основе малых групп (не более 500 человек). Кроме того, испытуемые при участии в эксперименте могли ощущать нереальность сформулированной ситуации и вести себя неординарно, поэтому повторяемость в жизни таких результатов совершенно не гарантирована.

В работах Д. Канемана и А. Тверски не раз отмечались влияние изобретателя на ход эксперимента, внутреннее желание подтвердить гипотезу, а это нередко искажает результаты эксперимента. Недоучет этой проблемы в своих работах авторами «теории перспектив» существенно изменяет ценность полученных эмпирическим путем результатов.

Несмотря на все вышеперечисленные недостатки теории поведенческих финансов, нельзя не отметить того факта, что именно это направление на данном этапе развития экономической теории способно дать объяснение некоторых особенностей поведения людей, присущих им в условиях кризиса. К тому же проанализированные парадоксы не противоречат теории Марковица, что не мешает синтезировать различные подходы к поведению человека и обогатить существующую теорию портфеля. В этом смысле поведенческие финансы являются продолжением и закономерным развитием теории ожидаемой полезности с учетом фактора неполноты информации вследствие объективных и субъективных причин.

Троянское обучение в экономическом поведении

В настоящее время исследователи уделяют все больше внимания изучению проблем противодействия обучению и распространению троянского обучения. Подобные образовательные тенденции тесно связаны с неотъемлемой частью рыночной системы экономики – конкуренцией. Производители применяют разнообразные приемы, направленные на ослабление позиции соперника, для того чтобы достичь определенного преимущества и получить максимально возможную прибыль. Можно выделить два вида стратегии конкурентного преимущества: фирма может работать над увеличением собственного потенциала (тогда мы имеем дело с соревновательной конкуренцией) либо старается ослабить своего противника (имеется в виду хищническая конкуренция). Эти положения о типах конкуренции применимы и к сфере обучения.

Когда мы говорим о троянском обучении, имеем в виду обучение конкурента тому, что для него невыгодно, вредно, опасно, но соответствует интересам организатора обучения. Чтобы победить соперника, часто достаточно сформировать у него определенный образ ситуации или мира в целом, побуждающий его к обусловленному поведению. «Эффективное троянское обучение делает переучивание, необходимое учащемуся для того, чтобы все-таки достичь нужного уровня компетентности, более затратным в отношении материальных, финансовых, временных, психологических ресурсов или даже вообще невозможным. Тем самым можно утверждать, что троянское обучение уменьшает человеческий капитал обучаемого»[1].

Другой вопрос в том, способен ли субъект распознать дезориентирующее воздействие на него обучающей стороны и противостоять ему. «Учитель может учить не совсем тому или совсем не тому, чего от него хотят. И здесь может начать работать в полную силу понятие “формирование доктрины противника посредством его обучения”, дезориентирующей противника деятельности»[2].

В условиях жесткой конкурентной среды, в том числе в сфере образования, наряду с помощью и кооперацией имеет место и нечестное соперничество – помехи чужому обучению, использование ситуаций обучения для нанесения ущерба. Понимание ключевой роли знаний и обучаемости может вести к двум разным стратегиям поведения. Соревновательная конкуренция в образовательной сфере проявляется в повышении своей обученности и обучаемости, а хищническая – в ослаблении чужой. Темной стороной обучения – этой (по определению) «светлой», «просвещающей» деятельности – становится скрытое противодействие обучению другого субъекта, а также троянское обучение – обучение конкурента тому, что для него невыгодно, вредно, опасно, но соответствует интересам организатора обучения.

---

[1] *Поддьяков А.Н.* Педагогика сотрудничества и педагогика противодействия // Психологическая наука и образование. 1998. №3–4. С. 5–12. URL: http://psyedu.ru/view.php?id=229.

[2] *Радаев В.В.* Социология рынков: к формированию нового направления. М.: ГУ ВШЭ, 2003.

Стремительное развитие острейшей конкурентной борьбы образовательных учреждений всех типов, уровней и форм на рынках образовательных услуг – одна из основных современных тенденций в сфере образования[1]. Это ведет к целому спектру следствий – и положительных, и отрицательных. Одно из наиболее существенных подчеркнул Л.Л. Любимов, охарактеризовав современный рынок образовательных услуг как «рынок с тонированными стеклами», «рынок дезинформации»[2]. Это касается и рекламы, и содержания обучения. По мнению многих ученых, сегодня возможно возрождение средневековых традиций утаивания секретов профессионального мастерства, что может угрожать воспроизводству профессиональной культуры.

Удар по способности учиться, процессам овладения новыми видами деятельности является одним из наиболее эффективных, чтобы сделать конкурента несостоятельным в меняющемся мире. Противодействующие процессы в сфере экономики могут проявляться в нежелании передавать наработанные навыки профессиональной деятельности молодым или новым работникам. Некоторые работодатели, по словам А.Н. Поддьякова, боятся, что, если эти знания перейдут к другим сотрудникам, они могут «утечь» к конкурентам, фирма окажется в проигрышном положении[3].

Что же представляет собой противодействие обучению? Фактически это создание помех в процессе получения субъектом необходимых для него знаний и навыков. Противодействие обучению, по словам А.Н. Поддьякова, может быть обосновано рядом причин, в том числе нехваткой ресурсов, необходимостью выполнения альтернативных видов учебной деятельности. В самом противодействии, несомненно, присутствует психологический аспект. Удар по способности учиться быстрее своих конкурентов, процессам обучения и овладения новыми видами деятельности является одним из наиболее эффективных, чтобы сделать конкурента несостоятельным в меняющемся мире. С точки зрения экономики, построенной на знаниях, противодействие обучению конкурента или же обучение его тому, что для него невыгодно, – это закономерная работа по снижению роста данного вида человеческого капитала (потенциала) у соперника.

В целом можно утверждать, что цивилизация развивается под влиянием двух противоположных и взаимосвязанных направлений социальных воздействий: а) стимулирования обучения и развития интеллекта; б) противодействия им. Безусловно, это в первую очередь относится к обществу знаний: в нем удар по способности учиться, процессам обучения и овладения новыми видами деятельности

---

[1] *Новиков А.М.* Российское образование: парадоксы наследия, векторы развития. М.: Эгвес, 2000.

[2] *Любимов Л.Л.* Выступление перед студентами и преподавателями факультета психологии ГУ ВШЭ. М., 17 сентября 2003 г.

[3] *Поддьяков А.Н.* Педагогика сотрудничества и педагогика противодействия // Психологическая наука и образование. 1998. №3–4. С. 5–12. URL: http://psyedu.ru/view.php?id=229.

является одним из самых эффективных способов сделать конкурента несостоятельным в стремительно меняющемся мире[1].

Особенно уязвимым для троянского обучения оказывается удаленная учеба, ведь здесь разные участники образовательного процесса получают широкие возможности для скрытого вторжения в учебный процесс конкурента, искажения или подмены учебного материала и т.п. Наиболее яркие примеры можно найти в областях, связанных с интернет-обучением военным видам деятельности. Например, можно вести дискуссию по поводу эффективности определенных инструментов и процессов, ссылаясь на статистику и цифры, угодные компании, для того чтобы сместить акцент с наиболее прогрессивных или переориентировать компанию в иное русло, выступая в качестве потребителя или члена потребительской организации или союза.

Анализируя общекультурные формы фиксации и передачи значимого социального опыта, начиная с тех, которые усваиваются с детства, – мифов, сказок, поговорок, устойчивых языковых выражений, можно видеть, что в них достаточно широко представлены ситуации противодействия обучению и использования обучения в целях, противоположных интересам обучающегося[2]. Существует много пословиц, поговорок и выражений, противоположных по смыслу пословице «Ученье – свет, а неученье – тьма». Они отражают возникающую в определенных ситуациях необходимость противодействия обучению и познанию нового и подчеркивают возможную опасность знания: «Много будешь знать – скоро состаришься (не успеешь состариться)», «Научил (не научить бы) на свою голову», «Научить плохому», «Подучить кого-то сделать что-то плохое» и др.

Классическим примером мифа, в котором описаны обучение и противодействие ему, является миф о Прометее. Зевс препятствовал обучению людей пользованию огнем, орудиями и овладению ремеслами и жестоко наказал Прометея, осуществившего это обучение.

В сказках очень часто встречаются ситуации, когда эксперт в своей области (мастер, колдун и т.п.) препятствует тому, чтобы поступивший к нему в учение герой усвоил действительные секреты деятельности. Кроме того, одни персонажи учат других тому, что для последних невыгодно или опасно (Баба-яга учит Иванушку садиться на лопату для того, чтобы затолкнуть его в печь; Лиса учит Волка, как ловить рыбу на собственный хвост в проруби; Братец Кролик учит Братца Лиса, как вести себя покойнику при появлении соболезнующих друзей, и т.п.). Подобные сюжеты широко представлены и в современных литературных произведениях, кинофильмах и др. В некоторых сюжетах противодействие обучению

[1] *Поддьяков А.Н.* Педагогика сотрудничества и педагогика противодействия // Психологическая наука и образование. 1998. №3–4. С. 5–12. URL: http://psyedu.ru/view.php?id=229.

[2] *Поддьяков А.Н.* Ориентировочная и дезориентирующая основы деятельности: иерархии целей обучения в конфликтующих системах // Вопросы психологии. 2002. № 5. С. 79–89.

и отказ обучать представлены как героический поступок (например, отказ учить шотландцев легендарного малютки-медовара из стихотворения Р. Стивенсона «Вересковый мед»)[1].

В реальной жизни случаи противодействия обучению встречаются в самых разных возрастных, социальных, профессиональных группах. Примером троянского обучения в студенческой сфере может быть следующий: одногруппник, сообщая домашнее задание или задание, данное для самостоятельного изучения, говорит только о его части, стремясь выполнить больше и тем самым быть более конкурентоспособным на занятии. Даже совершенно неопытные и юные индивиды могут учить заведомо проигрышным стратегиям игры, чтобы выигрывать самим; профессионалы – преднамеренно давать другим неправильные или невыгодные советы, рецепты, инструкции и т.д.

В компании, занимающейся изготовлением, комплектованием и реализацией телекоммуникационного оборудования, руководитель отдела по работе с клиентами, ответственный в том числе за их обучение обращению с этой сложной техникой, получил инструкцию от директора фирмы. Директор отметил, что в компанию под видом клиентов могут обращаться конкуренты для получения консультации, ответов на интересующие вопросы и, как правило, выведывания профессиональных секретов компании. В связи с этим консультировать и обучать всех приходящих надо так, чтобы они ничему существенному не научились, кроме самых элементарных и распространенных операций (например, нажимания кнопок на внешней панели). В случае возникновения проблем истинный клиент компании всегда может обратиться в саму компанию, где он получит своевременную помощь и профессиональную консультацию.

Данный пример интересен следующим фактом. Мы можем наблюдать, как один человек учит другого (нижестоящего), как тому не обучать своих клиентов. В свою очередь нижестоящий ставится в сложное положение, способное вызвать внутриличностный конфликт (желание научить, не обучая, и наоборот). В приведенном случае противодействие обучению вызвано такими соображениями, как секретность и относительная принципиальность.

В жесткой конкурентной среде современности можно видеть, что технологии противодействия обучению соперников и троянского обучения развиваются в тесной связи с развитием технологий, стимулирующих обучение.

1. Троянское обучение подчиняется принципу: «Тот, кто выступает в роли обучаемого, должен знать и уметь только то, что ему положено знать и уметь, – лишние знания и умения недопустимы (вредны)»[2]. Отметим, что такого дидактическо-

[1] *Поддьяков А.Н.* Педагогика сотрудничества и педагогика противодействия // Психологическая наука и образование. 1998. №3–4. С. 5–12. URL: http://psyedu.ru/view.php?id=229.

[2] *Малюк А.А., Погожин Н.С., Толстой А.И.* Обучение вопросам компьютерной безопасности специалистов-профессионалов и персонала, связанного с противодействием компьютерным атакам. Доклад на российско-американском семинаре по проблемам компьютерного терроризма. М., 18 марта 2003 г.

го принципа не найти в традиционных учебниках педагогики, где вопрос недопущения учащегося к знаниям показался бы нонсенсом.

2. В реальном бизнесе при слиянии фирм и компаний в альянсы одна из них может специально выступать в роли так называемого троянского коня, чтобы в период нахождения в альянсе в процессе скрытого или явного обучения другой компании – участником альянса получить у той скрываемую технологическую и иную профессиональную и релевантную информацию. Получив нужную информацию, как правило, компания – «троянский конь» может разорвать альянс и выйти на рынок с более высоким уровнем конкурентоспособности. В свою очередь другая фирма, закономерно предполагая возможность и такого варианта развития событий, принимает меры защиты от этого не санкционированного ею приобретения знаний участником альянса[1]. Это одна из сторон управления знаниями в конкурентной борьбе.

3. Дж. Олсон (James Olson) приводит примеры того, как странам с враждебными режимами, пытающимся нелегально получить мощные компьютеры, запрещенные к продаже, давали возможность украсть или купить предварительно подготовленную компьютерную систему со специальными «закладками» («логическими бомбами»), которые приводили, например, к опасным скачкам давления в трубопроводе, находящемся под контролем этой системы, или другим внештатным, потенциально опасным ситуациям[2].

4. Если в будущем способность интеллектуальных систем обучаться станет особо важной характеристикой, дающей значительное конкурентное преимущество, с большой вероятностью обладатели этих систем введут определенные ограничения и запреты на доступ к ним, их приобретение и т.д. Кроме того, тем субъектам, кто попытается нелегально обойти эти ограничения, время от времени будут предлагаться системы с «троянской начинкой», но уже в отношении способности учиться. Это могут быть системы, чьи способности к обучению ниже ожидаемых, обучающие не совсем тому или даже совсем не тому, что нужно пользователю, и т.д.

5. Одна зарубежная компания выступила с предложением осуществления бесплатного обучения технологиям компьютерных расчетов для атомных электростанций. Обращено это предложение было к Государственному научному центру РФ «Физико-энергетический институт». После проведения юридической экспертизы выяснилось, что данная зарубежная компания в случае положительного рассмотрения высказанного предложения может, воспользовавшись правом интеллектуальной собственности, использовать право вето для прекращения или недопущения действий или операций, в которых будет тем или иным образом задействована технология компании. Данное предложение и, собственно, обучение были рассмотрены главой центра как универсальный способ «закабаления конкурента», поскольку чем качественнее сотрудники обучались по предлагаемым технологи-

[1] *Гарретт Б., Дюссож П.* Стратегические альянсы. М.: ИНФРА-М, 2002.

[2] *Olson J.* Fair play: the moral dilemmas of spying. Washington: Potomac Books, 2006.

ям, тем глубже, чаще и шире обучающаяся компания использовала инструменты обучающей компании, следовательно, тем объемнее и масштабнее потенциальный спектр действий обучающей компании[1].

Данный случай является одним из ярких примеров троянского обучения. Стратегию компании, производящей троянское обучение, можно назвать стратегией поглощения. В свою очередь, компаниям, на которые ориентирована данная стратегия троянского обучения, следует придерживаться стратегии уклонения.

6. Приведем пример конкурентной борьбы с нарушением правовых и этических норм на уровне межвузовских отношений. В одной из стран СНГ «лобби», представлявшее интересы группы юридических вузов, сумело инициировать инспекционные проверки конкурирующих вузов и поднять вопрос о целесообразности подготовки в них юристов. Это было сделано с использованием «не вполне корректных методов». Лишь вмешательство Государственной аккредитационной комиссии предотвратило принятие необоснованных решений о прекращении обучения студентов в этих учебных заведениях[2].

В любых обществах содействие и противодействие обучению становятся инструментами культурной политики, орудиями влияния на чужое развитие. В ряде случаев противодействие и прямые запреты в обучении могут быть оправданны и обоснованны, в других – неоправданны, границу между ними не всегда можно провести однозначно.

Макиавеллизм – черта, поведенческая установка, выражающаяся в использовании психологической манипуляции в качестве основного средства достижения своих целей (часто в ущерб интересам других субъектов). Проблема макиавеллизма стремительно завоевывает популярность среди отечественных ученых. Оборотной стороной ценности обучения и обучаемости становится недобросовестная, хищническая конкуренция в этой сфере, поскольку удар по способности учиться, процессам обучения и овладения новыми видами деятельности воспринимается участниками социальных взаимодействий как эффективное средство для того, чтобы сделать конкурента несостоятельным в стремительно меняющемся, перенасыщенном новой информацией мире.

Для того чтобы проанализировать помехи учебной деятельности других субъектов, вызванные конкуренцией, выделим причины противодействия чужому обучению и развитию.

1. Приобретение и трансляция опасного опыта пресекаются. Так, во многих странах запрещено курить и распивать спиртные напитки в общественных местах во избежание копирования и обучения этому детей.

2. Противодействие обучению может быть вызвано необходимостью выполнения более важной, чем учебная, деятельности с точки зрения противодействующе-

---

[1] *Коновалова И., Коновалов Б.* Все на продажу // Вечерняя Москва. 1998. №28.

[2] *Поддьяков А.Н.* Педагогика сотрудничества и педагогика противодействия // Психологическая наука и образование. 1998. №3–4. С. 5–12. URL: http://psyedu.ru/view.php?id=229.

го субъекта. Это, например, отвлечение учащихся на нетематические конференции для заполнения зала, военную службу и т.п.

3. Причиной противодействия обучению нередко является необходимость экономии и сохранения тех или иных ресурсов, расходуемых при обучении (в том числе финансовых). К разряду вынужденного противодействия, которое нельзя не упомянуть из-за его масштабов, является общее сокращение средств на обучение и образование в России в 1990-е гг. Например, курсанты-летчики не летали из-за нехватки бензина.

4. Возникновение новых видов деятельности, для которых еще не сформулированы или плохо сформулированы нормы и правила, требует от изменяющегося общества активного управления и регулирования, в том числе путем противодействия и ограничений по отношению к обучению этим видам деятельности. Таким способом общество пытается приспособиться к данным видам деятельности и приспособить их к себе. Другое направление приспособления к новым условиям – препятствия передаче и распространению опыта, который считается устаревшим, уже ненужным в этих новых условиях. Иерархия опасных – безопасных, важных – неважных видов деятельности меняется со временем, причем нередко на противоположную. Может запрещаться или ограничиваться неформальными средствами обучение атеистическим научным концепциям, религии, кибернетике, языку соседнего государства и другим учебным предметам, которые были разрешены ранее или будут разрешены и приветствуемы впоследствии. Противодействие обучению может являться орудием расизма, шовинизма, религиозного экстремизма и т.д. На государственном уровне можно привести пример некоторых стран бывшего Советского Союза, которые ограничивают количество поступающих в вузы неродной для страны национальности.

5. Участники образовательного процесса конкурируют и соперничают. Удар по способности учиться новым видам деятельности – один из наиболее эффективных методов сделать конкурента несостоятельным в меняющемся мире.

Противодействие обучению – это один из видов социальных противодействий, которые в настоящее время оказывают друг другу субъекты социальных взаимодействий всех уровней из-за дифференциации общества на группы с противоречивыми интересами и возрастания межгруппового и межиндивидуального соперничества и конкуренции (табл. 9.1).

Проанализируем противодействие обучению других субъектов, вызванное конкуренцией. Анализ противодействия обучению и троянского обучения выводит нас на проблематику преднамеренного создания трудностей. Выделяют два полярных типа отношения человека, создающего проблемы и трудности, к другому человеку, для которого он их готовит:

– как к подопечному, нуждающемуся в помощи;

– как к сопернику, продвижение которого надо тем или иным способом остановить.

Таблица 9.1

Причины и последствия противодействия обучению

Цель организатора обучения	Средства	Развитие обучаемого
Помощь обучаемому	Помощь в обучении	Развитие
		Торможение развития при плохом обучении
		Развитие
	Создание конструктивных трудностей	Торможение развития при плохом обучении
Противодействие обучению	Прямое противодействие развитию (лобовое)	Торможение развития
		Развитие вопреки торможению обучения
	Троянское противодействие (под прикрытием помощи)	Торможение развития
		Развитие вопреки торможению обучения

Первый тип отношения реализуется посредством изобретения учебных и развивающих задач, решение которых должно пойти на пользу решающему, способствовать его развитию и повышению компетентности. Задачники именно такого типа высоко ценятся учащимися и преподавателями, а их авторы пользуются широкой известностью и уважением – за соответствующие способности, талант и компетентность.

Отношение к другому человеку как к сопернику требует разработки и изобретения таких проблем и трудностей, преодолевая которые он остановится в своем продвижении, будет отброшен назад или даже «сломается».

Для того, кто создает трудности, их разработка нередко является сложной творческой задачей, поэтому имеет смысл говорить о созидательных способностях, об одаренности и о таланте в области изобретения проблем, задач, трудностей, предназначенных для других людей.

Группы стратегий противодействия чужому обучению и развитию:

а) предъявление больших объемов малосущественной («пустой») информации;

б) отбор информации, выглядящей трудно для понимания;

в) нарушение естественной логики перехода от подсказки к подсказке, «перескоки» в содержании;

г) обеспечение секретности истинных целей обучающего и сохранение доверия ученика.

Часто декларируемое при экономическом обучении метафорическое правило «давать удочку, а не рыбу» может пониматься и применяться различным образом – в зависимости от отношения одного субъекта к другому и конкуренции между ними. Даваемые «удочки» могут быть заведомо (для организатора обучения) невысокого качества, и это проблема моральной угрозы в экономическом обучении.

В то же время угроза может исходить не от учителя, а от обучаемых. Они могут использовать даваемые им орудия и средства вовсе не для тех целей, которые приемлемы для организатора обучения. Тогда учитель отказывается учить. Если есть подозрение, что некто собирается стать грабителем, его нельзя учить стрелять. (И это не только метафора: отказался учить бандитов снайперскому искусству реальный подполковник из группы «Альфа» В. Денисов.)

Если прямой отказ невозможен, учитель начинает учить не совсем тому или совсем не тому, чего от него хотят. Здесь может начать работать в полную силу понятие «формирование доктрины противника посредством его обучения».

Опрос, проведенный среди студентов и преподавательского состава СГСЭУ, показал довольно широкое распространение (более 60%) обучения со злым умыслом в реальной жизни, а также в школах и университетах (при анкетировании мы воспользовались анкетой, разработанной А.Н. Поддьяковым)[1]. Около 20% участников считают, что их учебе мешали из недружественных побуждений, а также пытались проводить по отношению к ним обучение со злым умыслом. Приблизительно 28% респондентов сами проводили такое обучение по отношению к кому-то. В таблице 9.2 содержатся общие результаты опроса.

И преподаватели, и студенты достаточно часто давали утвердительные ответы на те вопросы об их вовлеченности в обучение со злым умыслом (и в качестве жертвы, и в качестве «агрессора»), которые имели дополнение «в борьбе за …». Это выглядит парадоксально: на вопрос «Пытались ли по отношению к вам провести обучение со злым умыслом?» утвердительно ответило 60% преподавателей, а на тот же вопрос с дополнением «в борьбе за социальные оценки, статус, финансовое благополучие и другие результаты» – уже 10%. Данное противоречие в ответах, выглядящее логической ошибкой включения в класс (ошибкой соотнесения класса и подкласса), вероятнее всего свидетельствует о более высокой значимости данной темы для участников. Еще более парадоксальным выглядят ответы на данный вопрос в подгруппе студентов, которые на поставленные выше вопросы дали, соответственно, 90% и 20% утвердительных ответов.

[1] *Поддьяков А.Н.* Педагогика сотрудничества и педагогика противодействия // Психологическая наука и образование. 1998. №3–4. С. 5–12. URL: http://psyedu.ru/view.php?id=229.

Таблица 9.2

Ответы респондентов о помехах в обучении и об обучении «со злым умыслом»

Вопросы	Процент участников, давших утвердительные ответы	
	студенты	преподаватели
1. Вы помогали другому человеку научиться чему-то?	100	100
2. Вы помогали другому человеку научиться чему-то и потом жалели об этом?	71	60
3. Если жалели, то почему: а – этот человек не научился; б – нанес непредумышленный ущерб; в – преднамеренно нанес ущерб; г – другие причины	 10 19 11 60	 50 50
4. В реальной жизни бывают случаи «обучения со злым умыслом»?	90	60
5. … в школьной или студенческой жизни?	66	60
6. Пытался ли кто-то из недружественных побуждений вмешаться в вашу учебу?	19	10
7. Пытались ли по отношению к вам провести «обучение со злым умыслом»?	28	0
8. Проводили ли вы сами «обучение со злым умыслом»?	9	10
9. Пытались ли по отношению к вам провести «обучение со злым умыслом» в борьбе за ... ?	20	10
10. Проводили ли вы сами «обучение со злым умыслом» в борьбе за ... ?	10	0
11. Напряженность отношений между людьми при обучении: а – отсутствует или слабая; б – умеренная; в – сильная	 29 52 19	 10 90

Другое возможное объяснение, не исключающее, впрочем, первого, состоит в следующем. Опрашиваемые, оценивая частоту встречаемости ситуаций обучения «со злым умыслом» в борьбе за те или иные блага, сопоставляют их не с логическим классом «ситуации обучения “со злым умыслом”» (включающим в себя тро-

янское обучение не только ради благ, но и, например, шутки ради, из мести и т.д.), а с другим, пересекающимся классом – «ситуации борьбы за блага». Подобную психологическую установку можно примерно выразить словами: «Вообще-то, я со злым умыслом никого не учу, но в борьбе за финансовое благополучие приходится».

Для нас важно то, что у преподавателей эффекты несоответствия оценок распространенности обучения «со злым умыслом» оказались значительно более выраженными, чем у других опрошенных (хотя и у последних такие случаи время от времени наблюдались).

В целом полученные результаты позволяют достоверно утверждать, что наряду с помощью и кооперацией в практике обучения относительно широкое распространение имеют и нечестная конкуренция, и помехи чужому обучению, и использование ситуаций обучения для нанесения ущерба.

Представления о противодействии обучению и троянском обучении могут быть частью имплицитных теорий обучения участников образовательного процесса (как «агрессоров», так и жертв).

Наличие такого явления, как троянское обучение, в профессиональной педагогической сфере ставит под сомнение морально-этические аспекты деятельности педагогов и преподавателей и является недопустимым. Доверие и лояльность потребителей, с которыми они обращаются за образовательными услугами, определяют необходимость создания защитного механизма от негативных последствий умышленного или неумышленного троянского обучения. Не вызывают сомнения актуальность и своевременность обсуждения данной проблемы в широких профессиональных и общественных кругах.

Понятие моральной угрозы в рамках данного исследования может рассматриваться двояко: как категория институциональной экономики, воплощенная в оппортунизме по отношению к отдельным обучающимся (студентам, слушателям программ повышения квалификации, участникам корпоративных тренингов по стратегическому консультированию); как моральная угроза для общества в целом.

Моральная угроза, реализующаяся в виде противодействия обучению, может быть квалифицирована как оппортунизм преподавателей – достижение своих целей с помощью коварства (например, когда частный преподаватель искусственно тормозит процесс обучения, чтобы получить больше денег за большее число занятий)[1].

Понятие моральной угрозы при стратегическом консультировании и обучении резонирует с понятием «формирование доктрины противника посредством его обучения» В.А. Лефевра[2]. Чтобы победить соперника, часто достаточно (и даже

[1] *Булгакова Н.* Деформации и реформы // Поиск. 2004. №15 (777). 16 апреля. С. 5.

[2] *Лефевр В.А.* Конфликтующие структуры. М.: Ин-т психологии РАН, 2000. URL: http://www.procept.ru/biblio/lefevr_conflict_structure.htm.

предпочтительнее) сформировать у него определенный образ ситуации или мира в целом, побуждающий его к обусловленному поведению. Это актуально не только для вооруженных конфликтов, но и для конкуренции в спорте, бизнесе, высоких технологиях и т.д. Подобный подход к ведению конкурентной борьбы сложно назвать цивилизованным, ведь подрыв положения конкурентов на основе подобной недобросовестной стратегии ослабляет не только конкурентов, но и экономику страны в целом, а это уже более масштабная угроза.

В последние годы на рынке образования наблюдается взрыв спроса на программы, дающие профессиональную переподготовку и дополнительное образование в сфере бизнеса. Как отметил Л.И. Евенко, президент Российской ассоциации бизнес-образования, на конференции в Челябинске, на которой обсуждались вопросы сотрудничества бизнеса и образовательных учреждений, «...платежеспособный спрос на такое образование в России есть»[1]. Почти все университеты и многочисленные бизнес-школы вовлечены в этот процесс, предлагая в той или иной форме программы повышения квалификации руководителей.

Несмотря на такую, казалось бы, благоприятную ситуацию (есть спрос и предложение), существует целый ряд проблем, связанных с этой сферой. В первую очередь предпринимателей, вкладывающих деньги в обучение и развитие, беспокоят риски, которые выражаются в том, что вложения, связанные с обучением, не приносят ожидаемой отдачи. К рискам, снижающим предполагаемый эффект обучения, руководители в первую очередь относят:

- увольнение сотрудника после прохождения программы обучения;
- несоответствие целей обучения потребностям организации;
- плохое качество обучения (низкую квалификацию преподавателей, низкое качество учебных программ).

Специалисты в области корпоративного консультирования разрабатывают механизмы снижения рисков. Например, снижение рисков, вызванных несоответствием целей обучения и потребностей компании, можно обеспечить путем согласования их с целями компании и перспективами ее развития, характеристиками окружающей деловой среды, диагностики состояния трудовых ресурсов и адекватного определения потребностей в обучении, составления долгосрочных планов обучения и развития. Создание системы оценки влияния проводимого обучения на деятельность компании позволит не только оценить его эффективность, но и вносить необходимые корректировки. Риски, связанные с низким качеством обучения, можно снизить (или исключить) путем соблюдения принципов обучения взрослых людей, выбора подходящих форм обучения, разработки учебных модулей и соблюдения их последовательности, современных стандартов обучения, а также соответствующей системы мониторинга и контроля.

[1] *Аксенова О.А.* Проблемы и приоритетные направления при создании корпоративной системы обучения персонала организации. СПб.: Политехнический государственный университет, факультет управления и информационных технологий. URL: http://msk.treko.ru/show_article_1009.

Анализируя риски, снижающие эффект обучения, несложно прийти к выводу о том, что основная причина появления этих рисков кроется в применении технологии троянского обучения. Эффективное троянское обучение усложняет достижение необходимого уровня компетентности, порождает необходимость переучивания, делает программу обучения более затратной в отношении материальных, финансовых, временных, психологических ресурсов, тем самым можно утверждать, что троянское обучение уменьшает человеческий капитал не только обучаемого, но и человеческий капитал экономики страны в целом.

В рамках теории человеческого капитала человеческие ресурсы организации – это совокупные способности, знания, умения людей, работающих в организации, значение которых как ресурса заключается в активной роли, способной приводить в действие все другие виды ресурсов, влиять на процесс их функционирования. В концепции управления человеческими ресурсами при построении системы обучения необходимо уделять повышенное внимание увязке обучения и развития этих ресурсов с долговременной стратегией компании, необходимости быстрой адаптации к новым условиям, преодолению кризисных ситуаций, созданию мотивационных установок и пр[1]. Возникает вопрос: если знания и умения являются фундаментом развития человеческого капитала, этично ли со стороны субъекта обучения использовать технологии троянского обучения?

Представляется, что разработка и применение различных механизмов снижения рисков при обучении могут дать положительный эффект, но, на наш взгляд, снижение моральной угрозы обществу может быть достигнуто только на основе повышения преподавательской этики и этики ведения бизнеса.

Несомненно, троянское обучение – явление не вполне этичное с точки зрения гуманизма и морали, носящее негативный оттенок, но, если говорить о его распространении и развитии в будущем, думаем, оно будет иметь место.

Второй значимой причиной того, что троянское обучение будет распространено в будущем, на наш взгляд, является усиление самой конкуренции между производителями в условиях рынка, что связано с постоянным движением вперед науки и техники, появлением новых технологий, разработкой качественно новых продуктов и идей. Жизнь настолько динамична, что человек просто не в силах освоить даже половины всех знаний, поэтому вынужден идти на хитрости и уловки, руководствуясь инстинктом самосохранения в непостоянной и жесткой конкурентной среде.

Для обучающегося важно уметь распознавать черты троянского обучения и развивать в себе способность противостоять ему. Это поможет обучающемуся сохранить свою конкурентоспособность и сэкономить ресурсы на переучивание. Иными словами, в условиях огромного разнообразия учебных программ важно уметь выбрать не только то, что нужно и интересно, но и то, что не обернется в определенной ситуации против вас самих. Недопустимо слепо усваивать информацию, нужную в рамках определенной учебной программы, – ее необходимо осмысливать.

[1] *Голубева П.О.* Управление человеческим капиталом предприятия как важный источник его развития. URL: www.vkontakte.ru/nbene.

Глава 10

ПОВЕДЕНЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ ФИНАНСОВ И ТЕОРИЯ АУКЦИОНОВ

Рациональное и нерациональное поведение участников финансовых отношений

Специалисты в области финансового менеджмента очень часто сталкиваются в своей практике с явлениями, которые невозможно объяснить с помощью классических финансово-экономических теорий. Классические теории основываются на предпосылке, что все участники финансовых отношений (индивиды) полностью рациональны, т.е. соответствуют следующим критериям. Во-первых, получая новую информацию, индивиды «правильно» инкорпорируют ее в свои представления. Во-вторых, на основе сложившихся представлений они принимают правильные решения, соответствующие теории ожидаемой полезности. Поведенческий подход в области финансов основан на предположении, что далеко не все участники финансовых отношений являются полностью рациональными.

Существует ряд поведенческих теорий, объясняющих нерациональное поведение участников финансовых отношений. В числе таких теорий – «теория игрока», или «закон малых чисел».

Рассмотрим сущность данной теории на следующем примере. При подбрасывании монеты пять раз выпадала решка. Какова вероятность того, что шестой раз выпадет орел? Правильный ответ – 0,5. Большинство же людей ответит – очень большая вероятность, так как решка и орел должны выпадать примерно одинаково, на шестой раз скорее всего выпадет орел. Это и есть «ошибка игрока», которая возникает при применении закона больших чисел в малой выборке. Данное явление получило название закона малых чисел.

Теория перспектив утверждает, что участники финансовых отношений гораздо сильнее переживают от потерь, чем получают удовлетворение от такого же по размеру выигрыша. Этим объясняется их выбор в условиях неопределенности варианта с наименьшей вероятностью убытков.

Теория «якоря» состоит в следующем: формирование каких-то оценок начинается с первоначальной, порой случайной оценки, так называемого якоря, к которой привязывается окончательный результат. Неслучайно продавцы, например, недвижимости завышают начальную цену. Это позволяет им продать объект по завышенной цене.

Главной целью управления корпоративными финансами является максимизация акционерной стоимости фирмы. В соответствии с теорией поведенческих финансов этому препятствуют внутренние и внешние факторы.

В качестве внутренних факторов называют агентские издержки, возникающие в результате расхождения интересов менеджеров и собственников фирмы.

Сторонники управления, ориентированного на повышение стоимости фирмы, считают, что правильно разработанная система контрактов и оплаты труда может решить проблему агентских издержек и заставить менеджеров повышать акционерную стоимость фирмы. Они предлагают использовать систему наградных опционов на право покупки акций фирмы, что автоматически должно заинтересовать менеджеров в мероприятиях по повышению курсовой стоимости акций фирмы.

Однако в последнее время курсовая стоимость акций не всегда определяется эффективностью деятельности менеджеров. В связи с этим систему наградных опционов все чаще заменяют специальные премиальные системы.

В качестве внешних факторов, препятствующих максимизации стоимости фирмы, специалисты называют отклонение фактической рыночной стоимости от теоретической, рассчитанной на основе фундаментального подхода.

Наибольшее применение принципы поведенческого подхода нашли в следующих областях корпоративных финансов.

1. *Формирование дивидендной политики предприятия.* Мировая практика свидетельствует о том, что любые серьезные изменения в области дивидендной политики немедленно отражаются на цене акций данной компании. Увеличение дивидендов является хорошим сигналом для инвесторов и сопровождается ростом рыночной цены акций, а сообщение о сокращении дивидендов ведет, как правило, к снижению цены, поэтому корпорации неохотно урезают дивиденды, а, следовательно, и не увеличивают их, если не предполагается стабильная или более высокая прибыль в будущем. Таким образом, по их мнению, увеличение дивидендов сверх обычного уровня – это «сигнал» инвесторам о том, что руководство прогнозирует хорошую прибыль в будущем, и наоборот. Дивиденды являются одним из критериев, по которым инвесторы могут определять хорошо развивающиеся прибыльные фирмы. Инвесторы больше доверяют фирмам, показывающим высокие прибыли в своей отчетности, если эта информация подтверждается соответствующей политикой в области дивидендов. Бихевиористская теория рыночного ценообразования утверждает, что плохие новости снижают цену акций сильнее, чем хорошие повышают. В качестве примера можно привести влияние на курсовую стоимость акций информации о повышении и понижении дивидендов. Их рост может лишь незначительно повысить их курсовую стоимость. Но даже небольшое снижение дивидендов может привести к обвалу стоимости акций. Поэтому финансовым менеджерам не следует повышать дивидендные выплаты, если они не уверены, что смогут в дальнейшем сохранить их уровень.

В последнее время сторонники поведенческого подхода утверждают, что существуют отдельные периоды времени, когда среди инвесторов повышается спрос

на акции, по которым выплачиваются дивиденды, и они готовы переплачивать за них. В результате появляется так называемая дивидендная премия, т.е. превышение цены акций над их фундаментальной стоимостью из-за повышенного спроса на акции компании. В другие периоды настроения инвесторов меняются, спрос на такие акции падает. Акциям с дивидендами инвесторы предпочитают акции компаний, у которых имеется потенциал роста. В результате дивидендная премия падает, даже появляется дивидендный дисконт. Сторонники поведенческого подхода считают необходимым прогнозировать настроения инвесторов, чтобы учесть их при формировании дивидендной политики. В те периоды, когда возможен рост спроса на акции с дивидендами, менеджеры должны принимать решение об их выплате, а в период падения спроса на акции с дивидендами прекращать их выплату.

2. *Управление агентскими отношениями с целью снижения риска агентского конфликта.* Современное предприятие представляет собой команду специалистов, в которую входят управляющие, служащие и работники, акционеры и держатели облигаций. Члены этой корпоративной команды связаны друг с другом формальными и неформальными отношениями. Целью финансового менеджмента является максимизация стоимости предприятия. Однако менеджеры фирм могут иметь и другие цели, конкурирующие с максимизацией богатства собственников. Тот факт, что собственники предоставляют менеджерам право принятия решений, создает потенциальный агентский конфликт интересов.

Потенциальные агентские конфликты имеют большое значение для большинства крупных корпораций, поскольку менеджеры крупных фирм владеют лишь небольшим процентом их акций. В такой ситуации максимизация богатства акционеров может не быть их главной целью. По мнению специалистов, главной целью менеджеров-агентов является увеличение размеров фирмы. Создавая крупную, стремительно растущую фирму, менеджеры:

– закрепляют за собой свои места, так как скупка контрольного пакета акций другими фирмами становится менее вероятной;

– увеличивают собственную власть, статус и оклады;

– создают дополнительные возможности для своих подчиненных – менеджеров низшего и среднего звеньев.

У менеджеров разыгрывается аппетит к привилегиям, они жертвуют средства корпорации организациям, которым покровительствуют, поскольку большая часть этих расходов ложится на прочих акционеров.

Менеджеров можно побудить действовать на благо акционеров с помощью стимулов, ограничений и наказаний. Но эти средства эффективны лишь в тех случаях, когда акционеры могут проследить за всеми действиями менеджеров. При этом возникает проблема морального риска, под которым понимается возможность незамеченных действий менеджеров в их интересах.

Для снижения возможности возникновения агентских конфликтов собственники вынуждены нести агентские затраты, которые можно разделить на три категории:

– затраты на осуществление контроля над деятельностью менеджеров (например, затраты на проведение аудиторских проверок);

– расходы на создание организационной структуры, ограничивающей возможность нежелательного поведения менеджеров (например, введение в состав правления внешних инвесторов);

– затраты, связанные с созданием специальных условий, ограничивающих действия менеджеров, не соответствующие интересам акционеров, например введение обязательного голосования всех акционеров или их большинства по определенным вопросам (например, слияния, поглощения и т.д.).

Если собственники не осуществляют никаких усилий, чтобы повлиять на деятельность менеджеров, неизбежна потеря эффективности фирмы. Слишком высокие агентские затраты приведут к тому же результату. Собственникам необходимо найти оптимальное соотношение между уровнем агентских затрат и возможными потерями от возникновения агентских конфликтов.

3. *Формирование политики корпоративного контроля.* Процесс принятия решения менеджментом о слиянии с какой-то компанией или ее поглощении в значительной степени соответствует поведенческому подходу. Теория «гордыни» утверждает, что многие решения о слиянии и поглощении являются результатом субъективной уверенности менеджера о недооцененности рынком поглощаемой компании.

Процесс слияния включает в себя следующие этапы:

– корпорация-покупатель определяет потенциальную корпорацию-цель;

– покупатель оценивает акции цели (с точки зрения их недооцененности);

– полученная (теоретическая стоимость) цели сравнивается с ее рыночной стоимостью.

Если полученная оценка ниже рыночной, слияния не происходит, если выше, делается тендерное предложение (предложение купить контрольный пакет акций – тендер).

Почему же теория носит название гордыни? Слияние – это результат индивидуального решения менеджмента корпорации-покупателя. Он считает свою оценку корпорации-цели более верной, чем ее рыночная оценка, и принимает решение о слиянии. Слишком самоуверенные инвесторы могут принести вред своей компании. Надеясь извлечь прибыль из прогнозируемой ими оценки предприятия-цели, они принимают лихорадочное решение о скупке акций данной компании, что в итоге может привести к значительным потерям.

4. *Формирование финансово-инвестиционной политики предприятия.* В основе большинства классических финансовых теорий и моделей лежит предположение о рациональном поведении инвестора на рынке. Как было отмечено выше, оно не всегда является рациональным в действительности. Действуя в условиях неопределенности, инвесторы находятся под влиянием сильных эмоций, иллюзий и других «иррациональных» факторов. Именно выявление данных факторов и изучение их воздействия на процесс принятия инвестиционно-финансовых решений

являются основой поведенческих финансов. Поведенческие финансы − направление финансового менеджмента, учитывающее иррациональную природу поведения инвесторов и финансистов на рынке в условиях неопределенности и риска при принятии решений финансово-инвестиционного характера. Данная наука предлагает иной взгляд на ряд проблем фондового рынка, рассмотренных в классических теориях традиционных финансов. В их числе – портфельная теория Г. Марковица и модель оценки доходности финансовых активов У. Шарпа, теория ценообразования опционов Ф. Блэка, гипотеза эффективных рынков Ю. Фамы. Все перечисленные теории, как и подавляющее большинство классических финансовых теорий, опираются на предположение о рациональном поведении инвестора на рынке, что подразумевает под собой:

– использование всеми участниками рынка одинаковой и равнодоступной информации;

– одинаковые ожидания у всех участников рынка капитала относительно доходности и рискованности финансовых активов;

– соответствие действий инвесторов принципу максимизации ожидаемой полезности в условиях неопределенности.

В то же время многочисленные исследования, проводившиеся в последние десятилетия, дают основания полагать, что движение рыночных цен и поведение рынка в целом не могут быть описаны классическими финансовыми теориями и моделями с достаточной степенью достоверности. Причина этого заключается в том, что поведение инвесторов на рынке не является рациональным, т.е. не соответствует предположениям, лежащим в основе данных теорий и признанным существенными для возможности их эффективного использования.

В качестве примера нерационального поведения учеными был исследован так называемый эффект толпы. Специфическое воздействие, которое оказывает толпа на составляющих ее людей, было описано французским социологом Г. Лебоном в изданной в 1895 г. книге «Психология толпы». Лебон заметил, что, действуя в группе, люди превращаются в единое целое, обладающее коллективным сознанием, это сознание заставляет членов группы вести себя совсем не так, как они вели бы себя, действуя в одиночку. Чувство толпы и ее действия крайне заразительны, отмечает Лебон, и часто заставляют людей приносить личные интересы в жертву коллективному интересу

В том, что эффект толпы работает на рынках, не может быть сомнений. Еще в 1841 г. Ч. Маккей в книге «Воспоминания о чрезвычайных массовых заблуждениях и безумии толп» объяснил образование спекулятивных пузырей на рынке эпизодическими вспышками массовой истерии. Наиболее известными примерами такой истерии были «тюльпаномания» 1636 г. и калифорнийская «золотая лихорадка» 1840 г.

Сегодня многие наблюдатели полагают, что все крайние, резкие изменения цен, которые происходят в моменты, когда рынок достигает максимальных и минимальных значений, связаны именно с поведением толпы. В применении к финансовым

рынкам данный эффект получил название информационного каскада. Инвестор принимает решение, наблюдая за действием большого количества других участников рынка и имитируя их. В условиях ограниченных возможностей своевременного получения и обработки огромного количества информации следование поведению толпы иногда может оказаться единственным способом решения проблемы выбора в ситуации неопределенности. Но и без воздействия «коллективного сознания» люди часто принимают абсолютно нерациональные решения, например, в ситуации, когда кажется, что есть возможность каким-то образом воздействовать на результат совершаемой операции. Чаще всего это вызвано необходимостью выполнять определенные действия, формирующие «иллюзию контроля» над развитием событий. Данное явление впервые было наиболее полно описано и подтверждено результатами проведенных исследований в работе Э. Лангер «Иллюзия контроля», опубликованной в 1975 г. Автор работы убедительно доказала, что человек склонен принимать на себя гораздо больший риск, если он участвует в игре, условия которой сформулированы так, что необходимость совершения определенных действий вызывает у играющего «иллюзию контроля», т.е. уверенность в том, что конечный результат зависит от его способностей. При этом совершенно одинаковые по сути, но по-разному сформулированные игры («иллюзия контроля» может возникнуть при иной формулировке условий) могут изменить у играющего как решение принимать или не принимать в них участие, так и величину денежной суммы, которой он готов рискнуть в этой игре.

Почему же люди действуют нерационально? Если выявить основные причины, можно предвидеть и контролировать подобные ситуации, в результате избегая негативных последствий «неправильного поведения». Полезно научиться понимать и предсказывать действия других участников рынка (как партнеров, так и конкурентов), обращая себе на пользу любые отклонения от «правильной» или «рациональной» линии поведения. Обобщая результаты работ различных исследователей, полученные за многие годы изучения данной проблемы, разделим все субъективные факторы, определяющие поведение инвесторов на рынке, на две категории.

К первой необходимо отнести ошибочное восприятие действительности или неверную оценку реальной ситуации, как следствие – неправильные решения, вызванные сложившимися стереотипами мышления, свойственными практически всем людям в любой сфере деятельности, в том числе финансовой.

Ко второй относятся эмоциональные факторы, определяющие поведение людей в обусловленных обстоятельствах, заложенные в природе человека и присущие подавляющему большинству индивидуумов.

В противоположность признакам рационального поведения, на которых основываются классические финансовые теории, поведенческие финансы представляют следующие характеристики нерационального поведения, присущие современным участникам фондового рынка: инвесторы не придерживаются пассивных стратегий, подразумеваемых теорией эффективных рынков, активно продают и покупают ценные бумаги.

Учет выявленных факторов поведенческих финансов позволяет существенно повысить эффективность финансовой стратегии и тактики участников фондового рынка.

Аукционы и аукционные механизмы

Этимология слова «аукцион» восходит к латинскому augere, что означает «увеличение, увеличить». В качестве отступления отметим, что аукционы имеют давнюю историю, первые их описания восходят к 500 г. до н.э. Согласно Геродоту, в Вавилоне проводились ежегодные аукционы по продаже женщин для вступления в брак. Брак считался незаконным, если дочь была продана каким-либо другим способом. Римляне также использовали аукционы для ликвидации активов должника, чье имущество было конфисковано.

С конца Римской империи до VIII в. аукционы утратили популярность в Европе, а в Азии они никогда не были широко распространены.

В VIII в. в некоторых частях Англии стали проводиться «свечные» аукционы по продаже и аренде товаров. Название свечных они получили в силу того, что аукцион начинался с момента возгорания свечи, после чего ставки предлагались в порядке возрастания. Выигрывал тот, кто предлагал высокую ставку на момент затухания свечи.

После Французской революции аукционы стали проводиться в тавернах. Лотами на данных торгах являлись исключительно произведения искусства.

В настоящее время использование аукционов имеет широкое распространение. Существуют аукционы цветов, произведений искусства, рыбы, вина, а также более абстрактных объектов, таких как использование радиочастотного спектра, распределение электроэнергетических контрактов и т.д. По итогам некоторых из этих аукционов суммы поднимались почти за грань воображения. Например, в 1990-х гг. правительство США собрало десятки миллиардов долларов в аукционах на приобретение лицензий на второе поколение мобильных телекоммуникаций, а в 2000 г. британцы и немцы получили десятки миллиардов евро в аукционах по лицензии для третьего поколения мобильной связи. Специалисты по теории аукционов принимали активное участие в некоторых из них – консультировали как правительства по их конструированию, так и участников по их стратегическому поведению. Данные торги инициировали повышенный интерес к теории аукционов.

Рассматривая теорию аукционов, отметим, что существует два критерия, по которым можно оценивать, насколько хорошо работает каждый, отдельно взятый механизм: ожидаемый доход продавца и эффективность. Первый критерий преобладает при устройстве аукционов, на которых ведется продажа товаров частных продавцов (к примеру, предметов искусства) и на закупочных аукционах. Преобладание второго критерия происходит при продаже государством лицензий: для экономики страны в целом будет выгодно, если, к примеру, право на разработку нефтяного месторождения достанется фирме с наименьшими издержками.

Таким образом, с решениями этих и похожих задач связана теория аукционов – важная и бурно развивающаяся область экономической науки, успевшая дать миру нескольких нобелевских лауреатов.

Аукционный механизм представляет собой набор параметров, определяющих свойства аукциона и его исход. К параметрам относят оценки, тип взаимодействия, направление движения цены, метод определения цены закрытия, способ оглашения цены, число объектов. Используя параметры в качестве классификационного критерия, графически распишем классы аукционов (рис. 10.1).

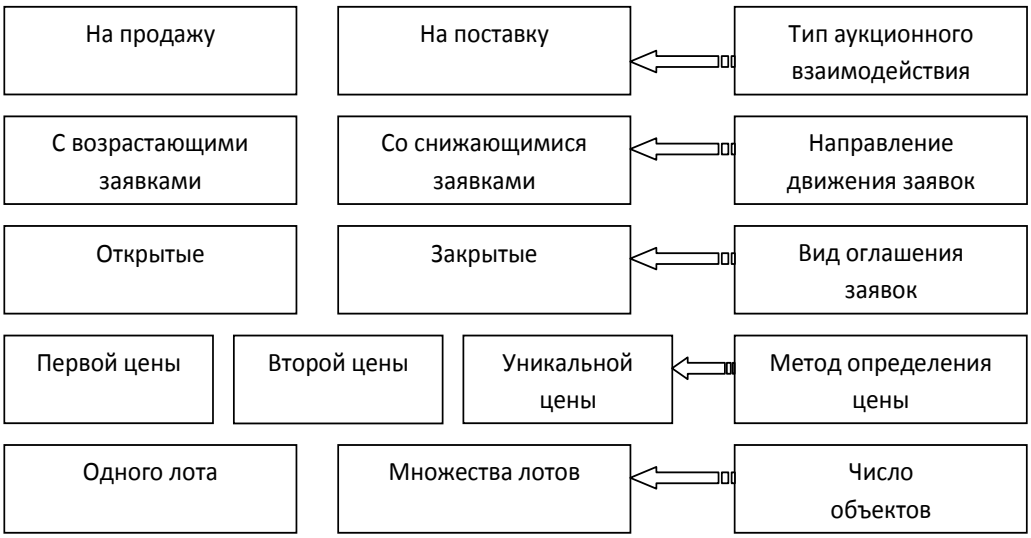


Рис. 10.1. Классификация аукционов по параметрам

Выделим основные виды аукционных механизмов:

▪ *английский аукцион* (с повышением цены). Продавец объявляет стартовую цену (т.е. ниже этой цены продать товар нельзя). Каждый покупатель вправе объявлять более высокую цену, чем текущая. Продажа товара осуществляется после того, как желающих поднимать цену больше не осталось. Покупателем является тот, кто назвал самую высокую цену, которую он в итоге и заплатит. В случае же с продажей не предмета, которым можно пользоваться, а с обязательством по выполнению какой-либо работы (к примеру, со строительными контрактами) в ходе торговли цена снижается, пока не останется один генеральный подрядчик, готовый выполнить работу за наименьшую названную цену;

▪ *голландский аукцион* (с понижением цены). Продавец объявляет очень высокую стартовую цену за продаваемый товар, а потом постепенно снижает ее до тех пор, пока не найдется покупатель, готовый купить товар по названной цене. Данный вид аукциона использовался в Голландии при покупке луковиц тюльпана во

время знаменитой «тюльпаномании» – «пузыря» на рынке данных цветов в первой половине XVII в.[1];

▪ *аукцион первой цены*. Каждый покупатель, который участвует в аукционе, делает одну заявку, причем втайне от остальных покупателей. Объявляется победителем тот, чья заявка была выше, при этом уплачивается цена, указанная в заявке;

▪ *аукцион второй цены* (Викри). Назван в честь нобелевского лауреата У. Викри, предложившего данную схему. Суть сводится к тому, что, как и при аукционе первой цены, каждый покупатель делает тайную заявку. Чья заявка оказалась наивысшей, тот объявляется победителем, но при этом уплачивается цена, которая указывается в следующей заявке. Определенно, что в таком аукционе каждый участник имеет доминирующую стратегию, т.е. заявляет свою истинную оценку продаваемого товара. Данный аукционный механизм крайне важен для теории, хотя на практике используется редко.

Итак, большинство аукционов основано на этих стандартных четырех механизмах, поэтому последующее изложение материала посвящено именно этим четырем стандартным механизмам. (Однако другие типы аукционов также получили некоторые академические исследования, например, амстердамский, обобщенный второй, спектр, ставка-аукцион и.т.д.) Они подводят нас к вопросу об отличиях результатов данных аукционов. Достаточно легко можно убедиться в том, что голландский аукцион и аукцион первой цены приведут к одному и тому же результату. В качестве примера можно привести следующую ситуацию. Покупатель запланировал приобрести некие предметы искусства, которые выступают лотом на голландском аукционе, при этом, как правило, он желает оставаться неизвестным, его интересы на аукционе представляет доверенное лицо. В качестве инструкции он получает лишь сообщение цены, при которой следует остановить торговлю. Для участия в аукционе первой цены инструкции будут аналогичными – указывается цена в заявке. Одинаковые инструкции приведут к равным результатам на данных аукционах. Если при голландском аукционе покупатель решил остановить торговлю на 2000 долл., 1500 долл. и 1000 долл., товар будет продан за 2000 долл. покупателю, сделавшему такую заявку. В случае сделанной заявки на 2000 долл., 1500 долл. и 1000 долл. в аукционе первой цены товар также будет продан покупателю, указавшему в заявке 2000 долл., т.е. по той же цене. Поэтому голландский аукцион стратегически эквивалентен аукциону первой цены.

Проводя аналогичную параллель между английским аукционом и аукционом Викри, мы не придем к однозначному выводу в силу того, что стратегию торговли

[1] *Ващенко Т.В., Лисицына Е.В.* Поведенческие финансы – новое направление финансового менеджмента. История возникновения и развития // Финансовый менеджмент. 2006. № 1; *Лукашов А.В.* Поведенческие корпоративные финансы и дивидендная политика фирмы // Управление корпоративными финансами. 2004. №3; *Брейли Р., Майерс С.* Принципы корпоративных финансов. М.: Олимп-Бизнес, 2005; *Бригхем Ю., Гапенски Л.* Финансовый менеджмент: полный курс. Т. 1 / пер. с англ. и под ред. В.В. Ковалева. СПб.: Экономическая школа, 2007.

на английском аукционе можно сформулировать по-разному. Однако при данных стратегиях каждому отдельно взятому покупателю будет выгодно поднять цену, если названная цена ниже его оценки и если последним цену поднимал другой покупатель. Таким образом, стратегия покупателя сводится к сумме, при которой необходимо прекратить торговлю. Если суммы, при которых покупатели прекращают торговлю в английском аукционе, равны заявкам, сделанным на аукционе Викри, результат английского аукциона эквивалентен результату аукциона второй цены. Однако данное утверждение будет верно только в том случае, если каждому покупателю известна ценность продаваемого лота. В действительности это не всегда так. Если каждому покупателю неизвестна ценность выставленного лота, а перед началом аукциона он получает некоторый сигнал относительно данной величины, в таком случае можно говорить о более сложной оптимальной стратегии покупателя, чем «просто торговаться, пока цена не достигнет величины X», так как, наблюдая заявки других оппонентов, он может получить дополнительную информацию о ценности выставленного лота. Наиболее ярким примером можно считать продажу прав на разработку месторождения полезных ископаемых. Каждая компания, участвующая в данном тендере, проведет геологоразведку и, как следствие, получит сигнал относительно доходности данного месторождения. Очевидно, что данные сигналы будут коррелированны.

Проводя научные исследования, У. Викри выявил совпадение ожидаемых доходов в аукционах первой и второй цены[1]. Однако последующие исследования показали, что совпадение ожидаемых доходов в аукционах первой и второй цены является частным случаем более широкой закономерности. На самом деле выигрыши покупателей совпадают для многих аукционов. Данный результат получил название теоремы об эквивалентности доходов, впервые сформулированной в работах Р. Майерсона[2], Дж. Райли и В. Самуэльсона[3]. Именно она является ключевой в теории аукционов.

Теорема сводится к следующему: в аукционе участвуют N покупателей, нейтральных к риску. Оценки покупателей v_i независимо и одинаково распределены на промежутке $[\underline{v}, v]$ с ненулевой плотностью f(v) и функцией распределения F(v). Пусть для каждого из двух прямых аукционных механизмов в равновесии верно следующее.

1. Если $v_i > \max_{j \neq j} v_j$, товар достается покупателю i.

2. Если $v_i = \underline{v}$, ожидаемый выигрыш покупателя i равен 0.

Тогда в этих двух аукционах ожидаемые выигрыши продавца и покупателя с данной оценкой v будут одинаковы.

---

[1] *Чиркова Е.В.* Анатомия финансового пузыря. М.: ООО «Кейс», 2010. С. 18–32.

[2] *Vickrey W.* Counter speculation, auctions and competitive sealed tenders // Journal of Finance. 1961. №16. P. 8–37.

[3] *Myerson R.* Optimal auction design // Mathematics of Operations Research. 1981. №6. P. 58–73.

В заключение приведем пример применения аукционов, в частности опыт продажи частот для связи 3G. Первые в Европе государственные аукционы по продаже частот на мобильную связь третьего поколения, как было уже отмечено, прошли в 2000–2001 гг. На данных аукционах продавцами выступали сами государства, а покупателями – операторы мобильной связи. По итогам аукционов можно заметить, насколько влиятельными могут быть их правила по отношению к итоговой цене, по которой продается товар, личности покупателя. Представим выручку от продаж в 3G-аукционах в виде табл. (табл. 10.1). Данные таблицы 10.1 показывают, какую сумму выручало правительство каждой представленной страны. Отметим, что подушевой доход в данных странах примерно одинаковый, а поступления в государственный бюджет разнились более чем в 10 раз. В Великобритании самая наибольшая выручка – в 650 евро на одного потенциального абонента. Это более чем в 30 раз превышало 20 евро за абонента, вырученные в Швейцарии. Данный разрыв достаточно большой даже с учетом того, что на момент проведения 3G-аукциона в Швейцарии цены на акции телекоммуникационных компаний сильно упали[1].

Таблица 10.1

Цена лицензии в расчете на одного потенциального абонента (POP) в 3G-аукционах в ЕС в 2000–2001 гг[2].

Страна	Цена, евро/человека
Великобритания	650
Германия	615
Италия	240
Нидерланды	170
Австралия	100
Дания	95
Бельгия	45
Греция	45
Швейцария	20

По мнению известного ученого и консультанта организаторов 3G-аукциона в Великобритании П. Клемперера, существует несколько важных моментов, которые непременно должны быть учтены при организации аукциона[3]:

[1] *Klemperer P.* How (Not) to Run Auctions: the European 3G Telecom Auctions. Oxford, 2001. P. 22.

[2] *Riley J., Samuelson W.* Optimal auctions // American Economic Review. 1981. №71. P. 381–392.

[3] Индекс, отражающий цены на эти акции, составлял 1200 на момент проведения аукциона в Великобритании и 700 на момент проведения аукциона в Швейцарии.

▪ покупатели должны быть привлечены в достаточном количестве. Аукционные правила не должны быть такими, чтобы слабый покупатель не имел шансов на победу, иначе такие покупатели, как небольшие компании или компании, для которых мобильная связь не является профильным бизнесом, вообще не будут принимать решение об участии в аукционе. Несомненно, за этим последует снижение конкуренции для сильных игроков, т.е. в конкретном случае – для крупных телекоммуникационных компаний, уже имеющих развитую инфраструктуру и несущих более низкие издержки при освоении лицензии;

▪ правила аукциона должны быть такими, чтобы возможность сговора между покупателями была минимальной. Аукцион не должен давать возможность покупателю подавать своими заявками сигналы другим покупателям. К примеру, при наличии возможности приобретения одного лота несколькими покупателями покупатель сразу может указать, за какой лот он готов торговаться, а за какой – нет. Таким образом, аукцион с повышением цены более уязвим, чем аукцион с закрытыми заявками.

Успех британского 3G-аукциона, по мнению П. Клемперера, заключался в наличии пяти неделимых лицензий и правила, согласно которому одна из лицензий обязательно должна отойти компании, не присутствовавшей ранее на рынке мобильной связи.

Очевидно, что успех аукциона в Великобритании заключался в том, что он был первым в своем роде. Телекоммуникационные компании (покупатели) учитывали ошибки своих предшественников на аукционах в других странах и изыскивали способы торговаться более консервативно, что инициировало снижение цен, по которым продавались лицензии. Кроме того, потенциальные покупатели стали более трезво оценивать свои шансы на победу, что привело к снижению числа участников в последующих аукционах.

Если рассматривать проводимый 3G-аукцион в Швейцарии, налицо грубейшая ошибка организаторов, разрешивших совместные заявки со стороны нескольких компаний. Так, совместные заявки привели к тому, что число претендентов сократилось с девяти до четырех при наличии четырех лицензий. Итог: все лоты разошлись по резервационной цене, которая была очень низкой.

РАЗДЕЛ III

ПРИКЛАДНЫЕ АСПЕКТЫ ПОВЕДЕНЧЕСКОЙ ЭКОНОМИКИ

Глава 11

ПОВЕДЕНЧЕСКИЙ КОНФЛИКТ КАК ФОРМА ПРОЯВЛЕНИЯ НАКОПЛЕННЫХ ПРОТИВОРЕЧИЙ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ИНТЕРЕСОВ В ОБЩЕСТВЕ

Наличие индивидуальной и общественной составляющих процесса оборота норм экономического поведения предполагает создание устойчивого механизма согласования экономических интересов человека, социальных групп и слоев общества, реализуемых в процессе общественного материального воспроизводства. Этот механизм общественной оценки и коррекции процесса индивидуального нормативного развития подразумевает под собой воспроизводство социального конфликта как целесообразной формы экономической деятельности человека, выражающейся в реорганизации его социальных отношений и развитии норм поведения.

Экономическая теория об экономических интересах и противоречиях в обществе

В любой экономической системе направления развития хозяйственной деятельности, мотивы поведения хозяйствующих субъектов определяют экономические интересы.

Экономический интерес – это форма проявления экономических потребностей.

Интересы выражают хозяйственную пользу, выгоду, реализуя которые, экономический субъект обеспечивает себе самостоятельность, саморазвитие.

Активная роль личности в экономической жизни во многом определяется мотивами его экономического поведения.

Мотив – это внутренний побудитель к деятельности, направленной на удовлетворение потребностей.

В структуру мотива поведения входят: потребность, которую хочет удовлетворить человек; благо, способное удовлетворить потребность; действие, необходимое для получения блага; издержки, связанные с получением блага.

Если мотив выступает как внутренний побудитель к деятельности, то стимул – это внешний побудитель.

Стимул – (от лат. «stimulus», что означает стрекало или палка, который погоняли животных) – это блага (предметы, ценности, вознаграждения), способные удовлетворять потребности, получаемые при осуществлении каких-либо действий. Стимулы побуждают человека к определенному поведению.

Стимулы можно разделить на экономические и неэкономические. К последним относят организационные, правовые, морально-психологические, социальные.

Ученые различных эпох уделяли большое внимание проблемам экономических интересов, рассматривая их с самых с самых разных сторон: что такое экономический интерес, какого его происхождение, каковы формы его проявления, какую роль он играет в развитии общества и т.д. И, разумеется, они обнаруживали различные взгляды и воззрения на эти проблемы.

До 50-х годов прошлого столетия проблемы экономических интересов в нашей стране разрабатывались преимущественно психологами. Понимание многими из них сущности, содержания и места экономических интересов раскрыл известный психолог Г.Т. Ковалевский. Он пишет: «Интерес – это состояние сознания», «направленность мыслей». «Все, что побуждает человека к деятельности, проходит через его голову, осознается им. У человека прежде, чем он начинает действовать, в его мозгу возникает интерес к той или иной деятельности, необходимой для удовлетворения его потребностей».

Взгляды экономистов можно сгруппировать по трем основным позициям:

1. Экономический интерес – субъективная категория, состояние сознания, направленность мыслей и внимание субъекта, обусловленные, в конечном счете, экономическими отношениями.

2. Экономический интерес – единство объективного и субъективного, или единство объективного содержания и субъективной формы.

3. Экономический интерес – объективная категория, выступающая непосредственно как проявление производственных отношений.

Это, конечно, очень общая классификация позиций различных авторов по вопросу об экономическом интересе.

Потребность и экономический интерес имеют много общего, иногда кажутся почти тождественными. Однако интерес нетождествен потребности. Потребности прежде всего являются его основой, выступают объектом отношений, выраженным экономическим интересом. Таким образом, экономический интерес как

категория экономической теории выражает отношения по поводу удовлетворения экономических потребностей их носителей, в результате чего они воспроизводятся как специфически определенные субъекты этих отношений. Специалистам хорошо известна крылатая фраза Ф. Энгельса о том, что «экономические отношения каждого данного общества проявляются, прежде всего, как интересы».

Различия между потребностью и интересом состоят, прежде всего, в характере связи между обществом и условиями его материальной жизни. Потребность выражает эту связь двусторонне: она есть продукт производства и одновременно его стимул, двигатель развития производства. Интерес же выражает эту связь между обществом и условиями его существования лишь односторонне. Он является движущим мотивом развития. Что же касается происхождения этого движения, его цели, то их не найти на поверхности явления, они скрыты и содержатся в потребности.

Своеобразным связующим звеном между потребностью и интересом является социальная необходимость. Интерес и потребность могут принимать общественный социальный характер. Это одна из форм их проявления. Однако в своем взаимодействии друг с другом они нуждаются в социальной необходимости. В любом современном обществе, будь то рыночная экономика или командная, необходимы армия, полиция, чиновники. Эта необходимость навязывается как бы извне, она есть социальная необходимость. Каждый хозяйствующий субъект, каждый гражданин общества нуждается в защите от воров, рэкетиров, заинтересован в хорошо отлаженной охранной службе. Это, можно сказать, его внутренняя потребность, необходимость, порождаемую самим фактом существования общества, общественным бытием.

Категория «социальная необходимость» в определенном смысле поднимает потребность и интерес до уровня всего общества. Между тем, потребность и интерес всегда конкретны, они присущи определенному субъекту: отдельному индивиду, группе лиц, классу, всему обществу. В результате и экономический интерес, и потребность имеют как бы три уровня: отдельного индивида, группы лиц или класса всего общества. Интересы на этих трех уровнях могут совпадать, а потребности могут быть одинаковыми. Однако чаще всего они не совпадают или совпадают не во всем, а потребности бывают неодинаковыми.

Многообразие субъектов хозяйствования порождает многообразие экономических интересов. Экономические интересы группируются по различным критериям. На основе выявления носителя интересов различают общественные, коллективные и личные интересы, национальные и интернациональные, региональные и ведомственные, групповые и семейные, классовые интересы различных социальных групп (работающих, неработающих, молодежи, пенсионеров и т.д.). Особые группы составляют интересы текущие и перспективные, рациональные и нерациональные, подлинные и ложно понятые, финансовые, трудовые. Морально-нравственные и т.д.

Все эти интересы существуют в единстве, но между ними есть и противоречия.

Так, личный интерес в получении наибольших благ может противостоять коллективным интересам.

Экономическая теория изучает не только объективные, но и субъективные формы проявления существующих объективных общественно-производственных связей, не только конкретные формы экономических интересов, но и их столкновение, отражающее внутренние противоречия и борьбу противоположностей, а также разрешения этих противоречий.

Общество и общественные группы нуждаются в обобщении идей в удовлетворении потребностей и в пользовании общечеловеческими ценностями, преодолевая обострения противоречий и необоснованных претензий. На их основе формируется комплекс мотивов и действий, поступков и отношений, которые можно обобщить понятием интересов как совокупности представлений и стремлений приобщиться к достижениям цивилизации (общечеловеческим ценностям материального и духовного характера) и обеспечению благополучия.

В числе интересов приоритеты обычно отдают свободе развития потребностей, акценты делают на правах (высказывать мнения, объединять единомышленников, развивать собственные взгляды, требовать ограничения иных влияний), в меньшей степени – на обязанностях (уважения к партнеру, согласованности действий, учета нужд и желаний противоположного направления). На отстаивании интересов концентрируются усилия разума и поступков, обосновываются перспективы социально-экономического благополучия, что особенно важно в новой экономике. Совокупность интересов можно определить, как круг жизненно важных обстоятельств на определенной территории для этнических и социальных групп, которые в цивилизованно-культурном смысле исторически самоопределяются в качестве единой нации, в политическом отношении – исторически самоорганизуются как государство.

Долгосрочные интересы России, как и любой страны, сводятся к трем содержательным целям: процветанию народа, защите и обустройству территории его жизнедеятельности, сохранению и развитию национальной культуры. По своему содержанию они являются интегрированным выражением жизненно важных интересов личности, общества и государства.

На современном этапе интересы личности состоят в реальном обеспечении конституционных прав и свобод, физической безопасности, повышении качества и уровня жизни, физического, духовного и интеллектуального развития. С этой точки зрения, чрезвычайно важной является трудовая деятельность как условие реализации людьми своих творческих возможностей, духовных запросов и материальных потребностей.

Интересы общества включают в себя упрочение демократии, достижение и поддержание общественного согласия, повышение созидательной активности населения и духовное развитие всех социальных и этнических групп.

Интересы государства состоят в защите конституционного строя, суверенитета и территориальной целостности, установлении политической, экономической и

социальной стабильности, безусловном исполнении законов, поддержании правопорядка и развитии международного сотрудничества на основе партнерства.

Реализация индивидуальных интересов способствует реализации общих лишь тогда, когда их носители объединяются воедино и ни один из них не может эффективно функционировать автономно. Эти интересы выражают обобщенные стремления всех членов данного общества – граждан государства – к обеспечению его независимости, благосостояния и высокого качества жизни народа, сохранения его культуры и духовных ценностей.

В пространственно-географическом плане с развитием международного общения интересы приобретают форму национально-государственных. Широко используется и ее синоним – термин «национальный интерес», который относится не к «нации-этносу», а к «нации-государству», т.е. всех лиц, народов, населения, живущих по законам данного государства и равных перед этими законами.

Национальные интересы диктуют приоритеты сотрудничества и использования собственного экономического потенциала, обусловленные суммой жизненных потребностей, к их числу относят: достойное место в мировом сообществе, здоровье и благополучие, территориальную целостность, поддержание традиций, материальных и духовных ценностей. Развивающиеся в различных регионах мира процессы самым непосредственным и существенным образом могут влиять на состояние и перспективы развития народов, подчас – на понимание и определенно национальных целей. Соответственно национально-государственные интересы выполняют функции активности воздействия на другие государства через силовые, экономические и психологические методы. При этом формируются интересы лидерства, сдерживания агрессии, надежности жизнедеятельности, духовно-культурной независимости и материального процветания.

На каждом этапе исторического развития национально-государственные интересы создают свои приоритеты в политической, экономической, военной и технологической сферах, но главными неизменно остаются национальные особенности: сохранение духовности, национального здоровья, достоинства и благополучия. Формирование национально-государственных интересов становится определяющим в системе базовых приоритетов развития экономики, социальных предпосылок и институциональных механизмов государственности. Для многих стран мира национально-государственные интересы выражаются конкретными формулировками – это устойчивость собственной экономики, принципы интеграционных союзов, корпоративные устремления транснациональных компаний или надежд на благотворительность и различные виды помощи. Для того чтобы умело и последовательно защищать национально- государственные, национальные интересы, их надо понимать. Лидеры государств, как правило, предельно рациональны и жестки в отстаивании своих национальных интересов в соответствии с тем, как они их понимают или как их воспринимает массовое сознание в государстве. Фраза о том, что у Британии нет постоянных друзей и вечных врагов, а постоянны лишь ее «интересы», характерна и верна сегодня, как почти полтораста лет назад.

Поведенческий конфликт

Проблема поведенческого конфликта как объекта исследования для экономической науки – относительно новое явление, хотя само это понятие использовалось неоднократно, но всегда только во взаимосвязи с экономическим противоречием как некоторый поведенческий аспект его выражения. Это особенно характерно для исторических школ политэкономии, детерминирующих общественное развитие социальными, экономическими, техногенными факторами.

Прежде всего это касается марксизма, составным элементом которого является учение об общественно-экономических формациях, в основе развития которых лежат объективные экономические противоречия, развивающиеся сообразно логике диалектического материализма. Прочие исторические школы социально-экономической мысли, также зародившиеся в Германии на базе критики гегелевской диалектики (Б. Гильдебранд, В. Зомбарт, К. Книс, Ф. Лист, А. Мюллер, В. Роштер, Г. фон Шмоллер) и развивающиеся сейчас в рамках институционализма во многих странах мира (Р. Арон, Д. Белл, Дж. Гелбрейт, В. Ойкен, Ф. Перу, У. Ростоу, О. Тоффлер, Ж. Эллюль, Л. Эрхард и др.), рассматривают конфликт как форму проявления накопленных противоречий, подхлестывающую институциональные изменения и ведущую капиталистическое общество к индустриальной, постиндустриальной, информационной стадиям развития. Наиболее известные работы: Ж. Эллюль «Индустриальное общество»; Дж. Гелбрейт «Новое индустриальное общество», «Экономические теории и цели общества»; Р. Арон «Прогресс и разочарование»; У. Ростоу в работе «Стадии экономического роста: некоммунистический манифест» разбирает пять фаз исторического развития; О. Тоффлер в работе «Третья волна» – теорию индустриализма; Д. Белл в работе «Культура противоречий капитализма» – постиндустриальное общество. Для сторонников Фрейбургской школы характерен отказ от стадийности представления экономического развития, исследование экономического конфликта предстает как отражение противоречия свободы и регулирования экономических действий; основоположник – В. Ойкен («Принципы экономической политики»)[1]. Помимо этого, в Германии развивается Франкфуртская школа, отражающая проблемы индустриального характера развития (представитель – Г. Маркузе, работа «Одномерный человек»)[2]. Нужно отметить, что конфликт исследуется в рамках институционального направления и как основа собственно индустриальной (прежде всего законодательной) деятельности субъектов развития. При этом взаимодействующие субъекты вырабатывают нормы поведения, правила игры (соглашения или, например, сделки в трактате Дж. Коммонса), помогающие им сотрудничать. В этом институционализм во многом смыкается с социологическим подходом.

В школах, связанных с предельным анализом, не выходящим, как правило, за рамки развития современной товарной экономики, противоречие понимается

[1] *Ойкен В.* Принципы экономической политики. М., 1995.

[2] *Маркузе Г.* Одномерный человек / пер. с англ. М., 1994.

более утилитарно, как частный случай экономического развития. В этом смысле под противоречием разумеется нарушение эффективности функционирования рыночного механизма, связанного с состоянием экономического неравновесия системы, а конфликт получает материальное воплощение (такое как кризис, безработица, неэффективное использование ресурсов и т.д.), отражающее возникающее на этой базе несовпадение экономических интересов; существует как проблема вменения стоимости. Впрочем говоря, нужно заметить, что во второй половине XX в. экономическое неравновесие получило благодаря работам Дж. Хикса новое звучание – как естественное состояние развивающейся экономики, для которого экономическое равновесие является частным, вырожденным случаем неравновесия. Экономический конфликт при этом превратился из «случайного гостя» рыночной экономики в его закономерный атрибут, свойство динамического равновесия.

При всем при этом конфликт в экономической литературе все еще не имеет собственного содержания, условия его функционирования не раскрыты. Поскольку реализация субъективного фактора трактуется экономистами как произвольное воздействие на закономерный ход развития, произвольное проявление человеческой воли, постольку до сих пор не было принято считать конфликт объектом экономического анализа. В этих условиях конфликт как сущностное явление общественной жизни, объект исследования был монополизирован социологией, в рамках которой развивается общенаучное направление – конфликтология (социология конфликта). Причем социологи всячески настаивают на отличии конфликта от противоречия, поддерживая сложившуюся монополию на объект исследования, например, А.Г. Здравомыслов утверждает, что «подведение частного под общее недостаточно, а порою и ошибочно… противоречия далеко не всегда влекут за собой конфликты. Для превращения противоречий в конфликты необходимы осознание противоположности интересов и соответствующая мотивация поведения»[1]. При этом он ссылается на мнение известного английского социолога А. Гидденса, занимающегося проблемой связи этих двух категорий: «Под конфликтом я имею в виду реальную борьбу между действующими людьми или группами независимо от того, каковы истоки этой борьбы, ее способы и средства, мобилизируемые каждой из сторон. В отличие от конфликта понятие противоречия относится к некоторой структуре. Оба эти понятия весьма близки между собой, так как противоречие выражает уязвимое место, слабое звено в конструкции социальной системы. Вместе с тем противоречие указывает на разделение интересов между различными группами и категориями людей, в том числе между классами»[2]. Ему вторит и Д.П. Зеркин: «Конфликт – это противоборство общественных субъектов с целью реализации их противоречивых интересов, позиций, ценностей и взглядов»[3]. Основной причиной конфликта он считает чувство соперничества. По его мнению,

[1] *Здравомыслов А.Г.* Социология конфликта. М., 1996.

[2] *Giddens A.* The Constitution of Society. Pdity Press, 1984.

[3] *Зеркин Д.П.* Основы конфликтологии. Ростов н/Д, 1998.

в любом конфликте наряду с борьбой за те или иные блага присутствует соперничество из-за ценностей, в том числе культурных образцов.

В представленных определениях видны все особенности социологического характера исследования конфликтов, с которым мы не может согласиться. Прежде всего это чисто формальное выявление конфликта как социально реализованного факта борьбы общественных групп, не зависящего от ее источников, что совершенно не позволяет показать ни общую основу возникновения конфликтов (нормативную базу поведения), ни закономерности их воспроизводства (поведенческий кругооборот, связанный с переоценкой норм поведения в процессе адаптации). Также сомнение вызывает трактовка противоречия интересов как слабого звена организации, предусматривающая выведение конфликта из общей структуры организации социальной системы (заметим, что конкуренция сплошь построена на противоречии интересов, что не делает ее слабым звеном рыночной экономики). Помимо этого, конфликт имеет не только межличностное и межгрупповое звучание, но и, как правило, основывается на личностном конфликте и переоценке индивидуальных норм. Более того, конфликты могут возникать и при совпадении экономических интересов исходя только из разницы оценок явления, точек зрения на него.

В узких рамках конфликт изучается и психологией, но как основа деструктивного поведения, форма проявления подсознания, что малоприменимо к экономике, для которой конфликт есть осознанный выбор альтернативы, важнейший момент развития. Однако в процессе его определения психологи неоригинальны и вполне согласны с социологами: «Соревнование, соперничество, конкуренция, конфликт – тесно соприкасающиеся, сопряженные явления соактивности людей. Общее свойство… заключенное в противоборстве сторон»[1]. Впрочем, психология в понимании конфликта дает нам другой, более важный и уже реализованный, аспект, а именно – чувственно опосредованный характер творческой деятельности, предполагающей наличие конфликта как всплеска эмоций, сначала негативных, а затем положительных, связанных с созданием нового элемента организации социума. Поэтому противоречие и конфликт вообще не соотносятся как общее и частное – они соотносятся как субъективное и объективное: противоречие в социальной системе не может быть неосознанным, оно должно быть осознанным, чтобы быть разрушенным в процессе развития и адаптации (неосознанное противоречие собственно социальным противоречием и не является).

Через конфликт находит отражение процесс развития организации нормативной базы деятельности индивидуального субъекта, принадлежащего общей социальной системе и воспринимающего развитие ее организации на субъективном уровне.

Таким образом, мы рассматриваем экономический конфликт как субъективную форму выражения объективно развивающихся экономических противоречий.

[1] *Ершов А.* Взгляд психолога на активность человека. М., 1991.

Экономический конфликт есть целесообразная и постоянная форма реализации институциональной деятельности всякого человека, обусловливающая реорганизацию его социальных отношений и развитие трудовых норм. Экономический конфликт есть осознанный вид экономического поведения, связанный с выбором направления развития в процессе социально-экономической адаптации человека.

Выделяют четыре посубъективные и функционально взаимосвязанные формы поведенческого (социального) конфликта.

1. *Внутриличностный конфликт* предусматривает ситуацию неопределенности применения одной из альтернативных норм (старой и новой) с точки зрения субъекта деятельности. Содержание конфликта при этом состоит в оценке возможности роста индивидуальной эффективности деятельности на основе применения новой нормы. Человек как бы отвечает на вопрос: «А буду ли я прав и в выгоде, если поступлю не так, как прежде, а иначе?» Этот конфликт предстает как затянутый диалог с самим собой, при котором необходимость выбора наталкивается на невозможность его сделать, нерешительность, отражающую ценностный баланс оценок двух норм поведения. Решающим фактором разрешения данного конфликта является получение дополнительной информации извне. Вообще, индивидуальный конфликт как процесс, тесно связанный с чистотой движения и переработкой информации, порождает частные конфликты психологического кругооборота: восприятия, потребностей, деятельности. Они обусловливают эффективность корректировки норм деятельности.

2. *Межличностный конфликт* связан с реализацией плана применения внутренне выбранной нормы: он выражает возникающую неопределенность положения и отношения к происходящему контрагентов деятельности субъекта, инициирующую новую норму поведения, не уверенных в выгодности данных изменений для себя. Межличностный конфликт реализует ряд субъективных оценок со стороны лиц, участвующих в деятельности, подвергаемой нормативной ревизии, и заинтересованных в получении общего, значимого для всех результата. При этом задействуются как горизонтальные (координационные), так и вертикальные (субординационные) связи структуры социальных (экономических) отношений данного человека. На этой базе возникает групповой интерес, объединяющий людей в страту с одинаковым социальным статусом, сторонников или противников определенного направления развития в данной сфере поведения. В самом общем виде под «стратой» мы понимаем социальную группу, связанную общим интересом и отстаивающую его в социальном конфликте. Данное понимание соответствует трактовке М. Вебера, который ввел данное понятие в научный оборот, также оно подчеркивает социальный конфликт как основу общественного развития, борьбы интересов (на чем настаивают конфликтологи). Непрерывный поток пересмотра социальных идей, норм, ценностей в процессе социального (материального) оборота делает страту устойчивой. Она является постоянным субъектом социальной активности, придает общее направление политической или экономической борьбе.

3. *Групповой конфликт* состоит в том, что ситуация неопределенности захватывает всю группу лиц, задействованных в сфере деятельности, регулируемой данной нормой, и выходит с индивидуального на общественный уровень. Эта неопределенность проявляется как раскол социальной группы на две части, придерживающиеся диаметрально противоположного мнения о целесообразности применения новой нормы. Именно такие страты, отобравшие своих участников на базе индивидуальных результатов разрешения межличностных конфликтов, сталкиваются в групповом конфликте. Суть его состоит в сравнительной оценке двух взаимозаменяемых норм поведения как общественно значимых ценностей. Единственным критерием является их временная выживаемость. Наличие самого конфликта предусматривает систему обратной связи для своих участников, вынуждая всех членов конфликта вновь и вновь возвращаться на межличностный уровень и переосмысливать свои позиции. Происходящая при этом потеря убежденных сторонников в одной из групп означает снижение социальной значимости, ценности некоторой нормы поведения, ее социальное поражение. В результате этого конфликта та или иная ценность «овладевает массами».

4. *Межгрупповой конфликт* связан с неопределенным характером воздействия измененной деятельности представленной выше группы лиц на все социальное развитие, труд в рамках иных форм поведения и систему экономических отношений в целом. Неопределенность развития получает общественное звучание, и всякая частная норма рассматривается в этом контексте как изменяющая внешние условия осуществления других форм деятельности. Она может быть свободно принята, если по меньшей мере не ухудшает положения своих социальных групп, не снижает их экономической свободы. Может быть субъектом торга и некоторого социального соглашения, отражающего баланс интересов различных форм деятельности и соотношение их социальных сил (властных возможностей). В крайнем случае межгрупповой конфликт может разрешиться через насилие (диктатуру), и в этом случае нормативное соглашение действительно всегда сохраняет основу для социального недовольства, ревизии. Межгрупповой конфликт сильно отличается от индивидуального, межличностного и группового конфликта: он предстает как процесс сочетания разнородных (по форме деятельности) интересов, а не их развития в рамках одной из форм деятельности. В этом смысле он действительно близок к пониманию проблемы социологами, но при этом непосредственно вытекает из предшествующих форм конфликтов, является их логическим обобщением и также служит общей цели выявления общественной значимости норм деятельности.

Таким образом, все посубъективные формы могут и должны быть связаны в общую цепочку социального конфликта – адаптационного конфликта системы воспроизводственных (экономических) отношений людей. В связи с этим следует заметить, что все частные нормы деятельности, проходя путем конфликтов через контур перераспределения социальной ответственности, меняют свою первоначальную, личностную оценку на индивидуально-общественную. При этом, получая явно или неявно форму договора, они становятся объективными элементами

социальной жизни и, оставаясь только продуктом сознания, отчуждаются от него как нравственные категории, социальные ценности.

Таким образом, мы может зафиксировать, что норма как элемент внешних связей, носитель воспроизводственных (экономических) отношений есть общественная ценность, выражающая социальный баланс интересов. Нарушение баланса интересов всегда приводит к конфликту, связанному с изменением нормативной базы индивидуального поведения. В противовес сложившейся точке зрения понятия «ценности» и «норма» в этом случае меняются местами: норма поведения в процессе общения получает характер социальной ценности, и эта ценность в полной мере отражает адаптационный характер социального развития, обеспечивая и изменение деятельности, и социальную приемлемость данного изменения для всех субъектов общества.

Кроме общественного характера организации экономического конфликта, следует обратить внимание и на его характеристику как психологически (чувственно) обоснованного способа деятельности людей. В этом смысле конфликт относится к творческой деятельности, связанной с мощным эмоциональным всплеском, в силу чего он и принимает собственно конфликтную форму, а протекает в виде игры, торга, войны за какой-либо выигрыш (кто, кому и в чем уступил). Однако как сам конфликтный характер поведения контрагентов характеризует не разрушение социальных связей, а лишь их возобновление на основе переоценки содержания нормативной базы, так и выигрыш здесь чисто условен, поскольку достигается в конечном счете баланс интересов взаимохозяйствующих субъектов. Конфликт как социальное явление есть еще и психологически опосредованная деятельность, связанная с реорганизацией и воспроизводством экономических отношений между людьми в процессе развития нормативной базы поведения.

Учитывая неопределенный характер данного явления, можем согласиться с образным выражением Ч. Линксона: «Конфликт – это норма жизни»[1]. В этом смысле конфликт предстает как неизменная основа развития, нормативное состояние процесса реорганизации социальных отношений человека, вовлеченного в материальную адаптацию и действующего во взаимосвязи со всеми субъектами социальной системы. В конфликте человек объективирует себя как социальное явление, общественно ориентирует свое развитие.

[1] *Линксон Ч.* Конфликт: семь шагов к миру. СПб., 1997.

Глава 12

ПОВЕДЕНИЕ ГОСУДАРСТВА КАК ИНСТИТУТА ПРЕОДОЛЕНИЯ НЕРАЗРЕШИМЫХ ПРОТИВОРЕЧИЙ (ПОВЕДЕНЧЕСКИХ КОНФЛИКТОВ) В ПОВЕДЕНЧЕСКОЙ ЭКОНОМИКЕ

В современной развитой экономике основу жизнедеятельности составляет рынок. Государство же в принципе подчиняется рыночным правилам игры, основанным на правах собственности. Но государство не пассивный наблюдатель за экономическими процессами в рыночной экономике. Оно вмешивается в рынок, регулирует его через налогообложение, бюджетное перераспределение, законодательство, выработку обязательных к исполнению стандартов (в том числе экономических) и т. д. Американский государственный деятель Джеймс Мэдисон (1751–1836) в 1788 г. сказал, что если бы люди были ангелами, то не было бы необходимости в правительстве.

Эволюция взглядов ученых на государство, его поведение и государственное управление

В древности ученые (Платон, Аристотель, Цицерон) рассматривали государство как форму человеческого общежития или как среду, в которой человек находит условия существования. Причем, по словам Аристотеля, среда вполне счастливой жизни, где государство воспитывает человека в добродетели, именно в этом назначение государства.

Неоспоримо одно: *государство – продукт экономического и социального развития общества.* Оно возникло как потребность нации в выполнении определенных функций (в том числе экономических), обеспечивающих ее выживание и развитие. Государство никоим образом не представляет из себя силы, извне навязанной обществу. Государство есть признание того, что общество запуталось в неразрешимом противоречии с самим собой, раскололось на непримиримые противоположности, избавиться от которых оно бессильно. А чтобы эти противоположности, классы с противоречивыми экономическими интересами не пожрали друг друга и общество в бесплодной борьбе, стала необходима сила, стоящая, по-видимому, над обществом, сила, которая бы умеряла столкновение, держала его в границах определенного порядка. И эта сила, все более и более отчуждающая себя от него, есть государство.

Сегодня государство представляет собою стержень существующей общественной системы, оно концентрирует власть, санкционирует существование всех других негосударственных институтов. Государство формулирует принципы и организует формы общественной жизни, образуя основу институциональной иерархии. Государство формулирует принципы и организует формы общественной жизни, образуя основу институциональной иерархии. Государство породило новую форму общественной обусловленности поведения человека, отделив общий интерес от частного.

Споры о должной роли государственной и частной сфер жизнедеятельности человека велись в разные столетия и на разных континентах. Достаточно вспомнить труды Конфуция, «Книгу назидательных примеров» Ибн Хальдуна, «Артахашастру» (в переводе «Наука политики» или «Наука о достижениях полезного») Каутильи (другое его имя Чанакья – IV в. до н. э.), «Государя» Николо Макиавелли. Так, Конфуций утверждал, что сила государства стоит на трех китах: благосостояние населения, мощь (оборонная) государства и доверие к правительству. И если государство слабое, то оно прежде всего сокращает поддержку населения, затем затраты на оборону. Но если потеряно доверие к правительству, государство ожидает крах.

Для Н. Макиавелли сильное государство – это не применяющее насилие или жесткий контроль, это успешное общество, а успех может достигаться и аморальными методами, ибо для спасения государства все средства хороши. Аморальность государства, которую мы сегодня осуждаем, по Макиавелли, может быть вызвана и тем, что в разных ситуациях успешное общество может быть разным. Одним из важных выводов его теории управления государством является то, что с позиции практики, технологиям государственной власти позволяется очень много того, что не позволительно просто человеку. И поэтому государственная власть не должна забывать о цели (успешное общество), которую она преследует. Отмечая это противоречие в поведении государства, Поль Валери писал, что сильное государство подавляет нас, а при слабом мы погибаем.

Наука об управлении государством была создана в восточных обществах в XII–XIII вв. Известные трактаты Ли Гоу в Китае; серии трактатов в арабо-исламской литературе XIII в.: «Жемчужина на пути, или политика владык», «Уловки и хитрости», «Промахи и радости», «О тонкости в устроении дел», «Устроение владычества», «Политика», «Хитрости и уловки на войне», «Напоминание сотрапезнику властелина» и др.; трактаты в индомусульманской литературе «Законы войны и мужества», «Предписание земной власти», «Сокровище правителей» и т. д.

По мере того, как все больше увеличивается разрыв между тем, что государство может сделать, и тем, что ждет от него население, государство начинает постепенно разрушаться изнутри, лишая граждан самых элементарных условий стабильного существования: законности и безопасности, доверия к контрактам и надежного средства обращения.

В эпоху *меркантилизма* в Германии начала XVII в. наука государственного

управления получила название «наука о полиции». Термин «полиция» трактовался как искусство государственного управления, а деятельность государства именовалась полицейской. **Теория полицейского государства** была разработана Х. Вольфом (1679–1754). В соответствии с этой теорией вся деятельность государства определяется нравственными целями человека. Государство имеет право употреблять все нужные средства, чтобы каждый его член исполнял свои обязанности, и никто не ставил бы своей частной пользы выше общественной. Государство следит за тем, чтобы рост народонаселения не опережал роста средств пропитания. Оно имеет попечение о том, чтобы подданные стремились к Добру, для чего поддерживает действие законов, создающих естественный порядок, наиболее выгодный человеческому роду. Правительство должно убирать преграды с пути, предоставляя полную свободу конкуренции.

В отличие от меркантилистов, которые подчеркивали огромную роль государства в экономике, *физиократы* доказывали преимущества полной свободы хозяйственной деятельности и наделяли государство тремя функциями.

Первая и важнейшая функция государства – хранить естественный порядок от святотатственных и невежественных рук, которые захотели бы покуситься на власть, и особенно хранить то, что лежит в основе его, – собственность. Законный порядок состоит в праве на владение, обеспеченное и гарантированное силой наследственной и суверенной власти над соединившимися в общество людьми.

Образование – вторая функция. Всеобщее образование является первой истинной социальной связью, – утверждает Бодо. И Ф. Кенэ настоятельно рекомендует просвещение относительно существования естественного порядка и способов познания его. Необходимость образования физиократы мотивируют тем, что образование, распространенное на всех граждан, просвещенное общественное мнение – единственное средство воспрепятствовать физиократическому деспотизму выродиться в личный.

Предприятия общественного характера также указаны физиократами в числе функций государства. Хороший хозяин-собственник должен прежде всего провести дороги в своих владениях, потому что хорошие пути и каналы очень полезны для установления связи между отдельными областями. Одна из ведущих идей работы английского экономиста Уильяма Петти (1623–1687) «Политическая арифметика», связывающая его с принципами классической политэкономии, – это идея естественного порядка и пагубности нарушений его государственной властью. Недостаток государственного управления, по У. Петти, заключается в том, что «слишком многое из того, что должно было управляться лишь природой, древними обычаями и всеобщим соглашением, подпадало под регулирование закона».

У. Петти резко выступал против государственной регламентации, если она «противоречит законам природы». На государство он возлагал важные функции по обеспечению полного использования рабочей силы, а также по повышению ее качества. В соответствии со своими взглядами на роль государства в экономике У. Петти в «Трактате о налогах и сборах» регламентирует лишь целевые расходы

государства: «военные расходы, содержание управления, расходы на церковь, расходы на школы и университеты, на образование, содержание детей (сирот) и инвалидов, расходы на дороги, судоходные реки, водопроводы, мосты, порты, другие предметы, нужные для блага пользования всех».

Следующей ступенью развития представлений о роли государства стала классическая теория, нашедшая отражение в работе А. Смита «Исследование о природе и причинах богатства народов», в которой он утверждал, что свободная игра рыночных сил (принцип laissez faire) создает гармоничное устройство. В соответствии с классическим подходом государство должно обеспечивать безопасность жизни человека и его собственности, разрешать споры, т.е. делать то, что индивидуум либо не в состоянии выполнить самостоятельно, либо делает это неэффективно. Главное – для всех субъектов хозяйственной деятельности должны быть гарантированы основные экономические свободы, а именно свобода выбора сферы деятельности, свобода конкуренции и свобода торговли. Практическая политика государства, по А. Смиту, проникнута духом компромисса, что немало содействовало ее быстрому успеху.

Последователи А. Смита развили его индивидуалистические идеи, которые в разных странах приняли различные оттенки. Во Франции, где интересы правительства и населения постоянно противопоставлялись и шла ожесточенная борьба между правительством и народом, идеи о невмешательстве государства в жизнь граждан, об ограничении круга его деятельности были доведены до крайности.

Ж.Б. Сэй (1767–1832) писал, что «самое лучшее управление – то, которое наименее деятельно». По мнению Ж. Б. Сэя, наилучший из всех финансовых планов – это расходовать возможно меньше, а наилучший из налогов – это наименьший». Поэтому он энергично выступал против вмешательства государства во всех случаях, когда оно идет во вред «естественному ходу вещей». Глава государства делает много хорошего уже тем, что не делает ничего дурного.

Ф. Бастиа (1801–1850) считал, что нужно довести бюджет до нуля, что государство не должно вмешиваться в экономическую борьбу, охранять отдельные группы населения: «Это означало бы противостоять свободе и ограничивать прогресс нации». П. Леруа-Болье, исследуя задачи и функции государства в книге «Современное государство и его функции» (1883), развивает эту идею и приходит к выводу, что государство непригодно для выполнения хозяйственных функций. Его аргументы: отсутствие инициативы и изобретательности в деятельности государственных предприятий, угроза экономической и политической свободе, а главное – подавление личной инициативы, стеснение круга частной деятельности, боязнь коллективизма.

В Германии индивидуализм нашел более глубокое по сравнению с Францией и Англией обоснование в философии И. Канта (1724–1804), который сформулировал идею о верховной ценности и в качестве вывода из нее – самоценности человеческой личности. «Человек и вообще всякое разумное существо, – писал он в «Основах метафизики нравов», – существует как цель в себе, а не как средство для

какого-либо употребления той или иной волей, но должен во всех своих действиях, направленных как на него самого, так и на другие разумные существа, рассматриваться всегда как цель». Понятно, что это учение об автономии человеческой личности несовместимо с государственной регламентацией и опекой, что из него следует требование предоставить личности свободу действий, которая не наносит ущерба интересам других личностей.

Последующий этап в развитии политэкономии связан с постепенным отходом от взглядов Смита на роль государства в экономике. Последний из представителей английской классической политэкономии, Д.С. Милль (1806–1873) понимал, что система свободной конкуренции не может обеспечить решение ряда экономических проблем, касающихся гарантии индивиду достаточной прибыли. В книге «Основы политической экономии» он анализирует экономическую роль государства и возлагает на нее функции, без выполнения которых невозможен экономический и социальный прогресс. Государство должно взять на себя расходы по созданию инфраструктуры, развитию науки и т.д. большое значение Д.С. Милль придавал государственной системе социального обеспечения и налогообложения.

Интересна эволюция взглядов Ж. Сисмонди (1773–1842), который из ярого сторонника государственного невмешательства превратился в его оппонента. Проанализировав экономический строй капитализма, он сделал вывод о том, что верить в благодетельность принципа «laisser faire» (принцип свободы действий) нельзя, что правительство должно быть защитником слабого против сильного, оно должно быть защитником того, кто не может защищаться собственными силами.

В соответствии с провозглашенным принципом Ж. Сисмонди считает, что государство должно выполнять четыре функции:

1) наведение общественного порядка, правосудия, обеспечения прав личности и собственности;

2) общественные работы, благодаря которым можно пользоваться хорошими дорогами, широкими бульварами, здоровой водой;

3) народное просвещение, благодаря чему дети получают воспитание, а у взрослых развивается религиозное чувство;

4) национальная защита, обеспечивающая участие в выгодах, доставляемых общественным порядком.

Состояние экономической науки и народного хозяйства не позволило Ж. Сисмонди, несмотря на его горячий протест против системы свободной конкуренции, сформулировать и обосновать концепцию, альтернативную концепции А. Смита.

Марксистская теория утверждает, что в ходе капиталистического развития чем сильнее тенденция к монополизации, чем больше растет концентрация капитала, тем больше государство испытывает тенденцию к превращению в государство не всех капиталистов, а финансового капитала, господствующей олигархии. И в качестве такового оно будет стремиться ко все более интенсивному непосредственному вмешательству в процессы общественного производства и будет делать это все более координированным способом.

В отдаленном же будущем, после гибели капитализма во всем мире, в эпоху коммунизма государство как орган насилия отомрет, ибо на смену частной собственности придет общенародная собственность.

Идея гибели института государства и сейчас поддерживается отдельными учеными. Так, А. Бабенышев – гарвардский славянист утверждает, что «государство должно исчезнуть», ибо оно воплощает в себе право силы, а сила (даже большая) в условиях, когда на первый план выдвигаются права человека, ничего решить не может[1]. Тот факт, что Саудовская Аравия находится на месторождениях нефти, – это не в какой мере не заслуга жителей этой территории, а результат исторического процесса. Это несправедливо по отношению к другим людям, которые «не сидят» на месторождениях нефти. Поэтому государство, объединяющее людей для владения конкретной территорией, не нужно. Но практическая реализация этой идеи потребует не одну сотню лет.

Со второй половины XIX в. в Германии под влиянием учения о государстве, под влиянием философии, права и политэкономии в науке начинают развиваться новые идеи. Был сделан поворот к историческому и ограниченному взгляду на государство. *Концепция правового государства* наиболее полно и систематизированно была разработана Я. Штейном (1815–1890) в рамках учения об управлении. Предметом учения об управлении в узком смысле является «внутреннее управление государством». Частью учения Л. Штейна о внутреннем управлении является «учение об управлении хозяйством», которое посвящено вопросам обеспечения государством условий для создания материальных благ личности.

В соответствии с концепцией правового государства итальянский экономист Ф. Нитти определяет государство как *естественную форму социальной кооперации*. Он полагает, что для человека невозможно никакое развитие без этой первоначальной и наиболее важной формы кооперации[2].

К началу XX в. была сформулирована идея о своеобразном разделении труда между государством и частным хозяйством в сфере экономики.

Ф. Нитти так определяет характер этого взаимодействия: фундамент экономики – частное хозяйство, государство – своеобразная надстройка экономики. Таким образом, Ф. Нитти четко определяет статус государства в экономике. Без государства экономика не получит дополнительных стимулов, но его деятельность определяется требованиями развития рыночного хозяйства. Эти выводы Ф. Нитти смог сделать благодаря изучению и обобщению статистических данных роста государственных расходов в различных странах, включая Россию, с 1871 по 1902 г.

Современная теория государства представлена в основном двумя главными направлениями в экономической теории: неоклассическим и кейнсианским. Главным идеологом активного вмешательства государства в экономику стал известнейший английский экономист Дж.М. Кейнс. Кейнсианская политика ставила своей

[1] *Бабенышев А.* Государство должно исчезнуть // Новая газета. 2002. №45 (783). 27–30 июня.

[2] *Нитти Ф.* Основные начала финансовой науки. М., 1904. С. 18.

целью также контроль и регулирование общего спроса, чтобы он соответствовал общему предложению при обеспечении полной и высокой занятости населения. Модель Кейнса предусматривала стимулирование совокупного «эффективного» спроса путем «пробуждения» к инвестированию частного капитала, а также через государственное финансирование общественных работ и некоторое перераспределение через бюджет национального дохода в пользу неимущих.

Доктрина Кейнса нашла наиболее полное воплощение в США в политике президента Ф. Д. Рузвельта, показав там хорошие результаты.

На рубеже 1970–1980-х гг. кейнсианская теория и основанная на ней политика подверглись критике со стороны монетаристов. Они подчеркивали инфляционный характер кейнсианских рецептов дефицитного финансирования. Действительно, в это время разгул инфляции становится первостепенной проблемой западной экономики. Неоконсерваторы обвиняли в этом кейнсианскую политику. «Восстание» против Кейнса возглавил американский экономист, нобелевский лауреат Милтон Фридмен. Альтернативу он видел в свободе конкуренции и предпринимательства. Особенно резко М. Фридмен выступал против вмешательства государства в денежное обращение. Идеи Фридмена получили выражение в «рейганомике».

Институционалисты первостепенное внимание обращают на анализ внутренней структуры экономических агентов – домашних хозяйств, фирм и государства. Поэтому неудивительно, что в отличие от традиционного неоклассического подхода современный неоинституционализм исходит из первостепенной важности формирования не прав собственности как таковых, а социальных норм и правил. В этой связи большое значение имеет обоснованное в «Границах свободы» (1975) последовательное разграничение Дж. Бьюкененом двух разных функций государства: «государства защищающего» и «государства производящего»[1].

Первая функция государства является результатом соглашения людей, ее выполнение служит своеобразным гарантом соблюдения ими конституционного договора. Обеспечение соблюдения прав в обществе означает прыжок от анархии к политической организации.

Вторая функция представляет государство в качестве производителя общественных благ. Она реализуется на базе конституционных прав и свобод как своеобразный договор между гражданами по поводу удовлетворения их совместных потребностей в ряде товаров и услуг. Но именно здесь и кроется основная опасность – перерождения государства в тоталитарное. Неоинституционалисты предлагают целый набор правил, которые препятствовали бы развитию государства в направлении автократического режима.

Современное понимание государства в самом широком смысле – это набор институтов, располагающих средствами законного принуждения, которые используются на определенной территории и в отношении ее населения, обозначаемого термином «общество». Государство осуществляет свою деятельность посредством

[1] *Бьюкенен Дж.* Конституция экономической политики // Вопросы экономики. 1994. № 6. С. 108.

формируемого им правительства. Правительство рассматривается не только как совокупность лиц, занимающих в государстве руководящие должности, но и как процесс управления, применения власти, и как способ, метод и система правления в обществе, и как структура и организация правительственных органов и их отношения с управляемыми. В устной и письменной речи во всем мире термины «государство» и «правительство» используются как взаимозаменяемые.

Правительство состоит из трех отдельных ветвей власти, каждая из которых выполняет свою функцию: законодательная власть выполняет функцию выработки законов; исполнительная власть (иногда именно она именуется правительством) отвечает за реализацию законов; судебная власть следит за правильным толкованием и применением законодательства.

Согласно классификации правительств, различают парламентскую и президентскую систему правления. В первом случае представители исполнительной власти часто являются представителями и законодательной власти. И хотя премьер-министр может быть наиболее могущественным представителем исполнительной власти, окончательные, наиболее важные решения принимаются коллективно группой министров. Во втором случае представители исполнительной власти не входят одновременно в законодательные органы, а окончательные решения принимает президент.

Поведение правительства в обществе определяется функциями государства.

«Провалы рынка» и основные функции государства, определяющие его поведение в рыночной экономике

Под *функциями государства* понимаются главные направления его деятельности, выражающие сущность и назначение государства в обществе, включая механизм государственного воздействия на развитие общественных процессов. Поскольку государство – категория историческая, его функции меняются в процессе развития самого государства – одни отмирают, другие возникают, третьи приобретают приоритетное или, наоборот, второстепенное значение.

В отечественной научной мысли выделяются четыре основных функции, которые осуществляются любым государством:

1) *экономическая* – обеспечение нормального функционирования и развития экономики посредством поддержания конкурентной среды, защиты прав собственности, организации общественных работ, обеспечения свободы предпринимательства, законности и правопорядка в хозяйственной сфере, регулирования денежного обращения, контроля за внешнеэкономической деятельностью и т.д.

2) *политическая* – обеспечение государственной и общественной безопасности, подавление сопротивления противоборствующих социальных сил, охрана суверенитета государства от внешних посягательств, международного терроризма и т.п.;

3) *социальная* – охрана прав и свобод всего населения, осуществление мер по

удовлетворению социальных потребностей людей, поддержанию необходимого уровня жизни населения, обеспечению необходимых условий труда, его оплаты, быта и т.п.;

4) *идеологическая* – поддержание определенной идеологии, в том числе и религиозной, национальной культуры, науки и т.д.

Вмешательство государства в хозяйственный процесс было характерно для всех этапов развития рынка. Обусловлено это тем, что рыночный механизм, способный решать важнейшие экономические задачи перед обществом, все же не срабатывает в ряде областей хозяйственной жизнедеятельности. Такие ситуации, при которых рыночный механизм не может обеспечить эффективное использование ресурсов, принято называть «провалами» (фиаско, несостоятельностью) рынка.

Обычно выделяют четыре типа неэффективных ситуаций, свидетельствующих о провалах рынка:

1) внешние эффекты (экстерналии) – это издержки или выгоды от рыночных сделок, не получивших отражение в ценах (плотины и оросительные каналы);

2) общественные блага – оборона, охрана общественного порядка, государственное управление, образование, здравоохранение и др.;

3) монополии;

4) несовершенная (асимметричная) информация.

Принимая во внимание новые тенденции и процессы в мировом развитии, считаем целесообразным выделить и по-новому ранжировать следующие функции современного государства.

1. Социальная функция (на 1-м месте из-за тенденции переориентации ценностных показателей с экономических на социальные).

2. Обеспечение экономического роста и высокой эффективности (новое понимание экономического роста и эффективности на основе выявленной тенденции возрастания нематериальных активов, наукоемкого сектора, инноваций, науки, образования, формирования новой экономики).

3. Разработка программ реформ (трансформации экономических систем) и контроля за ее исполнением.

4. Остается востребованной функция смягчения «хронических болезней рынка» (цикличности, инфляции, безработицы) и «провалов рынка».

5. Видоизменяется функция деятельности государства в качестве субъекта имущественных отношений (в урезанном виде из-за проведенной «неправильно» приватизации) и в качестве предпринимателя.

6. Обеспечение развития регионов (на новых принципах). В условиях глобализации выделяют два уровня функций: в мировом сообществе и внутри страны.

7. Координация интересов на международном уровне с тем, чтобы программы созданных глобальных институтов (МВФ, ВТО и др.) отражали общие интересы всех стран. Отсюда необходимость участия в становлении глобальных институтов, разработке международных программ, установлении для них определенных правил.

8. Реализация национальных интересов в мировой экономике преобразуется в функцию обеспечения национальной экономической безопасности.

9. Возрастает роль инновационной, информационной прозрачности и экологических функций (как на международном уровне, так и внутри страны).

10. Функция государства как гаранта социальной стабильности, защиты от волны насилия, преступности, террора, коррупции, приобретает глобальные масштабы.

Отличительной особенностью оптимальной стратегии государства в современных условиях является то, что оно не подминает под себя общество, а все более тесно кооперируется с ним, делегируя часть своих полномочий местному самоуправлению и организациям гражданского общества.

Поведение государства в теории общественного выбора

Идея, что в политической сфере люди действуют так же, как и в экономической, преследуя свои личные интересы, легла в основу работ Дж. Бьюкенена, получившего Нобелевскую премию в 1986 г. за исследования в области теории общественного выбора, «Политика, – пишет он, – есть сложная система обмена между индивидами, в которой последние коллективно стремятся к достижению своих частных целей, так как не могут реализовать их путем обычного рыночного обмена. Здесь нет других интересов, кроме индивидуальных».

Теория общественного выбора – это теория, изучающая различные способы и методы, посредством которых люди используют правительственные учреждения в своих интересах. Теорию общественного выбора называют иногда «новой политической экономией», так как она изучает политический механизм формирования макроэкономических решений.

Сторонники теории общественного выбора рассматривают политический рынок как обмен, на котором политики выступают как продавцы, а избиратели – как покупатели, которыми отчасти манипулируют продавцы. Государство – это арена конкуренции людей за влияние на принятие решений, за доступ к распределению ресурсов, за места в иерархической лестнице. Однако *государство – это рынок особого рода*. Его участники имеют необычные права собственности: избиратели могут выбирать представителей в высшие органы государства, депутаты – принимать законы, чиновники – следить за их исполнением. Избиратели и политики трактуются как индивиды, обменивающиеся голосами и предвыборными обещаниями.

Критикуя государственное регулирование, представители теории общественного выбора сделали объектом анализа сам процесс принятия правительственных решений, в основу которого положили рациональность индивида в рыночной экономике. Это означает, что все – от избирателей до президента – руководствуются в своей деятельности в первую очередь экономическим принципом, т.е. сравнивают

предельные выгоды и предельные издержки (и прежде всего выгоды и издержки, связанные с принятием решений):

$$MB > MC,$$

где MB – предельные выгоды (marginal benefit);

MC – предельные издержки (margional cost).

Иные мотивы у тех избирателей, интересы которых сконцентрированы на определенных вопросах, как, например, у производителей конкретных товаров и услуг (сахара или вино-водочных изделий, угля или нефти). Для них очень важны изменения условий производства: регулирование цен, строительство новых предприятий, объем государственных закупок и т. д. Они стремятся поддерживать постоянную связь с представителями власти, используют для этого письма, телеграммы, средства массовой информации, организуют демонстрации и митинги, создают специальные конторы и агентства, чтобы оказывать давление на законодателей и чиновников (вплоть до подкупа). Все эти способы влияния на представителей власти с целью принятия выгодного для ограниченной группы избирателей политического решения называют *лоббизмом* (lobbying).

Одним из объектов изучения теории общественного выбора является экономика бюрократии.

Экономика бюрократии согласно теории общественного выбора – это система организаций, удовлетворяющая как минимум двум критериям: во-первых, она не производит экономического блага, имеющего ценностную (стоимостную) оценку, и, во-вторых, извлекает часть своих доходов из источников, не связанных с продажей результатов своей деятельности.

Реализуя свои собственные цели и интересы особых групп, бюрократы стремятся к принятию таких решений, которые открыли бы для них доступ к самостоятельному использованию разнообразных ресурсов.

Крупным достижением в теории общественного выбора стала начатая в 1974 г. Анной Крюгер разработка *теории политической ренты*.

Политическая рента – эта экономическая рента (или материальные выгоды), полученные с помощью политического процесса за счет как общества в целом, так и отдельных лиц, добивающихся принятия определенных решений.

Бюрократы, участвуя в политическом процессе, стремятся провести такие решения, чтобы гарантировать себе получение экономической ренты за счет общества.

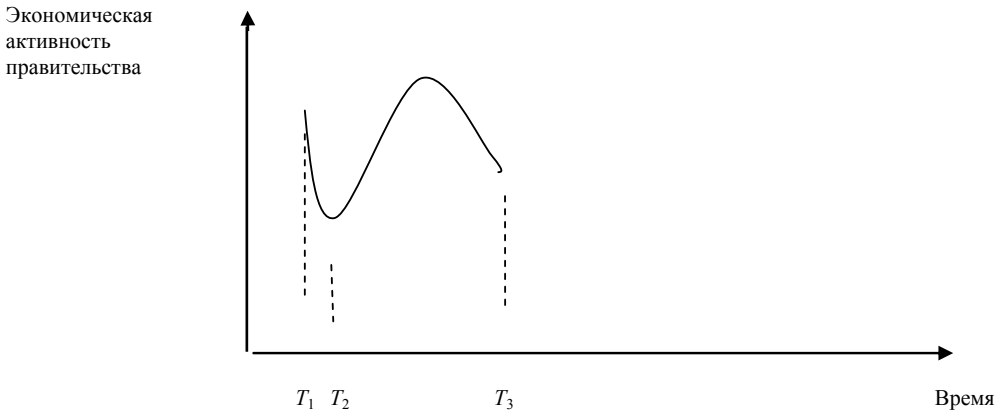
Основными сферами анализа теории общественного выбора считаются избирательный процесс, деятельность депутатов, теория бюрократии, политика регулирования и конституционная экономика.

Условием эффективной борьбы с бюрократией многие считают приватизацию, его содержанием – развитие «мягкой инфраструктуры», а конечной целью – *создание конституционной экономики*. Понятие «мягкая инфраструктура» означает увеличение экономических прав человека (укрепление прав собственности,

честность и ответственность за выполнение контрактов, терпимость к инакомыслию, гарантии прав меньшинства и т.п.) и ограничение сфер деятельности государства.

Поведение бюрократии, правительства носит циклический характер и подчинено определенным закономерностям.

Цикл экономической и политической активности правительства между выборами носит название политико-экономического цикла, который может быть представлен графически (рис. 12.1).



На оси абсцисс откладывают время, на оси ординат – активность правительства.

Отрезок T_1T_2 отражает падение популярности правительства, отрезок T_2T_3 – наращивание активности, связанное с подготовкой предстоящих выборов. Целесообразно отметить, что пик новой активности не должен находиться слишком далеко от предстоящих перевыборов, иначе избиратели успеют забыть о периоде активной деятельности правительства.

Этот цикл характеризует последовательность следующих процессов в деятельности правительства. После выборов новое правительство осуществляет ряд мер, направленных на изменение целей или масштабов деятельности предшествующего правительства. Эти меры носят особенно радикальный характер, если к власти приходит партия, до этого находившаяся в оппозиции. Предпринимаются попытки по сокращению дефицита государственного бюджета, сворачиванию непопулярных программ, перестройке работы государственного аппарата. Вновь пришедшие к власти люди стараются выполнить хотя бы часть предвыборных обещаний. Однако затем активность снижается до тех пор, пока падение популярности нового правительства не достигает критического уровня. С приближением следующих выборов активность правительства возрастает.

Глава 13

ПОВЕДЕНИЕ РЕГИОНОВ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ НА РЫНКЕ ТРУДА

Современный глобальный кризис, разразившийся на мировых финансовых рынках (2008–2009), актуализировал научные исследования по теории экономического поведения. Начавшись как финансовый, кризис трансформировался в экономический, вызвав стремительное сокращение занятости и рост безработицы, включая ее формальные и латентные формы. Произошло падение индексов фондового рынка, началась рецессия в отраслях промышленности, увеличились масштабы увольнений, сократились потребительские расходы. Опросы общественного мнения, проведенные в разных регионах страны, зафиксировали снижение индекса потребительских настроений и угасание оптимизма в перспективных ожиданиях населения.

Прежде всего произошло значительное сокращение объемов промышленного производства, а также сжатие других сегментов национальной экономики. Рынок труда с некоторым запаздыванием отреагировал на спад производства, что проявилось в резком сокращении численности персонала и уменьшении издержек организаций. Спад в отраслях реального сектора экономики и рост напряженности на рынке труда затронули интересы самых различных слоев населения. Для одних последствием кризиса явились увольнения в результате сокращения рабочих мест или банкротства предприятия, на котором они работали, другие столкнулись с задержками заработной платы и социальных выплат. По опросам населения, проведенным в отдельных регионах России, главными причинами для беспокойства были уменьшение (68%) или задержки (70%) заработной платы и социальных выплат, значительная часть населения (57%) опасалась сокращений, увольнений с предприятий, а вероятность закрытия или приостановки предприятия допускали 48% опрошенных[1].

Для преодоления кризисных явлений Правительство РФ разработало ряд мер, задействовав резервные фонды, созданные в период роста нефтяных цен на мировом рынке. Ведущим банкам были предоставлены значительные финансовые ресурсы для преодоления кризиса ликвидности, была предусмотрена финансовая поддержка градообразующим предприятиям, малому бизнесу были предоставлены налоговые стимулы, были увеличены пособия по безработице, определены меры по подготовке и переподготовке лиц, потерявших работу. Антикризисная политика

[1] Экономические и социальные перемены в регионе: Факты, тенденции, прогноз. Вып. 45. Вологда, 2009. С. 135.

прежде всего была ориентирована на стабилизацию социально-экономической ситуации и сдерживание массовой безработицы, которая, как правило, провоцирует социальную нестабильность и рост напряжения в обществе. Вместе с тем стратегическая задача состоит в диверсификации экономики, структуры занятости, источников доходов населения и создании условий для изменения межотраслевых пропорций, что сформирует новую модель экономического развития, в рамках которой будут созданы рабочие места, соответствующие постиндустриальной стадии развития общества.

Поведение регионов России на рынке труда

Регионы России неодинаково реагировали на экономический спад (2008–2009), меры макроэкономической стабилизации, по-разному адаптировались к действию бюджетных ограничений, экономических стимулов, системе антикризисных мер, избрав различные региональные стратегии. Рост уровня безработицы в регионах России, отражающий неблагоприятные изменения спроса на труд в период экономического кризиса, не дает представления о значительных межрегиональных различиях на российском рынке труда. Макроэкономические шоки, вызвавшие рост безработицы, не способны объяснить межрегиональные различия, понимание источников которых является важным для выбора основных направлений экономической политики.

В данном разделе различия в моделях поведения регионов на рынке труда объясняются комплексом факторов, важнейшими из которых являются следующие:

1) объем и структура спроса на труд, которая в условиях экономического спада (2008–2009) и оживления экономики (2010–2011) детерминирует динамику и структуру занятости в зависимости от изменения тех или иных видов экономической деятельности. Зависимость региональных уровней безработицы от изменения спроса на труд и, как следствие, занятости оценивалась на основе регрессионных уравнений;

2) различные типы региональной структуры занятости населения, определяющие степень чувствительности к секторальным шокам;

3) особенности экономической политики, проводимой на уровне регионов, которая определяет направления институциональных изменений, способствуя диверсификации экономики, структуры занятости, источников доходов населения, преодолению зависимости от цен на энергоресурсы;

4) «стартовые условия», которые характеризуют докризисную ситуацию на российском рынке труда, отражая потенциал «накопленной безработицы».

В 2010–2011 гг. для субъектов Российской Федерации были характерны разные модели экономического поведения, отражающие попытки выхода из кризиса, включающие в себя продолжительную рецессию, медленное восстановление и быстрый рост. Как показали результаты корреляционного и регрессионного ана-

лиза и выполненные оценки, существенный вклад в дифференциацию регионов на рынке труда вносит дифференциация валового регионального продукта (ВРП) на душу населения. Этот показатель отражает уровень социально-экономического развития региона. Можно также предположить, что в посткризисный период более сильная региональная экономика скорее оправится от спада и обеспечит рост занятости и снижение уровня безработицы в будущем, втянувшись в процесс экономического выздоровления. Ухудшение ситуации на региональных рынках труда объясняется разными источниками и факторами, детерминирующими рост безработицы. Кроме того, российские регионы отличаются разной «чувствительностью» к влиянию макроэкономических факторов (шоков), воздействующих на рынок труда в условиях кризиса, что также должно быть учтено при моделировании поведения регионов РФ на рынке труда. С одной стороны, региональным рынкам труда не удалось избежать влияния резкого сжатия совокупного спроса, последовавшего за финансово-экономическим кризисом (2008–2009), что имело крайне негативные последствия, проявившиеся в сокращении занятости. С другой – в период затяжного выхода из кризиса под влиянием таких факторов, как новая структура относительных цен, резкое обострение конкуренции на внутреннем и мировом рынках, субъектам РФ предстоит столкнуться с необходимостью крупномасштабного перераспределения ресурсов, включая рабочую силу, что также будет оказывать давление на рынок труда.

Проведенный корреляционный и регрессионный анализ позволил выделить наиболее важные факторы, детерминирующие поведение на рынке труда регионов разного типа – сельскохозяйственных и промышленных, с высоким спадом занятости и ее незначительным сокращением, устойчиво высоким и низким уровнями безработицы. Результаты анализа демонстрируют высокую объяснительную силу используемого подхода для оценки и моделирования поведения регионов на рынке труда. Роль ненаблюдаемых факторов как детерминант безработицы в регионе менее значительна. Межрегиональные различия проявились, во-первых, в неодинаковой степени чувствительности регионов разного типа к различным факторам, определяющим рост безработицы, во-вторых, в различном составе детерминант безработицы для регионов разного типа. Гетерогенные реакции регионов на шоки и существование разнотипных моделей поведения регионов на рынке труда обусловливают необходимость проведения регионально дифференцированной политики, учитывающей специфику ситуации, сложившейся на данной территории.

Влияние шоков и институтов на рост европейской безработицы исследовано в работах Блэнчарда и Вулферса[1]. Эффект внутренней динамики безработицы исследован Демекасом и Контолемисом, которые анализируют зависимость достигнутого уровня безработицы от прошлого по нескольким направлениям[2].

[1] *Blanchard O., Wolfers J.* The Pole of Shocks and Institutions in the Rise of European Unemployment: The Aggregate Evidence // Economic Journal. 2000. Vol. 110. P. 1–33.

[2] *Demekas D.G.* Labor Market Segmentation in a Two-Sector Model of an Open Economy // IMF Working Paper. 1990. № 37(4). P. 849–864.

Воздействие макроэкономических факторов было изучено во многих работах российских и зарубежных авторов. Однако в России в условиях значительной региональной сегментированности рынка труда возрастает значение специфических для региона факторов. Их роль и влияние на региональные рынки труда исследованы очень слабо. В данном разделе анализ межрегиональных различий в уровне безработицы для различных сегментов российского рынка труда выполнен на базе данных Росстата, официально представленных в открытом доступе[1]. В период финансово-экономического кризиса (2008–2009) уровень безработицы в России оказался ниже прогнозируемых значений, что частично объясняется реализацией государственных программ поддержки занятости. Максимальное значение уровня российской безработицы составило 10,2% экономически активного населения по методологии Международной организации труда (МОТ), или 7,7 млн человек (на конец апреля 2009 г.), тогда как во многих европейских странах этот показатель в период кризиса был значительно выше. По сравнению с IV кварталом 2008 г. общая численность безработных в I квартале 2009 г. увеличилась на 34,4% и составила 7,1 млн человек, или 9,5% от экономически активного населения. Численность экономически активного населения в I квартале 2009 г. составила 74,8 млн человек, или более 53% от общей численности населения страны. Преобладающая часть занятого населения сосредоточена в организациях, не относящихся к субъектам малого предпринимательства. В феврале 2009 г. в них работали 36,3 млн человек, или 52,5% от общей численности занятых. В 2010 г. число безработных в России сократилось на 0,7 млн человек, что объясняется не только посткризисным восстановлением экономики, но и сокращением численности населения трудоспособного возраста. Дальнейшему снижению уровня безработицы мешают низкая мобильность населения и отсутствие системы поддержки малого бизнеса. Уровень экономически активного населения РФ составил в среднем за 2010 г. 67,7%, уровень занятого населения – 62,7%, а уровень безработицы в среднем в 2010 г. – 7,5%. В целом по РФ уровень безработицы в I квартале 2011 г. по сравнению со среднегодовым значением 2010 г. не изменился и составил 7,5%, что значительно ниже, чем в ряде европейских стран, особенно в Испании (20,7%), Словакии (13,9%), Венгрии (11,9%), во Франции (9,5%).

Рост занятости в ближайшей перспективе будет отставать от роста экономики по двум причинам, одна из которых связана с особенностями посткризисного поведения фирм, а вторая объясняется структурными сдвигами в экономике и сменой доминирующих форм безработицы. Поведение фирм, которые продолжают оптимизировать издержки и наращивать выпуск за счет повышения производительности и интенсивности труда, не способствует увеличению спроса на труд. Новый персонал нанимают в последнюю очередь, предпочитая проводить ротацию кадров, усиливать внутрифирменную мобильность, улучшать организацию труда. Эффект запаздывания оживления рынка труда по сравнению с ростом экономики

[1] URL: http://www.gks.ru.

характерен и для многих других стран (jobless and jobloss recovery). Однако, несмотря на сокращение общего уровня безработицы, сохраняется его межрегиональная дифференциация. На фоне низкого уровня безработицы в таких субъектах РФ, как города Москва (1,8%) и Санкт-Петербург (2,4%), Московская (3,4%) и Белгородская (4,6%) области, сохраняется высокая безработица в Республике Ингушетия (48,8%), Чеченской Республике (38,9%), Республике Тыва (18,3%). Стоит отметить, что межрегиональные контрасты, характерные для российского рынка труда, не инициированы глобальным финансовым кризисом, влияние которого проявилось в росте уровня безработицы, они сохраняются на протяжении длительного времени, усиливаясь или снижаясь. Сохраняются и внутрирегиональные различия между административными районами, городами, сельскими поселениями, что связано с высокой сегментацией российского рынка труда, низкой мобильностью населения и особенностями социально-экономической политики.

Для количественного анализа особенностей поведения регионов на рынке труда была разработана классификация субъектов РФ по уровню безработицы. Из 81 субъекта РФ, попавшего в выборку (исключены города федерального значения – Москва и Санкт-Петербург), были сформированы квантили, характеризующие относительные позиции регионов в сравнении со среднероссийским показателем уровня безработицы. В верхнем квантиле (наиболее благополучном) региональные значения безработицы составляют менее 75% от среднероссийского уровня, в нижнем (кризисном) – более 150% от среднероссийского, во втором, в третьем и четвертом – от 75% до 150% от среднероссийского уровня безработицы.

В таблице 13.1 представлено распределение регионов по квантильным группам, которое выполнено по региональным значениям уровня безработицы в среднем за I квартал 2011 г. Как свидетельствуют данные таблицы, только 42% регионов, включенных в выборку, имеют значение уровня безработицы ниже среднероссийского, более чем в половине (58%) субъектов РФ безработица равна или выше среднероссийских значений. При этом в 26 регионах России уровень безработицы составляет более 125%, а в 12 – более 150% среднего по РФ (табл. 13.1).

Таблица 13.1

Распределение регионов по квантильным группам, 2011 г.

Квантили	Число регионов в группе	Доля группы в выборке, %
Менее 75%	7	8,7
75 – 100%	27	33,3
100 – 125%	21	25,9
125 – 150%	14	17,3
150% и более	12	14,8
Итого	81	100

Таким образом, в настоящее время вместо единого рынка труда существуют региональные сегменты, которые существенно различаются по ситуации на рынке труда, источникам, факторам и детерминантам безработицы. Применение математического аппарата цепей Маркова позволило оценить динамику переходов регионов из одной типологической группы в другую и рассчитать условные переходные вероятности для двух периодов – спада (2008–2009) и оживления (2010–2011). Система вероятностей, образующая матрицу переходов, характеризует некоторые тенденции изменения относительных региональных позиций на рынке труда. В данной работе этот подход применен для исследования изменений региональных уровней безработицы в 2007–2011 гг. Анализ итогов мобильности регионов показал, что многие территории сохранили принадлежность к исходной группе и относительные позиции на рынке труда. Другая часть регионов РФ ухудшила свои относительные позиции на рынке труда, переместившись в группы с более высоким уровнем безработицы. Наименьшим оказалось число регионов, которые улучшили относительные позиции на рынке труда.

По результатам выполненных расчетов высока вероятность для российских регионов сохранения принадлежности к исходному квантилю и существующих относительных позиций на рынке труда. Необходимо подчеркнуть, что в большей степени это относится к полярным типологическим группам (регионам с максимальным и минимальным уровнями безработицы).

Более детальный анализ матрицы переходов позволил типологизировать поведенческие реакции региональных рынков труда на макроэкономические изменения в условиях финансово-экономического кризиса и выделить следующие поведенческие стратегии.

Во-первых, в период кризиса отмечен рост уровня безработицы в регионах с высокой безработицей, принадлежащих к территориям с критической ситуацией на рынке труда, а в период оживления экономики отмечено снижение.

Во-вторых, произошло сокращение уровня безработицы в отдельных регионах, причины и обстоятельства которого требуют более глубокого анализа. Например, в Республике Адыгея уровень безработицы понизился с 10,3% до 5,8%, Ханты-Мансийском автономном округе безработица сократилась с 7,5% до 5,8%. Значительное сокращение безработицы отмечено в Чеченской Республике: с 53,0% до 33,0%. Однако в большинстве регионов ситуацию улучшения на рынке труда мы рассматривали как временную, поскольку были велики как численность лиц, намеченных к высвобождению, так и число работников, перед которыми имелась просроченная задолженность по заработной плате.

В-третьих, следует обратить особое внимание на усиление процессов расслоения и поляризации регионов на рынке труда, которые затрагивают не только территории с максимально высокими и низкими региональными значениями уровня безработицы, но и группу «средних» территорий. В период кризиса (2008–2009) происходит расслоение срединной части регионов, что остается незамеченным при расчете средних показателей. Анализ матрицы переходов фиксирует пере-

мещение части регионов, в которых уровень безработицы до кризиса (2007) был сопоставимым со средним значением по России, в группы с высоким и очень высоким уровнями.

В-четвертых, внутри выделенных по уровню безработицы типологических групп отмечено смещение медианного значения уровня безработицы с соответствующим сжатием спектра ниже медианы и растяжением противоположной части спектра. Подобные изменения отражают усиление межрегиональных различий внутри выделенных макрогрупп, из чего можно сделать вывод о том, что значительная часть регионов РФ не вписывается в среднестатистические характеристики и предполагает разработку активной политики на рынке труда, учитывающей специфические региональные особенности.

Таким образом, для российского рынка труда характерны значительные межрегиональные контрасты. Ухудшение ситуации на региональных рынках труда объясняется разными источниками и факторами, детерминирующими рост безработицы. Кроме того, российские регионы отличаются разной «чувствительностью» к влиянию макроэкономических факторов (шоков), воздействующих на рынок труда в условиях кризиса, что также должно быть учтено при моделировании поведения регионов на рынке труда. Выполненные оценки регрессионных уравнений свидетельствуют о том, что спад занятости определялся сокращением спроса со стороны отраслей промышленности в большей степени, чем со стороны сельского хозяйства или сектора услуг. В аграрных регионах на рост безработицы оказывают влияние такие факторы, как накопленный потенциал безработицы, ее продолжительность. Однако, если в настоящий момент аграрный рынок труда характеризуется более умеренным, чем в промышленности, сокращением занятости, вместе с разрастанием экономического кризиса и углублением его социально-экономических последствий, ситуация может измениться. Ранее была выявлена высокая отрицательная корреляция между долей сельскохозяйственных отраслей и уровнем занятости в регионе[1]. Особенно напряженной ситуация на рынке труда является в моногородах, где преобладает «очаговая безработица», при регулировании которой необходимо учитывать не только экономические и демографические, но и социальные факторы. Уровень и продолжительность безработицы в регионах разного типа имеют в качестве детерминант разные факторы. Исследованная величина эффекта сокращения «спроса на труд» на региональную безработицу значительна. Эффекты различных типов региональной структуры занятости населения также существенны. Совокупное влияние воздействия шоков (макроэкономических и секторальных), структуры занятости населения, проводимой социально-экономической политики, а также «стартовых условий» объясняют значительную

[1] *Блинова Т.В., Русановский В.А.* Экономическая политика, структура занятости и безработица в российских регионах. М.: РПЭИ, 2002; *Блинова Т.В., Русановский В.А.* Теоретические подходы к исследованию межрегиональных различий российского рынка труда // Вестник СГСЭУ. 2009. № 5(29). С. 17–21.

часть различий в уровне безработицы между регионами России. Результаты теоретического и эмпирического анализа свидетельствуют о том, что, помимо неравновесного объяснения региональных различий, нельзя исключать и влияние равновесных факторов (таких как эффект множественного равновесия), когда для определенной группы регионов существует другой (более высокий) естественный уровень безработицы.

Направления диверсификации структуры занятости

Экономическая политика, проводимая на уровне регионов, должна включать в себя не только антикризисные меры, но и направления структурных и институциональных изменений, способствующие диверсификации структуры занятости, источников доходов населения. Кризис современной модели экономического роста предполагает ее коренное преобразование за счет использования новых возможностей развития и «полюсов роста». Диверсификация экономики за счет опережающего развития наукоемких и высокотехнологичных производств, модернизации системы образования и формирования современного рынка образовательных услуг позволят ослабить зависимость регионов РФ от колебаний цен на энергоносители на мировых сырьевых рынках. Фундаментальные структурные изменения обеспечат диверсификацию экономики за счет развития наукоемких и высокотехнологичных сегментов. В связи с этим формирование долгосрочных предпосылок экономического развития России сопряжено со структурной перестройкой хозяйственной системы. Несмотря на глобальный финансовый кризис, экономика России имеет научные, технические, информационно-технологические и социальные предпосылки интеграции в постиндустриальную стадию развития. Однако необходим комплекс мер, направленных на стимулирование использования информационных технологий, структурные сдвиги, которые позволят привести отраслевые, межотраслевые, воспроизводственные пропорции в соответствие с требованиями экономики знаний.

«Новая экономика» характеризуется качественно определенной структурой занятости населения, которая, с одной стороны, отражает особенности постиндустриальной стадии развития общества, с другой – сохраняет сущностные черты национальной системы. Испытывая влияние глобальных тенденций, структура занятости в то же время отражает те диспропорции и противоречия, которые сложились в экономике и обществе на данном этапе его развития. В связи с этим вряд ли оправданно сводить содержание антикризисных мер только к задачам «сохранения рабочих мест» на существующих предприятиях. Не менее важной стратегической задачей является формирование новой модели занятости. Значительную роль в развитии новой экономики играют нематериальные активы и инвестиции в человеческий, организационный и управленческий капитал. Отраслевые структурные сдвиги в сфере занятости следует рассматривать не только с позиций ры-

ночной модернизации, но и как результат процесса перехода экономики России к новому типу занятости, соответствующему постиндустриальной стадии развития. С одной стороны, в период кризиса произошли сдвиги, соответствующие глобальным экономическим изменениям, связанным с сокращением занятых в сфере материального производства и повышением доли занятых в секторе услуг, отраслях производственной и социальной инфраструктуры. Как показывают тенденции изменения структуры российской экономики, опыт экономически развитых стран, промышленная индустрия повышает экономический рост. Начинаются расширение сферы услуг, увеличение ее доли при одновременном сокращении занятости в промышленности и сельском хозяйстве. На индустриальной стадии снижается роль сырьевых отраслей (первичного сектора экономики), возрастает значимость вторичного сектора (обрабатывающей промышленности), поскольку импорт сырьевых ресурсов может быть компенсирован экспортом промышленных товаров. На постиндустриальной стадии понижается доля вторичного сектора, возрастает роль сферы услуг. Постиндустриальное общество, по мнению Д. Белла, «определяется как общество, в экономике которого приоритет перешел от преимущественного производства товаров к производству услуг, проведению исследований, организации системы образования и повышению качества жизни; в котором класс технических специалистов стал основной профессиональной группой и, что самое важное, в котором внедрение нововведений... во все большей степени стало зависеть от достижений теоретического знания...»[1].

Вместе с тем, как показывают результаты анализа структуры занятости в России, формирующиеся пропорции характеризуют инерционную динамику, не предусматривающую глубоких сдвигов, ориентированных на решение крупных стратегических задач. Сравнительный анализ структуры занятости в экономически развитых странах и РФ позволяет выявить некоторые диспропорции. Прежде всего в настоящее время в России все еще велика доля занятых в сельском хозяйстве, которое отличается низкой производительностью труда, хотя одновременно в отрасли успешно функционируют и высокопродуктивные предприятия. Вклад сельского хозяйства в ВВП страны составляет примерно 5%, в то же время эта отрасль концентрирует около 10% занятых в экономике[2]. Поэтому важной задачей является повышение производительности труда в сельском хозяйстве за счет внедрения информационных технологий, повышения квалификации кадров, развития наукоемкого производства. Рост производительности труда должен иметь надежную основу в виде модернизации существующего производственного аппарата и освоения продукции с высокой добавленной стоимостью. Внедрение индустриальных технологий в сельском хозяйстве экономически развитых стран в свое время позволило резко сократить количество занятых в отрасли. Например, во Франции численность занятых в сельском хозяйстве сократилась с 8 млн (1945) до 0,8 млн (2000), несмотря на рост населения. В 2020 г. по прогнозным оценкам при росте

[1] *Bell D.* Notes on the Post-Industrial Society // The Public Interest. 1967. № 7.

[2] Россия в цифрах-2010: Крат. стат. сб. / Росстат. М., 2010. С. 94.

населения до 60–65 млн число занятых в сельском хозяйстве Франции составит 0,4 млн человек[1]. Однако при этом необходимо учитывать, что одновременно с сокращением численности занятых в сельском хозяйстве происходили структурные изменения, которые сформировали предпосылки сокращения численности и доли занятых в сельском хозяйстве. По оценкам специалистов, «сопряженный труд» составляет (в расчете на одного занятого в сельском хозяйстве) примерно 20–25 человек, занятых в науке, промышленности, производящей средства производства для сельского хозяйства, отраслях, перерабатывающих сельскохозяйственную продукцию и сырье, а также в сфере «производственного сервиса» – транспорта, хранения, торговли. Интеграция аграрного сектора в новую экономику закономерно происходит на основе информационных технологий, генной инженерии, развития производственной и социальной инфраструктуры. Снижение доли аграрного сектора некоторое время сопровождается увеличением удельного веса промышленного производства, но, когда доля индустриального сектора в ВВП и структуре занятости достигает экстремальных пределов, начинается замедление темпов промышленного производства, а затем происходит сокращение его доли в структуре занятости на фоне роста сферы услуг.

На данном этапе развития индустриальный сектор российской экономики является более производительным по сравнению с сельским хозяйством и со сферой услуг. В то же время производительность труда в российской промышленности ниже, чем в экономически развитых странах, что объясняется как технологической отсталостью, так и особенностями организации производства. Так, на российских предприятиях ряд вспомогательных подразделений, выполняющих функции транспортного, энергетического обслуживания, ремонта и технической поддержки, включены в состав этих предприятий в отличие от стран Запада, где эти функции выполняются специализированными фирмами. В условиях глобального финансового кризиса гарантированные государственные заказы для предприятий обрабатывающей промышленности стимулировали загрузку производственных мощностей и выступили действенной антикризисной мерой, направленной в том числе на сохранение квалифицированных кадров. Однако наряду с этим важно формировать базисные условия роста производительности труда, к которым относится стимулирование технического перевооружения промышленности на основе высоких технологий, серийный выпуск наукоемких видов техники и оборудования. Помимо адресной поддержки предприятий, необходимы инвестиционные проекты, формирующие новый сектор экономики. Факторами роста производительности труда могут стать наукоемкие производства, внедрение инноваций, повышение качества рабочей силы. Важным фактором является структура фонда внутреннего накопления, генерируемого отечественными предприятиями. Во внутренних накоплениях экономически развитых стран (США, Германии, Франции) доля технологически

[1] *Устиян И.* Мировой продовольственный кризис: серьезный вызов начала XXI в. // Экономист. 2008. № 10. С. 67.

передовых, наукоемких средств производства составляет 52–55%, в то время как в России – порядка 3%. Рост на основе наукоемких производств позволяет создавать высокотехнологичные рабочие места с достойными условиями найма.

Экономический рост обеспечивают наиболее конкурентные сегменты, которые развиваются быстрее, чем экономика в целом. На региональном уровне предприятия такого типа формируют не только высокотехнологичные рабочие места, но и значительную часть бюджета территории. «Инновационный сегмент» постепенно превратится в локомотив экономического роста, охватывая все большее число предприятий и отраслей, которые переходят на высокие технологии и наукоемкое производство.

Одна из эффективных мер, направленная на сдерживание спада производства и занятости в регионах РФ, которая была предусмотрена в антикризисном пакете Правительства РФ и реализована, связана с развитием жилищного строительства. Мультипликативный эффект, который создает жилищное строительство, позволяет использовать внутренние ресурсы регионов и развивать местную промышленность (лесоперерабатывающую, производство строительных материалов и др.).

Правительством РФ предусматривается также дальнейшая реализация программы формирования и планомерного развития российских транспортных коридоров, интегрированных в единую евроазиатскую транспортную сеть, использующую преимущества пространственного положения, развитие коммуникации страны на направлениях «запад – восток» и «север – юг», включая Транссиб и Северный морской путь; в систему приоритетных направлений входит и расширение международных и транзитных перевозок.

Развитие транспортного комплекса формирует условия для улучшения социально-экономического положения России путем снижения издержек транспортировки товаров и грузов по территории страны, улучшения качества транспортных услуг, предоставляемых населению, обеспечения растущих потребностей экономики в транспортных услугах. Транспорт – одна из наиболее стратегически важных отраслей экономики РФ. Особенности географического положения России определили значительную долю транспортных затрат в структуре производства. По протяженности железнодорожных путей РФ уступает лишь США, однако в России невелика плотность железных дорог. Среди задач развития транспортного комплекса, которые определены Правительством РФ на средне- и долгосрочную перспективы, – формирование единого транспортного пространства на территории России как обязательного условия существования единого внутрироссийского рынка; обеспечение необходимого уровня мобильности населения и транспортной доступности регионов и населенных пунктов для всех категорий граждан; обеспечение безопасного функционирования транспорта и снижения негативного воздействия транспорта на окружающую среду до уровня, соответствующего международным нормам; повышение координации в развитии транспортной инфраструктуры, разработке и реализации крупных проектов в области транспортного строительства, создания новой транспортной техники и технологий.

В настоящее время, несмотря на адаптацию отрасли к требованиям рынка, сохраняется диспропорция между потребностями экономики в транспортных услугах (их количестве, качестве, надежности) и уровнем развития транспортного комплекса РФ, которое в настоящее время не является достаточным.

Наиболее чувствительным к негативному влиянию глобального финансового кризиса оказался сегмент платных услуг, несмотря на то что финансовый сектор и сегмент платных услуг в последние годы развивались наиболее динамично. В период кризиса отмечены снижение объема продаж, сжатие спроса на различные виды услуг.

Торговля является наиболее либерализированной отраслью экономики, где доминируют частные организации. Вклад торговли в создание внутреннего валового продукта (ВВП) страны сопоставим с вкладом промышленности. Торговля и общественное питание имеют высокие показатели оборачиваемости капитала, что привлекает иностранных инвесторов. Основными факторами развития этой отрасли услуг являются рост платежеспособного спроса и увеличение объема инвестиций. По привлекательности для иностранных инвесторов она находится на втором месте после топливно-энергетического комплекса (ТЭК). Среди факторов, ограничивающих деловую активность организаций розничной торговли, следует выделить высокий уровень налогов (этот фактор назвали 52% опрошенных); недостаточный платежеспособный спрос (54%); недостаточные собственные финансовые средства (45%); высокую арендную плату (32%); высокие транспортные расходы (28%); высокий процент коммерческого кредита (21%).

Доля занятых таким видом экономической деятельности, как гостиницы и рестораны, увеличится в перспективе, вместе с тем следует обратить внимание на то, что в настоящее время рынок гостиничных услуг развивается медленно и не удовлетворяет платежеспособного спроса населения. Потенциал этого сегмента рынка услуг еще только предстоит использовать в полной мере. Сокращение доходов населения в период кризиса явилось фактором, ограничивающим развитие рынков туристических, гостиничных, санаторно-курортных услуг. Регионы России обладают значительными туристскими ресурсами, включая природные ландшафты, заповедники, памятники истории и культуры, музеи, театры, лечебно-оздоровительные рекреационные комплексы; существует потенциал роста объемов экспорта туристических услуг. В ближайшей перспективе предусмотрено создание семи туристско-рекреационных зон в таких регионах, как Республика Бурятия, Иркутская область, Ставропольский край, Краснодарский край, Алтайский край, Республика Алтай, Калининградская область. Тенденция к возрастанию роли туристической отрасли и соответствующих услуг в перспективе будет усиливаться. Учитывая огромные территории и туристические ресурсы РФ, можем говорить о недостаточном использовании потенциала российских туристских услуг в развитии национальной экономики на современном этапе.

Формирование рынка услуг здравоохранения является важным направлением, влияющим на воспроизводство человеческих ресурсов. Основными источниками

финансирования системы здравоохранения являются государственное финансирование через систему обязательного медицинского страхования и оплата частных услуг здравоохранения.

Система предоставления населению необходимой медицинской помощи приобретает в современных условиях значение жизненно важной для сохранения общества и обеспечения национальной безопасности. Между тем состояние системы здравоохранения характеризуется наличием фундаментальных проблем, требующих принятия принципиальных решений.

В переходный период значительно сократились возможности государства финансировать бесплатное предоставление населению медицинской помощи, вследствие чего резко ухудшилась ее доступность для широких слоев населения.

Следует согласиться с авторами, которые рассматривают здравоохранение и социальное обеспечение как «сферу жизнеобеспечения человека», а науку, культуру и образование – как «сферу знаний», подчеркивая, что «наука, культура и образование представляют собой единый сегмент социального сектора, в котором производятся, распределяются, осваиваются и сохраняются знания»[1].

Структурный сдвиг в отраслевой и секторальной занятости в сторону услуг представляет собой мировой цивилизационный тренд постиндустриального общества. К факторам, тормозящим формирование экономики знаний, относятся, во-первых, неэффективность существующей структуры занятости населения, во-вторых, недооценка истинной значимости отраслей, формирующих человеческий капитал нации, что проявляется в их «хроническом недофинансировании», сдерживающем развитие социального сектора. Издержки производства многих продуктов социального сектора превышают доходы от их реализации на рынке, что предполагает государственную поддержку и формирование механизмов бюджетного финансирования.

Необходимо ясно понимать зависимость состояния российской экономики от развития социальной сферы, что подчеркивают многие исследователи. «В условиях глобализации и информационно-технологической революции расходы государства на науку, культуру, образование следует рассматривать как одни из самых эффективных инвестиций»[2].

В перспективе влияние образования, профессиональных знаний, физического и психического здоровья, стиля жизни, нравственного развития, структуры ценностей различных групп населения на результаты деятельности фирм, развитие регионов и экономики в целом будет усиливаться. Возросшие требования к качеству человеческого капитала предполагают интенсивное развитие социальной инфраструктуры. Развитие российской экономики все более будет определяться отраслями сферы услуг, что требует формирования необходимых условий и

[1] *Рубинштейн А.Я.* Экономика общественных преференций. Структура и эволюция социального интереса. СПб.: Алетейя, 2008. С. 315–316.

[2] *Там же.* С. 319.

предпосылок. На современной стадии развития услуги превращаются в преобладающий сектор экономики как по доле в структуре занятости, так и по удельному весу в производстве ВВП.

Сектор услуг в России является менее развитым, чем, например, в США или странах Западной Европы. Производительность труда в сфере услуг значительно ниже, чем в экономически развитых странах, и составляет чуть более половины от уровня производительности труда в российской промышленности. Одной из причин отставания является недостаточно развитая конкурентная среда в секторе услуг, что сдерживает повышение интенсивности и качества труда. Кроме того, слабое развитие в сфере услуг получили такие виды бизнеса, как наукоемкий и венчурный, которые являются высокорисковыми. Развитие сферы услуг в перспективе должно базироваться на внедрении информационных и телекоммуникационных технологий, внедрении и использовании высокопроизводительного оборудования во всех отраслях сферы услуг.

Приоритетами экономической стратегии Российской Федерации на перспективу являются ослабление зависимости экономики от сырьевых отраслей, топливно-энергетического комплекса и усиление позиций высокотехнологичных отраслей, наукоемких технологий, сектора услуг и инфраструктуры. Структурные сдвиги позволят диверсифицировать экономику, занятость и источники доходов населения. Структурные изменения в сфере занятости населения являются не только результатом, но и предпосылкой развития новой модели экономического развития страны.

Глава 14

ОППОРТУНИСТИЧЕСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ В СФЕРЕ ИНВЕСТИРОВАНИЯ РЕАЛЬНОГО СЕКТОРА РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ

Инвестиционный механизм выступает системообразующим фактором выхода российской экономики из современного кризиса, где необходима не только мобилизация, но и эффективное использование инвестиционных ресурсов, а также выработка долгосрочной стратегии обеспечения высокой отдачи вовлекаемых в оборот средств, учитывая ограниченные возможности их привлечения в реальный сектор экономики в настоящее время. В условиях глобального финансового кризиса (2008–2009) произошло истощение инвестиционного потенциала «реального сектора экономики», усилился отток капитала за границу. Благоприятный период 1999 – 2007 гг., который характеризовался высокими ценами на нефть, был не в должной мере использован для модернизации отраслей промышленности и технологического обновления экономики. В настоящее время финансовые ограничения, обусловленные кризисом, усиливают «дефицит» инвестиционных ресурсов, оказывая негативное влияние на российскую экономику, сдерживая процесс инновационного обновления.

Сужение инвестиционных потоков в условиях слабого развития финансового сектора существенно повлияло на развитие почти всех отраслей национальной экономики России. Резко сократился объем инвестиций в легкую и пищевую промышленность, машиностроение и металлообработку, даже ориентированные на экспорт отрасли топливно-энергетического комплекса уменьшили капитальные вложения. Кроме того, на развитии реального сектора российской экономики на данном этапе негативно отразилось снижение инвестиционного потенциала банковской системы, которая в экономически развитых странах является основным источником инвестиционных ресурсов. «Банковская система при всем ее огромном развитии остается крайне слабой в сравнении с банками других стран, и в ней менее 5% “длинных” денег. Поэтому в российских активах преобладают “короткие” деньги»[1].

Особенностью российской экономики является значительная роль внешних рынков в стимулировании инвестиционной активности. На протяжении многих лет большая часть прироста капиталовложений обеспечивалась экспортоориентированными отраслями. Стимулирование инвестиционной активности за счет потребительского спроса ослабляется в условиях кризиса понижением доходов

[1] *Аганбегян А.Г.* Кризис: беда и шанс для России. М., 2009. С. 28.

населения, низкой конкурентоспособностью отечественных товаров. Российские предприятия в последние годы заимствовали средства на западных финансовых рынках. По данным экспертов, внешний долг предприятий и организаций России (внебюджетных) превысил 500 млрд долл[1]. Государство в развитых странах создает благоприятные условия, стимулирующие частные инвестиции в развитие экономики. Чем шире процесс инвестирования, тем большую роль играют частные коммерческие учреждения. Государственные институты формируют и поддерживают конкурентную среду, стимулирующую проявление предпринимательской инициативы. Во многих странах государство поддерживает внедрение инноваций и развитие наукоемких производств, используя программы развития. Кроме того, «стартовые издержки» и риски развития наукоемкого бизнеса частично компенсируются государством.

Следует согласиться с авторами, которые считают, что усложнение комплексного ресурсного обеспечения инновационной стадии развития экономики понуждает властные органы усиливать внимание к концентрации инвестиционных ресурсов и их эффективному использованию на приоритетных направлениях[2]. В условиях рыночной экономики государство может проводить инвестиционную политику, ориентированную на расширение инноваций, через введение налоговых льгот и стимулов, формирование определенного общественного мнения, создание поддерживающей системы законов, выработку стратегических ориентиров.

Государственное регулирование инновационного инвестирования может осуществляться прямыми и косвенными методами. В настоящее время расширяется частно-государственное партнерство для реализации инновационных проектов; кроме того, используется прямое финансирование работ, проводимых в реальном секторе экономики для разработки инновационных коммерческих продуктов. Косвенные методы регулирования имеют определенные преимущества, которые состоят в следующем.

Во-первых, «косвенные методы государственной поддержки обеспечивают автономность частного сектора и его экономическую ответственность за выбор инновационного инвестирования; во-вторых, они не создают искусственно поддерживаемого государством рынка знаний и нововведений, которые не всегда эффективны; в-третьих, социальные и психологические преимущества косвенного регулирования состоят в том, что получаемые предприятиями льготы являются результатом собственных усилий»[3].

В экономически развитых странах широко используются такие методы косвенного регулирования, как льготное кредитование, финансовая поддержка, налоговые льготы, отсрочка налогообложения и другие, которые дают положительный эффект стимулирования инновационных инвестиций.

---

[1] *Аганбегян А.Г.* Кризис: беда и шанс для России. М., 2009. С. 29–30.

[2] *Матвеев К.Ю.* Инновационно-инвестиционные ресурсы в модели нового качества экономического роста в России. Самара, 2008. С. 116.

[3] *Там же.* С. 121.

В условиях текущего глобального кризиса сохранение сложившейся структуры инвестиций вряд ли целесообразно. В связи с этим позитивные сдвиги в структуре инвестиций в пользу инновационных технологий и наукоемких отраслей могут рассматриваться как предпосылка преодоления кризиса.

Однако реализация комплекса мер по обеспечению инвестициями реального сектора экономики немыслима без наличия мощной и современной финансовой системы. Правительство РФ и Банк России, как отмечается в программе антикризисных мер на 2009 г., «будут стимулировать консолидацию в банковской сфере, формирование крупных и финансово устойчивых банковских структур, конкурентоспособных на международном уровне и способных обеспечивать "длинное" финансирование проектов»[1]. К сожалению, глобальная экономическая рецессия (2008–2009) расширила возможности и создала дополнительные условия для оппортунистического поведения финансовых институтов, что тормозит преодоление экономического кризиса в реальном секторе и требует углубленного исследования данных проблем.

Анализ форм и моделей оппортунистического поведения в механизме инвестирования реального сектора экономики может быть выполнен на основе институциональной теории контрактов. Основные акценты в ходе институционального анализа целесообразно сделать на издержках оппортунистического поведения, которые доминируют в классе трансакционных издержек. Важным направлением исследования является разработка теоретического инструментария оценки и снижения издержек оппортунистического поведения, а целенаправленное формирование институциональной структуры взаимодействия «государства», «кредитных организаций», «предприятий» в механизме инвестирования организаций реального сектора экономики может составить основу предотвращения различных форм оппортунистического поведения контрагентов.

Понятие «оппортунистическое поведение», впервые введенное в научный оборот Уильямсоном, и содержательно связанный с ним научный термин «ограниченная рациональность», теоретически обоснованный Саймоном, образуют поведенческие предпосылки неоинституционального анализа. В противовес неоклассической теории неоинституционализм подчеркивает ограниченность возможностей, неполноту знаний, асимметричность распределения информации, узость прогностических способностей. В связи с этим решения экономических агентов являются рациональными лишь до известных пределов, которые задаются неполнотой доступной им информации и ограниченностью их возможностей.

Оппортунистическое поведение в научной литературе определяется как «преследование собственного интереса, доходящее до вероломства» (self-interest-seeking-with-guile). С позиции институционального подхода поведение экономического агента, направленное на достижение собственных целей и не ограниченное «нравственными регуляторами», в результате чего полезность увеличивает только

[1] Программа антикризисных мер Правительства Российской Федерации на 2009 г.

одна сторона в ущерб другой, трактуется как поведенческий оппортунизм. К нему относятся любые формы обмана и нарушения взятых на себя обязательств, для которых в неоклассической теории не находилось места. Помимо различных форм оппортунизма, выделяют два его вида: оппортунистическое поведение в «узком» и «широком» смысле этого слова. Поведенческий оппортунизм в узком понимании трактуется как преследование собственных интересов вопреки установленным правилам, предоставление неполной (искаженной информации), невыполнение договорных условий. Широкое толкование оппортунизма отражает отчуждение и присвоение прав собственности при помощи искажения информации, что влечет за собой нанесение значительного ущерба другой стороне.

Для предупреждения поведенческого оппортунизма и снижения риска необходимо рассматривать весь комплекс условий и факторов его возникновения, а также возможных негативных последствий. Согласно представлениям неоинституционалистов значительная часть институтов: традиций, обычаев, правовых норм – призвана уменьшать негативные последствия ограниченной рациональности и оппортунистического поведения. Среди основных условий возникновения оппортунизма рассматривают ограниченность ресурсов, нечеткую спецификацию прав собственности, низкие стимулы безусловного выполнения договорных обязательств, степень ответственности за невыполнение условий контракта и др. В условиях экономической нестабильности «поле возможностей» для проявления различных форм оппортунистического поведения расширяется.

Следует еще раз подчеркнуть, что оппортунистическое поведение направлено на достижение собственных целей, а различные его виды и формы проявления не ограничиваются соображениями морали. Конечным результатом выступает резкое повышение полезности одной стороны в ущерб другой стороне.

Анализируя модели оппортунистического поведения в механизме инвестирования реального сектора экономики, обратим особое внимание на трансакции в сфере кредитных отношений. Как показала практика экономического развития последних лет, различные формы оппортунизма были характерны для обеих сторон участников кредитного рынка: как для кредиторов, предоставляющих ссуды на цели инвестирования, так и для заемщиков, получивших их. Обращаясь к неоинституциональной теории контрактов и рассматривая трансакции в сфере кредитных отношений, обратим особое внимание на «пучок прав собственности» и формы его экономической реализации. В системе прав собственности, экономическими формами проявления которых являются «право владения», «право распоряжения», «право пользования», целесообразно более детально рассмотреть право пользования на ссужаемую стоимость и право собственности на процент по кредиту.

Кредитная трансакция отличается тем, что права владения и распоряжения остаются у кредитора. Заемщику передаются со стороны кредитора ограниченные права на ссужаемую стоимость. Заемщику делегируется только право пользования, т.е. кредитор передает право собственности не в полном, а в ограниченном объеме. Как известно, кредит предоставляется на принципах возвратности, срочности

ности, обеспеченности, платности, которые отражаются в кредитном договоре. В определенных случаях дополнительно рассматривают принцип целевого назначения кредита. Возвратность кредита означает обязательное обратное движение средств от заемщика к кредитору. Срочность предполагает возврат кредита в указанные в соглашении сроки. Предоставление кредита под определенное обеспечение (первичное, в качестве которого выступают денежные потоки, и вторичное, в качестве которого выступают залог, поручительство и др.) обеспечивает определенные гарантии возвратности кредита и выполнения заемщиком своих обязательств. Основной формой реализации принципа «платности» является ссудный процент, кроме которого в договоре предусматриваются дополнительные платежи, связанные с обслуживанием кредита. Таким образом, по поводу кредита возникает целая система отношений, опосредующая движение денежных средств в процессе их аккумулирования, размещения, распределения, перераспределения, использования, возврата заимствованных средств, а также образования процентных доходов кредитных организаций. Полученная заемщиком ссуда временно замещает их доходы, а возврат первоначальной суммы предусматривает ее увеличение на величину ссудного процента. Содержание кредитных отношений отражается в функциях аккумулирования временно свободных финансовых ресурсов, их размещении, замещении собственных доходов заемщиков. На кредитном рынке под влиянием механизмов спроса и предложения, а также других факторов формируется «рыночная цена» кредитных ресурсов в виде процентов по кредитам и депозитам. Важными факторами, влияющими на уровень рыночных ставок ссудного процента, являются степень деловой активности, уровень инфляции, риска кредитной сделки, конкуренция на кредитном рынке, величина ставок ссудного процента, которую устанавливает ЦБ РФ.

Выполняя ценовую, регулирующую, информационную функции, а также функцию обеспечения рентабельности ссудного капитала, кредитный рынок функционирует в определенной кредитной системе. Различают банковский коммерческий, потребительский, государственный, международный кредит. Коммерческий кредит предоставляется преимущественно в товарной форме, ссудный процент имеет скрытый характер, поскольку экономический интерес кредитора выражается не столько в процентном доходе, сколько в расширении продаж (эффект масштаба). Разновидностями коммерческого кредита являются лизинг, факторинг, форфейтинг, вексельный кредит и др. В отличие от коммерческого, банковский кредит предоставляется в денежной форме. Кредитные сделки осуществляются не только (и не столько) за счет собственных средств, но и за счет привлеченных в качестве депозитов. Любая кредитная сделка отражает встречное движение обязательств, с одной стороны, обязательства банка возвратить средства вкладчикам (включая проценты), с другой – обязательства заемщика возвратить ссуды, выданные банком (с начисленными процентами).

По характеру участия в воспроизводственном процессе различают текущие, инвестиционные и межбанковские кредиты. Первые предоставляются на текущие

хозяйственные нужды, вторые – на развитие производства и приобретение недвижимости, третьи связаны с кредитованием ЦБ РФ коммерческих банков.

Положение о распределении пучка прав собственности является фундаментальным при анализе форм проявления оппортунизма. Банк распоряжается финансовыми ресурсами, собственниками которых являются акционеры (государство), вкладчики. В то же время заемщики получают ссуду и право пользования финансовыми ресурсами, временно замещая ими собственные доходы. В свою очередь собственники денежных средств передают права распоряжения и пользования потенциальным кредиторам и заемщикам. Все права контрагентов кредитного рынка отражены в контрактах, заключаемых сторонами.

Рассматривая модели оппортунистического поведения в механизме инвестирования реального сектора экономики, подвергнем институциональному анализу возвратный переход прав на ссужаемую стоимость от заемщика к кредитору. Как известно, этот возвратный переход, а также выплата ссудного процента происходят через определенный временной срок в зависимости от условий, принятых в договоре (контракте). Этот временной лаг, который образуется между датой выдачи кредита и датой его предполагаемого погашения, может быть значительным, порождает ситуацию неопределенности, а также допускает асимметричное распределение информации между кредитором и заемщиком. Оба указанных условия (неопределенность и асимметричность информации) формируют предпосылки оппортунистического поведения. При этом поведенческий оппортунизм может проявляться как на стадии заключения контракта, так и на этапе его реализации. На стадии заключения контракта кредитор сталкивается с «проблемой отбора» объектов кредитования и субъектов «контрактных» отношений. У кредитных организаций, несмотря на достаточно длительный этап формирования банковской системы, до сих пор нет надежных источников достоверной информации о заемщиках (банка кредитных историй, источников надежных экспертных оценок и др.).

Проблема неблагоприятного отбора формирует предпосылки для установления «завышенных» процентных ставок, что делает кредиты дорогими. Мотивация поведения российских банков, устанавливающих высокие процентные ставки, такова: поскольку нет достоверной информации о заемщиках, в «цену денег», выдаваемых в форме кредитов, необходимо включить «страхование риска» от невозврата кредита, задержки выплат процента и других форм оппортунистического поведения.

Подобные решения имеют негативные последствия как для самих кредитных организаций, так и для предприятий реального сектора экономики. Дело в том, что «завышенная» цена кредита исключает из числа потенциальных заемщиков ее наиболее консервативную и надежную часть, а именно тех, кто в наименьшей степени склонен к риску. Одновременно расширяется сегмент заемщиков, склонных к риску и не отвечающих высоким характеристикам надежности. В этом случае отбор может быть наименее благоприятным. Для решения проблемы предотвращения неблагоприятного отбора целесообразно использовать инструмент рационирова-

ния, суть которого состоит в разработке и использовании надежных критериев и методов оценки кредитоспособности заемщика. Возможно использование дополнительных признаков отбора (таких как наличие безупречной кредитной истории, поручительств, рекомендаций и др.).

Различные формы оппортунистического поведения проявляются со стороны кредитора и заемщика, когда участники кредитного рынка обнаруживают поведенческий оппортунизм как на стадии заключения контракта, так и в последующем – на стадии его реализации. Предконтрактный оппортунизм проявляется как форма неблагоприятного отбора. Со стороны кредитора предпринимаются попытки сокрытия реальной ставки по кредиту, когда «дополнительные поборы», ничем не оправданные, обозначаются в договоре мелким шрифтом, в завуалированной форме и т.д. Заемщик, концентрируясь на главных положениях договора, часто не замечает условий, дополнительно обременяющих контракт. Кроме того, со стороны кредитора поведенческий оппортунизм на предконтрактной стадии проявляется в различных формах искажения информации, содержащейся в малоправдивой или недобросовестной рекламе, которая привлекает заемщика.

Со стороны заемщика также возможны различные формы оппортунизма как на пред-, так и на послеконтрактной стадии. На этапе заключения контракта нередко проявляются такие формы оппортунизма, как предоставление неполной, недостоверной или заведомо ложной информации о финансовом состоянии организации и результатах реализации проекта. Кроме того, практика развития и функционирования кредитного рынка показывает, что оценка заемщиком уровня риска инвестиционного проекта, как правило, бывает заниженной. Вряд ли в данном контексте важен вопрос о «сознательном» или «невольном» поведенческом оппортунизме, связанном с неадекватной оценкой риска, поскольку эти действия будут в любом случае иметь негативные последствия.

Послеконтрактный поведенческий оппортунизм имеет также различные формы проявления как со стороны кредитора, так и со стороны заемщика. Так, со стороны кредитора он проявляется в форме требований приобретать сопутствующие банковские продукты, что увеличивает «цену» кредита и является для заемщика не совсем выгодным, повышая его издержки. Такое поведение со стороны кредитора в контексте концепции оппортунизма можно квалифицировать как «вымогательство». Оппортунизм проявляется также при попытке кредитных организаций провести процедуру «преднамеренного банкротства», чтобы избавиться от различного рода обременений (долгов, обязательств и др.). Со стороны заемщика послеконтрактный оппортунизм проявляется прежде всего в нецелевом использовании средств заемщика, а также их невозврате или задержке выплат процента по кредиту. Кроме того, заемщики часто требуют пересмотра условий погашения долга, оказывая давление на кредитную организацию, угрожая невозвратом полученных средств, проявляя различные формы «вымогательства» и «шантажа». Вымогательство чаще всего возникает в кредитных трансакциях со специфическим активом. Часто заемщик, испытывая временные финансовые затруднения,

предлагает банку изменить первоначальные условия кредитного договора, требуя для себя дополнительных выгод (например, снижения ставки по кредиту, предоставления беспроцентной отсрочки выплаты, других льгот дальнейшего погашения задолженности). Законодательство РФ предусматривает выплату долгов по банковским кредитам в порядке «третьей очереди», что осложняет и затягивает процедуру возврата ссуд, повышая вероятность невозможности их взыскания. В этих условиях банки вынуждены идти на уступки и соглашаться взаимодействовать с заемщиками на заведомо невыгодных условиях. Учитывая указанные обстоятельства, банки включают возможные «риски оппортунизма» в стоимость кредитной услуги для других заемщиков.

Поведенческий оппортунизм банков проявляется и в стремлении быстро занять значительную долю кредитного рынка, пренебрегая при этом тщательным отбором заемщиков и используя «упрощенную» технологию выдачи кредитов. С одной стороны, банки могут получать повышенные доходы как результат «эффекта масштаба», с другой – рост удельного веса просроченной задолженности по кредитам является следствием избранной стратегии банков.

Последствия оппортунистического поведения кредитора имеют негативные последствия не только для заемщика, но и для экономики в целом. Негативные последствия оппортунизма для заемщика проявляются в выделении и «дорогих кредитов», в стоимость которых включены не только «собственно процентная ставка по кредиту», но и «комиссионные сборы», а также дополнительные платежи. Негативные последствия для экономической системы проявляются, во-первых, в дестимулировании и сдерживании инвестиционного процесса, во-вторых, в усилении зависимости механизма инвестирования реального сектора экономии от зарубежных кредитов.

Послеконтрактные формы оппортунизма со стороны кредиторов и заемщиков также оказывают негативное влияние как на субъектов кредитного рынка, так и на развитие реального сектора экономики в целом. Невозможность учета всех будущих обстоятельств, неполная специфицированность условий договора позволяют одной из сторон максимизировать свою полезность в ущерб другой стороне, например, путем сокрытия информации. Кредитор, с одной стороны, старается свести потери от возникновения подобных рисков к минимуму, используя инструментарий снижения неопределенности, с другой – возможность рисков учитывается при формировании стоимости кредитной услуги в сторону ее повышения. Таким образом, поведенческий оппортунизм проявляется как реакция одного контрагента на действия другого.

Взаимодействие сторон кредитного рынка (кредиторов и заемщиков) зависит от ряда макроэкономических, отраслевых, региональных и институциональных факторов, особенностей циклической динамики и фазы цикла, которую переживает национальная экономика, возможностей снижения спроса на продукцию данной отрасли, финансового состояния предприятий, особенностей платежеспособного спроса потребителей и ряда других важных факторов, которые также необходимо

учитывать. Так, доля просроченной задолженности по кредитам, выданным нефинансовым организациям, по нашим оценкам, которые сопоставимы с результатами, полученными в работах других авторов, зависит от доли предприятий, у которых произошло снижение реальной прибыли, а также понижение спроса на выпускаемую продукцию. Выбор оптимальной формы контракта, который лежит в основе минимизации издержек оппортунистического поведения экономических субъектов, опирается на три атрибута: специфичность актива, участвующего в транзакции, степень неопределенности отношений и регулярность взаимодействия между экономическими агентами.

Таким образом, оппортунистическое поведение в механизме инвестирования реального сектора экономики проявляют как предприятия реального сектора экономики, так и коммерческие банки. Рассмотренные ранее условия, связанные с асимметричным распределением информации между кредитором и заемщиком, а также неопределенность формируют предпосылки оппортунистического поведения. При этом поведенческий оппортунизм может проявляться как на стадии заключения контракта, так и на этапе его реализации. На стадии заключения контракта кредитор сталкивается с «проблемой отбора» объектов кредитования и субъектов «контрактных» отношений. Помимо поведенческого оппортунизма, проявляющегося как реакция одного контрагента кредитного рынка (кредитора) на действия другого (заемщика), в период экономической рецессии выявлен тип поведенческого оппортунизма коммерческих банков, проявившийся как реакция на изменение экономической среды в условиях экономической рецессии.

Мировая рецессия (2008–2009) сопровождалась банкротством крупнейших финансовых институтов, падением фондовых индексов, кризисом доверия в банковских системах. В России происходил отток иностранного капитала с российских фондовых рынков, кроме того, закрывались кредитные линии. Падение цен на основные товары российского экспорта на фоне сдерживания курса рубля сформировало отрицательное сальдо внешнеторгового баланса. В результате было принято решение о «плавной» девальвации курса национальной валюты. Ограниченные возможности привлечения средств на внешних рынках, сокращение объемов кредитования со стороны российских коммерческих банков наряду с острой потребностью в ресурсах российских компаний сформировали предпосылки сжатия спроса в российской экономике. В настоящее время происходит не только снижение инвестиционной активности – предприятия реального сектора экономики перешли к стратегии оптимизации издержек. Испытывая сложности с обеспечением текущей деятельности, российские компании резко снизили инвестиционную активность. Учитывая негативные последствия «дефицита» инвестиционных ресурсов, государство выделило значительные средства для финансирования реального сектора экономики, которые были переданы коммерческим банкам для осуществления дальнейших трансакций. Наличие временного лага между получением банками средств от государства и выдачей их предприятиям реального сектора экономики породило ситуацию неопределенности, обусловив ассиметричное распределение

информации между коммерческими банками (кредиторами) и предприятиями реального сектора экономики (заемщиками). Информация о получении государственных средств на определенном этапе была известна только одному участнику потенциальной трансакции. Кроме того, необходимо обратить внимание на то, что в условиях финансово-экономического кризиса, когда решения принимаются в обстоятельствах ограниченности времени, неизбежна ситуация «неполной специфицированности условий» передачи коммерческими банками предприятиям реального сектора экономики государственных средств. Эта ситуация, позволяющая одной из сторон (коммерческим банкам) путем сокрытия информации извлекать выгоду в ущерб другой стороне (предприятиям реального сектора экономики), выступает необходимым, но недостаточным условием оппортунистического поведения. Следует учесть и ряд других обстоятельств, побуждающих и вынуждающих коммерческие банки поступать подобным образом.

В условиях экономической рецессии кредитные операции стали, с одной стороны, приносить меньше прибыли, с другой – отличаться более высокой степенью риска. По этой причине коммерческим банкам стало выгодней вкладывать ресурсы в инструменты, номинированные в иностранной валюте. Доходность от этих операций достигала 50–60% в годовом исчислении. В результате в 2008–2009 гг. в структуре доходов по банковскому сектору доля поступлений от операций с иностранной валютой значительно выросла (с 36,9% до 62,3%) на фоне снижения доли доходов по активным банковским операциям (таким как кредитование, операции с ценными бумагами и др.). В 2008 г. в целом по банковскому сектору произошло снижение показателей рентабельности.

Таким образом, в условиях глобального финансового кризиса проявились различные формы оппортунистического поведения банков, состоящие в повышении величины комиссионных доходов, увеличении их доли и уменьшении удельного веса процентных доходов банка.

Серьезной проблемой развития банковской системы в период кризиса явилась просроченная задолженность, которая, удвоившись в 2008 г., продолжала стремительно расти.

В структуре просроченной задолженности по видам экономической деятельности первое место занимают оптовая и розничная торговля, ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования, второе – предприятия обрабатывающей промышленности, третье – строительство. Высока задолженность и в сегменте, связанном с операциями с недвижимым имуществом, арендой и предоставлением услуг, а также в сельском хозяйстве, охоте и лесном хозяйстве. Наименьшая просроченная задолженность по кредитам – в секторе добычи полезных ископаемых.

Законодательство РФ предусматривает выплату долгов по банковским кредитам в порядке «третьей очереди», что осложняет и затягивает процедуру возврата ссуд, повышая вероятность невозможности их взыскания. В этих условиях банки вынуждены идти на уступки и соглашаться взаимодействовать с заемщиками на

заведомо невыгодных условиях. Коммерческие банки, учитывая указанные обстоятельства, перекладывают возможные «риски оппортунизма» на «плечи заемщиков», включая их в стоимость кредитной услуги. Одним из основных факторов снижения качества банковских кредитных портфелей стало падение стоимости активов, служащих их обеспечением: значительная часть кредитов, выданных банками, была обеспечена недвижимостью и долями участия в капитале компаний-заемщиков.

В пассивах банков существенно выросла доля средств, полученных от Банка России. Отток средств на счетах клиентов выразился в снижении их доли в совокупных пассивах банковского сектора. В этих условиях государство направляет значительные средства в банковский сектор с целью остановить углубление банковского кризиса и предотвратить ситуацию «инвестиционного голода», опасную для реального сектора экономики. Не обладая правом собственности на «специфический ресурс», принадлежащий государству, коммерческие банки максимально используют право временного «пользования» и «распоряжения» финансовыми средствами для извлечения собственной прибыли. Таким образом, в условиях кризиса основными формами оппортунистического поведения российских коммерческих банков в отношении финансовых ресурсов, выделенных государством, следует назвать, во-первых, «сокрытие информации» о движении инвестиционных ресурсов, во-вторых, временное нецелевое использование средств государства, выделенных на инвестиционные цели, в-третьих, сознательное затягивание оформления кредитных сделок с предприятиями реального сектора. В том случае, если выход из финансово-экономического кризиса будет затяжным, а государственная поддержка банковской системы продолжится, риски оппортунизма могут увеличиться. Анализ форм оппортунистического поведения участников кредитного рынка может быть выполнен на основе неоинституциональной теории (в частности, теории контрактов), позволяющей выявить причинно-следственные связи, издержки и последствия оппортунистического поведения банков для различных секторов российской экономики.

Снижению оппортунистических рисков будут способствовать правовое регулирование передачи государственных финансовых ресурсов коммерческим банкам, стабилизация макроэкономической ситуации, снижение неопределенности, развитие информационной инфраструктуры, повышение доверия к кредитным организациям, диверсификация инструментов и механизмов взаимодействия финансовых институтов и реального сектора экономики.

Научное обоснование механизмов снижения оппортунистических рисков предполагает разграничение институциональных и контрактных факторов. Если первые отражают ситуацию неполноты информации, ее асимметричное распределение между участниками контракта, вторые фиксируют несовпадение интересов коммерческих банков, предприятий реального сектора экономики, государства в отношении скорости использования и целевого назначения выделенных финансовых ресурсов. Последствия оппортунистического поведения, как и его издержки,

определяются величиной упущенной выгоды со стороны предприятий реального сектора экономики и недополучением продукции и доходов со стороны различных секторов экономики, включая не только фирмы, но и домохозяйства.

Механизмы снижения предпосылок оппортунистического поведения включают в себя:

– формирование приспособленной к условиям кризиса нормативной и методической базы организации кредитных трансакций с участием государственных финансовых ресурсов;

– построение механизма принуждения целевого использования государственных ресурсов на основе использования контрактных и репутационных институтов;

– формирование института доверия на базе «ожиданий выгоды» при дополнительном и повторном привлечении данного коммерческого банка (КБ) для реализации форм государственной поддержки реального сектора экономики;

– формирование институтов принуждения целевого использования государственных средств в полном объеме и в указанные сроки на основе контрактных обязательств, формальных и неформальных санкций, ограничивающих оппортунистическое поведение экономических агентов;

– развитие информационной инфраструктуры с целью предотвращения формирования рынков с асимметричной информацией, создание широкого сегмента консалтинговых компаний.

Результаты анализа функционирования банковского сектора в условиях глобального финансового кризиса свидетельствуют о недостаточном уровне развития институциональной структуры кредитного рынка, ее неприспособленности к условиям финансовой нестабильности, рецессии и кризиса. Посредством формирования институциональной структуры, учитывающей специфические особенности глобального финансового кризиса и его влияния на функционирование экономики и банковского сектора, можно понизить риски оппортунистического поведения.

Необходимо еще раз подчеркнуть, что наличие временного лага между получением коммерческими банками государственных средств и передачей их предприятиям реального сектора экономики порождает «ситуацию неопределенности», которая, наслаиваясь, усиливает экономическую «неопределенность», генерируемую глобальным кризисом. Указанное обстоятельство в совокупности с асимметричным распределением информации между экономическими агентами (государством, коммерческими банками, предприятиями реального сектора экономики) формирует предпосылки оппортунистического поведения. В связи с этим институты исполнения контракта (нормы бизнес-среды, условия и нормы функционирования коммерческих банков, формальные и неформальные контракты, доверие) должны дополняться институтами принуждения к исполнению контракта. В условиях кризиса необходимо также усиление государственного регулирования механизмов взаимодействия финансового и реального сегментов экономики. Нужно также подчеркнуть различные формы проявления оппортунизма и со стороны

предприятий реального сектора экономики, получивших государственную поддержку и участвующих в схемах реструктуризации банковских кредитов, пролонгации невозвратных кредитов и др.

Выполненный ситуационный анализ феномена «квазиинвестиций» позволяет выявить отсутствие рыночных стимулов к инвестициям в реальные активы и слабую инвестиционную мотивацию компаний. В ситуации, когда возврат банковских кредитов можно «отсрочить», более того – возможно получить дополнительные финансовые средства для предприятий реального сектора экономики, отсутствуют стимулы для инвестирования. Во-первых, в условиях финансово-экономического кризиса произошло «сжатие» внутреннего спроса на товары и услуги, что не побуждает к расширению производства. Во-вторых, государственная поддержка и банковские кредиты (как отсрочка их погашения, так и дополнительное кредитование) не стимулируют к сокращению издержек производства или его технологическому обновлению. В результате низкая рентабельность сохранится, что потребует дополнительного финансирования со стороны государства и банков. Массовой формой оппортунистического поведения является невозврат банковских кредитов со стороны предприятий реального сектора экономики, в результате чего обострилась проблема «токсичных активов» кредитных организаций.

Сложившаяся практика реструктуризации проблемных долгов банкам в целях уменьшения размера резервов, создаваемых на возможные потери по ссудам, не всегда эффективна. Объем просроченных кредитов предприятий и физических лиц продолжает расти, как и количество ссуд, которые потенциально «безнадежны к погашению».

Среди механизмов «кризисной расчистки рынка кредитов» можно выделить три основных направления: во-первых, списание «токсичных активов», во-вторых, их «продажу», в-третьих, создание коллекторских подразделений.

В настоящее время, на данной стадии кризиса, для российских банков предпочтительнее оказываются тактика «реализации долгов» по наиболее выгодной цене или же создание собственных коллекторских подразделений. Политика «списания долгов» не поддерживается банковским сообществом в целом, хотя отдельные кредитные организации рассматривают такой вариант как целесообразный и экономически оправданный. Прежде всего тактика «списания долгов» не способствует «раздуванию резервов», которое неизбежно при реструктуризации долга. Как известно, в соответствии с Положением ЦБ РФ от 26.03.2004 г. № 254-П кредит, признанный безнадежным к взысканию, требует формирования 100%-ного резерва на потери по ссуде. В этом случае кредитные организации вынуждены увеличивать резервы под созданную проблемную задолженность, давление на банковский капитал увеличивается, а его размеры сокращаются.

Кроме того, безнадежные для взыскания ссуды могут быть списаны с баланса банка после процедуры судебного разбирательства, что требует дополнительных издержек, которые могут превышать полученные выгоды. Сложившийся механизм, включающий в себя компоненты, которые тормозят и затрудняют процедуру

списания, для условий финансово-экономического кризиса вряд ли подходит, требуя определенной корректировки. В условиях финансовой нестабильности необходимы механизмы «гибкого регулирования» подобных операций, облегчающие коммерческим банкам списание «токсичных активов».

Концептуальную схему «очищения» кредитных организаций от «токсичных активов» не следует рассматривать как благотворительность. Этот механизм имеет основательную экономическую мотивацию, позволяя привлечь внешние инвестиции под более качественный кредитный портфель и возобновить активную кредитную деятельность. Многие банки, в их числе и «Уралсиб», используют такую форму реструктуризации долгов, как отмена штрафов за просроченную задолженность. Более мелкие коммерческие банки отказались от штрафных санкций по просроченным потребительским и автокредитам, поскольку начисляемые пени понижают категорию качества ссуд. Оптимизационные программы своим заемщикам разработали «Абсолют Банк», «Связь Банк», «Метробанк» и другие кредитные организации. Необходимо обратить внимание на «конфликт интересов» между банковской системой, государством и реальным сектором экономики.

Если банки заинтересованы в увеличении объемов рефинансирования банковской системы, государство намерено существенно сократить средства, выделяемые на эти цели. Поскольку в пассивах банков доля рефинансирования не превышает 20%, возможно использование других механизмов для поддержания устойчивости финансовых институтов, в частности, целесообразно, чтобы ЦБ РФ увеличил горизонт предоставления субординированных кредитов коммерческим банкам до 6–7 лет вместо трех лет в настоящее время. Кроме того, в период кризиса имеет смысл отойти от принципа «равных долей» государства и банка в механизме капитализации. В ситуации, когда государство готово участвовать в капитализации банка, необходимо сократить вклад акционеров банка до 5–7%. В настоящее время государство готово участвовать в капитализации на основе правила «15 на 15», когда акционеры банка увеличивают его капитал на 15%, столько же со своей стороны добавляет государство. В условиях кризиса средства на капитализацию банка ограниченны. Одной из важных мер, направленных на увеличение капитала банка, могло бы быть предоставление временных льгот банкам по налогу на прибыль. Снижение нормативов резервирования также является действенной антикризисной мерой, поскольку традиционно резервировались все плохие активы, что сокращало размеры капитала банков. Среди реализованных мер следует назвать разрешение ЦБ РФ не создавать резервы по кредитам, предоставленным агентствам по страхованию вкладов.

Кроме того, ЦБ РФ целесообразно разработать дополнительные меры поддержки тех банков, у которых потенциально может возникнуть «отрицательный капитал». Ведь ухудшение качества активов и сокращение капиталов банков, в том числе до отрицательного значения, являются последствиями глобального финансового кризиса, системными проблемами развития банковского сектора. В связи с этим необходимо создание целевого фонда «токсичных (проблемных) активов».

Следует подчеркнуть, что «проблемные активы», с одной стороны, возникли под влиянием негативных последствий кризиса, с другой – проявился непрофессионализм менеджмента и различных форм оппортунистического поведения. В системе современного риск-менеджмента недооценивается, а часто просто игнорируется опасность кредитного риска, в погоне за высокой прибылью активно используются высокорисковые инструменты (табл. 14.1).

Таблица 14.1

Определение категории качества ссуды с учетом финансового положения заемщика и качества обслуживания долга

Обслуживание долга / Финансовое положение	Хорошее	Среднее	Плохое
Хорошее	Стандартные (I категория качества)	Нестандартные (II категория качества)	Сомнительные (III категория качества)
Среднее	Нестандартные (II категория качества)	Сомнительные (III категория качества)	Проблемные (IV категория качества)
Плохое	Сомнительные (III категория качества)	Проблемные (IV категория качества)	Безнадежные (V категория качества)

Величина расчетного резерва в соответствии с Положением ЦБ РФ (№ 254-П) классифицируется по ссудам, качество которых определяется на основе двух критериев: во-первых, финансового положения заемщика, во-вторых, качества обслуживания долга. Целесообразно дополнить и расширить поэлементный состав системы управления банковскими рисками: к существующим в текущей банковской практике элементам (таким как субъекты управления, идентификация риска, оценка степени риска, мониторинг риска) добавить еще два компонента, связанных с идентификацией причин и последствий кризиса, а также с выделением «критической зоны», в которой последствия особо опасны для банковского сектора. Если основываться на матрице «финансовое положение – обслуживание долга», по степени риска можно выделить следующие территории: во-первых, «зону умеренного риска», в ее состав входят стандартные, нестандартные и сомнительные ссуды, имеющие I, II, III категории качества; во-вторых, «зону высокого риска», включающую в себя все проблемные ссуды, имеющие IV категорию качества; в-третьих, «зону критического риска», которую образуют безнадежные к возврату ссуды (табл. 14.2).

Таблица 14.2

Величина расчетного резерва по классифицированным ссудам

Категория качества	Наименование	Размер расчетного резерва в процентах от суммы основного долга по ссуде
I категория качества	Стандартные	0
II категория качества	Нестандартные	От 1 до 20
III категория качества	Сомнительные	От 21 до 50
IV категория качества	Проблемные	От 51 до 100
V категория качества	Безнадежные	100

Как показывает практика, в условиях дорогих и менее доступных кредитов компании-заемщики (потенциальные) нередко просто фальсифицируют бухгалтерскую отчетность, что выступает еще одной формой оппортунистического поведения на рынке кредитов. Опасаясь подобных практик со стороны компаний-заемщиков, кредитные организации ограничивают объемы кредитования и в условиях понижения курса рубля пытаются всеми способами заработать на колебаниях курсов валют. Выявлены формы оппортунистического поведения банков, состоящие в повышении комиссионных доходов банка, увеличении доли комиссионных доходов и уменьшении доли процентных доходов.

Таким образом, различные формы поведенческого оппортунизма в инвестиционном механизме взаимодействия «коммерческие банки – реальный сектор экономики» в период глобального финансового кризиса проявились с обеих сторон и были характерны как для банков, так и для предприятий. Учитывая негативное влияние последствий экономической рецессии (2008–2009) для всех банков независимо от их размера, необходимо разработать и реализовать комплексный подход к управлению рисками (учитывая риски оппортунистического поведения), включающий в себя построение карты рисков, основанной на шкале «влияние – вероятность», при этом сначала определяется так называемая линия толерантности, т.е. предел, превысив который риск может поставить под угрозу функционирование банковского бизнеса. Максимальные усилия должны быть направлены на ликвидацию тех рисков, которые выходят за линию толерантности. В результате классификации, оценки рисков и построения карты рискам присваиваются категории важности – от уровня «очень важно», когда требуются особые меры, до уровня «важно», когда какие-либо специальные меры не нужны. Такой подход позволяет составить паспорт рисков, где дается подробный перечень основных средств, связанных с каждым из видов рисков. Использование карты и паспорта рисков позволяет отслеживать возможные риски и предпринимать шаги по их минимизации, используя программу управления рисками.

Целесообразно дополнить и расширить поэлементный состав системы управления банковскими рисками: к существующим в текущей банковской практике элементам (таким как субъекты управления, идентификация риска, оценка степени риска, мониторинг риска) добавить компонент, связанный с выделением «критической зоны», в которой последствия особо опасны для банковского сектора. Целенаправленное формирование институциональной структуры взаимодействия «государства», «кредитных организаций», «предприятий» в механизме инвестирования организаций реального сектора экономики может составить основу предотвращения различных форм оппортунистического поведения контрагентов. В этом случае вероятность рисков оппортунистического поведения будет существенно снижена.

Глава 15

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ РЕЗУЛЬТАТЫ, ДОСТИГНУТЫЕ В РАМКАХ ПОВЕДЕНЧЕСКОЙ ЭКОНОМИКИ[1]

Можно считать установленным фактом, что возрождение экономической психологии и появление поведенческой экономики в качестве актуальной области научного поиска во всемирном масштабе приходятся на период интеграции в развитии науки. В этой связи можно утверждать, что современная экономическая психология и поведенческая экономика – это не специализация в рамках психологии или экономической теории, а интеграция данных наук, надстройка над ними, позволяющая преодолеть современный методологический кризис обеих материнских наук за счет пересмотра их аксиоматических положений (прежде всего – на основе лабораторного эксперимента и психометрики). Об этом несколько лет назад писал и один из ведущих специалистов по поведенческой экономике Ф. Ван Раай: «Поведенческая экономическая теория есть объединение психологии и экономической теории, которая исследует, что произойдет в экономической системе, на рынках, где отдельные агенты демонстрируют ограничения в познавательных способностях и естественные трудности в принятии решений»[2].

Итак, основные функции (относительно материнских дисциплин – экономической теории и психологии) поведенческой экономики – это интеграция достижений обеих базовых для нее наук и извлечение из этого синергетического эффекта, способного преодолеть методологический кризис как в экономической теории, так и в психологии. По нашему мнению, данные функции могут быть названы теоретическими.

Следующая функция экономической психологии и поведенческой экономики была обозначена еще Г. Тардом в его знаменитом двухтомнике, звучит как «изучение психологических оснований экономических процессов»[3] и может быть существенно уточнена на современном этапе развития экономики.

Дело в том, что понимание уникальности и психологичности каждого участника экономических процессов (а сейчас в данных процессах участвует практи-

[1] Раздел подготовлен в рамках проекта «Поведенческие факторы стимулирования инновационной активности и стратегия развития России» по ФЦП «Научные и научно-педагогические кадры инновационной России на 2009–2013 гг.».

[2] *Mullainathan S., Thaler R.H.* Behavioral Economics // NBER. Working Paper. 2000. № 7948. P. 1.

[3] *Tarde G.* Psychologie economique. Collection: Bibliotheque de philosophie contemporaine. Ancienne Librairie Germer Bailliere et Cie. T. 1. 1902.

чески все население земного шара) – это именно тот обязательный момент, без которого не может быть успешной сама экономическая деятельность. Поворот от анализа безличных экономических агентов к рассмотрению массовой психологии потребителя (прежде всего – рекламы), использование достижений социальной психологии (при позиционировании фирмы на рынке, для создания потребности в своем товаре, рабочей мотивации, в подборе команды, изучении внутренней среды организации и т.д.) – это уже давно факты экономической сферы жизнедеятельности человека, при этом следующего шага в этом направлении – собственно индивидуации экономики – пока не происходит, поскольку экономисты второй половины XX в. работали с массовым потребителем, создавали общество потребления, а не пытались учесть психологические особенности каждого участника. Как итог, современная экономическая сфера – это сфера манипуляции, построенная, скорее, на законах Д. Карнеги[1], чем на сотрудничестве и взаимоуважении, причем экономическая практика убедительно показывает, что по мере развития экономики происходит отказ от рассмотрения человека в качестве объекта экономических процессов. Уже заметны отказ от термина «рабочая сила» в пользу человеческого капитала, рост учета личностных особенностей руководителей. На очереди – отказ от восприятия потребителей как объекта воздействия со стороны производителей. Однако произойти такой переход может лишь на мощной теоретической и экспериментальной базе, а это и есть функция экономической психологии, которую можно обозначить как мировоззренческую.

Как отмечают современные исследователи, поведенческая экономическая теория на данный момент выступает своего рода «модернизацией неоклассического направления»[2] экономической науки, а не реализацией своего интегративного потенциала, о котором мы написали выше. При этом, как отмечается в аналитическом обзоре, подготовленном в Институте экономики РАН, в современной поведенческой экономической теории используются те же методы, что и в других областях экономической науки. Однако ключевым отличием выступает то, что основой для любой работы по поведенческой экономике являются экспериментальные данные, тем самым осуществляется переход от дедуктивной экономической науки к гипотетико-дедуктивной.

Принципы поведенческой экономики:

1) поиск, документальное подтверждение и многократная экспериментальная или эмпирическая проверка экономических явлений;

2) разработка альтернативной модели, способной объяснять, улавливать точность в действиях экономических агентов;

3) выведение нетривиальных, фальсифицируемых следствий из новой предло-

[1] *Карнеги Д.* Как завоевывать друзей и оказывать влияние на людей. Как вырабатывать уверенность в себе и влиять на людей, выступая публично. Как перестать беспокоиться и начать жить. Минск, 1990.

[2] *Павлов И.А.* Поведенческая экономическая теория – позитивный подход к исследованию человеческого поведения (научный доклад). М.: ИЭ РАН, 2007.

женной модели и их проверка на реальных данных с целью установления ее предсказательной способности по сравнению с ортодоксальной версией.

На основе вышеозначенных принципов представителям поведенческой экономики удалось существенно дополнить экономическую теорию в методологическом, теоретическом и практическом плане.

В качестве основного методологического результата развития поведенческой экономики стоит выделить реальное опровержение тезиса многих экономистов, что «экономическая наука лишена возможности использования эксперимента в качестве важнейшего звена проверочного механизма, которым располагают естественные дисциплины». Подобное убеждение приводило к тому, что было нельзя провести эмпирическую верификацию экономического знания, а значит, единственно возможной методологией становился «Ф-уклон», основанный на нереалистичных предпосылках (принцип «как будто»)[1]. Благодаря работам представителей поведенческой экономики: М. Алле, Э. Брендстаеттера, Д. Канемана, Ф. Ван Раая, В. Смита, А. Тверски и других – эксперимент стал неотъемлемой частью современной экономической науки. Один из основателей экспериментальной и поведенческой экономики – В. Смит – отмечает: «Каждый лабораторный эксперимент определяется через условия окружающей среды, указывающие исходные начальные запасы, фонды, предпочтения и издержки, которые являются причиной обмена. Элементы окружающей среды контролирует экспериментатор, используя денежные вознаграждения, для того чтобы стимулировать желаемую конкретную систему, конфигурацию “стоимость – издержки”. В эксперименте также используются институты, устанавливающие язык (сообщения) рыночной коммуникации, связи (заявки или цены, предлагаемые покупателем; предложения продавцов; сделки), правила, которые управляют обменом информации, и правила, при выполнении которых сообщения способствуют заключению контрактов, соглашений. Данные институты устанавливаются инструкторами-экспериментаторами, которые описывают сообщения и последовательность рыночных действий, являющихся в наибольшей степени управляемыми, регулируемыми компьютером. В конце концов мы получаем наблюдаемое поведение участников эксперимента как функцию от условий среды и институтов, которые представляют собой управляемые переменные»[2].

Одним из основных достижений поведенческой экономики в сфере теории выступает уточнение тезиса об основах экономического поведения. Как известно, в ортодоксальной экономической теории одним из системообразующих принципов является принцип рациональности поведения экономических субъектов, восходящий к философским работам XVII–XVIII вв.

---

[1] *Фридмен М.* Методология позитивной экономической науки // THESIS. 1994. Вып. 4. С. 34–35.

[2] *Smith V.L.* Economics in the Laboratory // The Journal of Economic Perspectives. 1994. Vol. 8. № 1. P. 113–114.

Основоположником рационализма в философии считается Р. Декарт. Согласно ему разум, познание представляют собой не социальное явление, а способность, данную индивиду от природы. «Способность правильно судить и отличать истинное от ложного... от природы у всех людей одинакова»[1]. Приняв рационализм за точку отсчета, современная экономическая наука взяла его в качестве постулата, в канонической форме сформулированного в XVIII в. философом-утилитаристом И. Бентамом. Согласно ему, человек непрерывно занят процессом «калькуляции блага», т.е. пытается вычислить наиболее выгодный для себя тип поведения, подсчитывая все положительные и отрицательные последствия своих решений. Именно этот взгляд на человека лежит в основе философии капитализма с его стихией свободной конкуренции, а также западной рационалистической этики. В середине прошлого века принцип «калькуляции блага» трансформировался в принцип «максимизации ожидаемой полезности». Следовательно, от человека ожидается, что каждый раз он будет учитывать не только все положительные и отрицательные последствия своих действий, но и вероятность их наступления. Например, покупая автомобиль, он будет учитывать его стоимость, удовольствие от быстрой езды и завистливых взглядов знакомых, а также вероятность кражи, аварии, стоимость ремонта и т.п.

В современной экономической науке, по мнению отечественного экономиста В.С. Автономова, можно выделить два подхода к пониманию рациональности:

– формальный, при котором данная категория рассматривается как совокупность способов и процедур оптимизации экономической системы;

– функциональный, при котором рациональность выступает базовой моделью большинства общественных наук, своего рода абстракцией, нормативом экономической деятельности.

Во втором случае рациональное поведение в традиционном для социальных наук смысле можно квалифицировать как такое, которое кратчайшим (из всех возможных) путем приводит данную систему к сохранению и увеличению ее гомеостазиса (в этом смысле оно функционально)[2]. Схожих взглядов придерживается, в частности, один из ведущих ученых в сфере поведенческой экономики, автор теории «ограниченного выбора», лауреат Нобелевской премии Г. Саймон, утверждающий, что моменты равновесия какой-либо системы и ее приспособления к среде являются нейтральными по отношению к оптимальному поведению, поскольку равновесное состояние системы еще не означает ее оптимального состояния[3]. Таким образом, с содержательной стороны рациональность приводит к признанию за субъектом способности к стремлению к идеалу, оптимизации соотношения затрат и результата.

---

[1] Субъект и объект как философская проблема. Киев, 1979.

[2] *Автономов В.С.* Модель человека в экономической науке. СПб., 1998. С. 12.

[3] *Саймон Г.* Рациональность как процесс и продукт мышления // THESIS. 1993. Вып. 3. С. 74.

Помимо принципа оптимизации, ученые выделяют еще один момент, характеризующий рациональное поведение, – самодетерминацию поведения. Согласно взглядам другого поведенческого экономиста – лауреата Нобелевской премии М. Алле – определение экономической рациональности формулируется в предположении, что индивид сам по себе лучшим образом знает и определяет для себя цели и оптимальные способы их достижения. На этой предпосылке экономической теории основано одно из ее фундаментальных понятий – «предпочтение». Эвристическая ценность этого понятия основывается на том, что любой потребитель «отдает предпочтение тому, что сам считает предпочтительным». Взаимозаменяемость целевых предпочтений, таким образом, может быть признана отличительным свойством той модели рациональности, которая используется в экономической науке. Это означает, что факты рационального поведения в экономическом смысле можно констатировать везде, где можно зафиксировать внутренне непротиворечивую (т.е. последовательную, иерархическую и независимую от внешних содержаний) систему предпочтений[1]. Таким образом, М. Алле, с одной стороны, говорит о том, что человек выступает рациональным, когда он самостоятельно ставит свои цели, т.е. проявляет субъектность, с другой (более спорной) – что человек осуществляет выбор цели из некоего многообразия данных ситуацией. Что самое главное, индивид при этом четко и безошибочно выбирает наиболее релевантный путь, что, как мы уже отмечали в предыдущих главах, не подтверждается практикой социально-экономического развития и результатами эмпирических исследований психологов.

Другая важная составляющая экономической рациональности – целенаправленность. Рассмотренное в экономическом аспекте человеческое поведение интерпретируется как результат сознательных целерациональных индивидуальных действий. Причем (по М. Веберу) целерационально действует только тот, кто «ориентирует свои действия на цели, средства и побочные результаты и при этом рационально соотносит как средства с целями, так и цели с побочными последствиями, различные возможные цели друг с другом»[2], выстраивая, таким образом, иерархию целей, детерминированную собственной системой предпочтений. В экономике эта установка была сформулирована К. Менгером, а дальнейшее развитие получила в работах представителей неоавстрийской школы и Й. Шумпетера. Сознательная постановка целей при этом признается априорной, так как считается, что предварительное планирование деятельности предшествует самой этой деятельности. Целерациональность рассматривается и как стремление к максимальной полезности, и как стремление к лучшему удовлетворению своих потребностей, а также в виде «предпочтений», «весов» и «целей» в новейших экономических концепциях.

Подводя итог этому небольшому обзору подходов к пониманию рациональности, отметим, что она в экономической теории в целом определяется как максимизация какой-либо целевой функции при данных ограничениях. Так (по мысли Д.Н.

[1] *Алле М.* Условия эффективности в экономике. М., 1998. С. 185.

[2] Wirtschaft und Gesellschaft. 5. Auflage. Tübingen: Paul Siebeck, 1972. S. 13.

Хаймана), ключевая поведенческая предпосылка в моделях, используемых в современной микроэкономике, заключается в том, что поведение людей мотивируется желанием максимизировать чистый выигрыш, получаемый при осуществлении операций. При этом нахождение наилучших средств для достижения той или иной цели осуществляется безотносительно к самим конкретным целям. Формирование этой установки, разделяемой большинством современных экономистов, восходит к теории познания Д. Юма, в которой рациональность сводилась к простому формальному отношению целей и средств. В итоге структура экономической рациональности рассматривается как полностью независимая от конкретных психологических процессов в рамках индивидуального сознания (сомнений, колебаний, промежуточных решений, переформулировок целей, изменения предпочтений и т.д.).

Экономическая наука анализирует факт выбора в качестве самодостаточного, полного и завершенного, заключая «в скобки» его психологическую природу[1]. Это, как мы уже неоднократно отмечали, объясняется акцентом внимания исследователей на процессах преобразования биосферы при отвлечении от их субъектной стороны. Исходя из подобного подхода выстраивается соответствующего рода экономическая психология, объясняющая поведение людей. В частности, (согласно Д. Юму), мораль, выступая основанием социально-политической жизни государства, является результатом баланса индивидуальных аффектов. Стремление к удовольствию при этом трактуется как последнее основание всякого человеческого действия. К той же парадигме относится и модель «эгоистического индивида» А. Смита. Описание рыночных закономерностей основано в ней на тщательном и всестороннем прослеживании игры интересов всех участвующих в экономическом процессе сторон: собственников земли, предпринимателей, буржуазии, торговцев и рабочих.

В итоге (согласно Н.М. Кизиловой) основу экономической рациональности составляет модель «экономического человека» как «рационального максимизатора полезности». Ее можно обнаружить прежде всего в маржиналистских теориях предельной полезности (Л. Вальраса, У. Джевонса, К. Менгера). Базовая идея этих концепций – «максимизация полезности» – своим происхождением обязана утилитаристскому учению И. Бентама. Главным образом это касается важнейшей для данного ученого концепции «максимизации счастья». Построенное на этой идее психологическое учение И. Бентама, в свою очередь, сильно зависит от ассоцианистской психологии XVI–XVIII вв., важнейшие положения которой сводятся к следующим взаимосвязанным элементам: концепции опыта как комплекса чувственных впечатлений; идее непосредственного жизненного опыта как единственного источника достоверного знания; учению об индивидуальном сознании как tabula rasa, лишенной каких-либо собственных априорных представлений, не содержащихся в опыте; редукции психического аппарата к «впечатлениям» как

[1] *Кизилова Н.М.* Философия экономики: методология обоснования экономической рациональности: автореф. дис. … д-ра филос. наук. М., 2006.

его простейшим единицам и истолкованию психических функций как простого результата произвольных комбинаций («ассоциаций») таких единиц.

В противоположность данной модели человека, автоматически реагирующего на раздражители внешнего мира и в своих выборах руководствующегося только чувствами удовольствия и неудовольствия, экспериментальная психология В. Вундта и бихевиористское учение Дж. Уотсона предложили концепцию активной личности, на решения и поведение которой влияет целый комплекс причин, не ограничивающихся только стремлением к удовольствию (таких как врожденные инстинкты, разнообразные физиологические и биологические факторы). В экономической теории представители альтернативного маржинализму «объективистского» направления стремились вытеснить любые психологические импликации экономической науки за ее пределы. Относя проблему стоимости как ценности в разряд внешних, неэкономических, проблем, приверженцы радикального антипсихологизма сосредоточиваются на анализе кривых безразличия, которые, как предполагается, не содержат в себе никаких специальных отсылок к тем или иным особенностям человеческой природы. В «теории выявленных предпочтений» П. Самуэльсона от потребителя не требуется максимизировать полезность с помощью точных рациональных исчислений – он просто делает последовательный непротиворечивый выбор, предпочитая один вариант другому. Место понятия полезности занимает теперь понятие предпочтения (выбора). В рамках данной концепции, таким образом, убедительно демонстрируется эквивалентность непротиворечивого выбора и максимизации некоторой функции. Как полагает ученый, субъект всегда максимизирует какую-либо вполне конкретную величину (а не абстрактную идею полезности), акты выбора, в которых осуществляется эта процедура, эмпирически наблюдаемы. Последнее обстоятельство позволяет выстроить данную теорию в соответствии со строгими критериями научности[1].

Свое развитие тенденция радикального антипсихологизма получила и в теории Дж. Хикса, в которой переосмысление основных положений маржинализма привело к отражению свойств человеческого поведения с помощью концептуального языка математики. Речь здесь идет о таких анонимных свойствах кривых безразличия, как выпуклость, непрерывность и гладкость, при этом данные понятия и свойства по-прежнему имеют в теории статус необсуждаемых постулатов, что указывает на их генетическую связь с маржиналистскими допущениями. С другой стороны, эта теория фактически продемонстрировала принципиальную независимость теории цены от каких бы то ни было психологических предпосылок. Психология И. Бентама при этом оказалась только одним из возможных способов описания ценовой динамики, утратив свой приоритет в решении подобных вопросов. В целом объяснению причины выбора Дж. Хикс предпочел регистрацию самого факта выбора. В результате психологические свойства выбирающего человека были модифицированы в простейшие свойства математических функций.

[1] *Автономов В.С.* Человек в зеркале экономической теории (очерк истории западной экономической жизни). М., 1993. С. 42–43.

Другой вариант решения проблемы рациональности представлен в концепции основоположника институционализма Т. Веблена. Эта теория (по сути) представляет собой синтез эволюционного учения Ч. Дарвина, психологии У. Джеймса и отдельных психологических идей У. Магдугалла. Т. Веблен выделяет две поведенческие модели экономического человека, образующиеся из различных комбинаций базовых человеческих инстинктов, – «промышленное поведение» и «денежное соперничество». Последняя может порождать бесполезные образования, которые в экономическом отношении часто даже не направлены на непосредственное извлечение прибыли. Например, деятельность крупных предпринимателей-монополистов, ориентированная на приобретение как можно большей части самой промышленной системы, является разрушительной для процесса общественного производства, тормозит и блокирует его эффективность. Как следствие, модель ищущего наслаждений рационального максимизатора оказалась непродуктивной для адекватного описания такого экономического поведения[1].

Разбирая общие вопросы экономической рациональности, А. Маршалл указывает на ее гипотетический статус: все человеческие действия в экономике рассматриваются в таком контексте, как если бы они были полностью рациональными[2]. В этой связи В.С. Автономов обозначает границы применимости понятия «рациональной максимизации полезности»: отсутствие необходимости учитывать возможные ответные действия других индивидов и введение ряда дополнительных гипотез, моделей и предпосылок (например, гипотезы об одинаковом поведении экономических субъектов, концепций конкуренции, равновесия и всеохватности рынков и др.). По мнению Л. фон Мизеса, абсолютно рациональное человеческое поведение было бы возможно только в условиях совершенного рынка, и если соответствующая антропологическая модель в отдельных случаях не работает, то это может означать только несовершенство самого рынка, искажающее влияние на него внешних факторов.

Критикуя концепцию «экономического человека», представители немецкой исторической школы (М. Вебер, В. Зомбарт, Ф. Лист, Г. Шмоллер) отмечали, что в своем поведении человек руководствуется не соображениями рациональности, а привычками и традициями. Так (согласно М. Веберу), сама по себе неуправляемая энергия страсти к наживе еще не является отличительным признаком капиталистического духа – необходимо ее рациональное оформление по ряду признаков, таких как:

а) рациональная организация свободного труда в форме предприятия;

б) нормирование хозяйственной деятельности;

в) ориентация экономической активности на товарный рынок, а не на политическую борьбу или иррациональную спекуляцию;

г) отделение предприятия от домашнего хозяйства.

---

[1] *Веблен Т.* Теория праздного класса. М., 1984. С. 73–82.

[2] *Marshall A.* Principles of Economics. L., 1961. Vol. 1.

Эти формальные условия следует отличать от конкретной рациональной процедуры принятия решений, в качестве образующих элементов которой Вебер выделяет контроль, координацию, инициативу, анализ и гибкую ценовую политику.

Пытаясь закрепиться в чуждой среде традиционной экономической культуры, эти элементарные формы рациональной организации производства сталкиваются с серьезными трудностями. Экономическая мотивация рабочего ранней стадии капитализма еще сильно отличается от установок предпринимателя современного ученого типа, поскольку, по его мнению, укоренена в совершенно иной ментальной культуре, воспитывавшейся веками. В соответствии с этой культурой увеличению заработка человек предпочитает облегчение работы. Появлению нового экономически-антропологического типа должны были предшествовать глубинные историко-культурные процессы, которые постепенно начнут вырабатывать у человека необходимые для экономической рациональности этические и психологические качества: осмотрительность, решительность, расчетливость, сдержанность, умеренность и упорство, способность трезво оценивать ситуацию, предприимчивость, верность принципам, преданность выбранному делу, честность. Такой человек будет понимать приумножение капитала как этическую норму, организующую весь его жизненный уклад при полном отказе от наслаждений, даруемых деньгами. Этот подход получил название цивилизационного.

Подводя итог анализу, во многом основанному на работах В.С. Автономова, М. Вебера и Н.М. Кизиловой, заметим, что с философской точки зрения можно выделить некое общее понятие рациональности как разумной и адекватной ориентации в рамках какого-либо положения дел[1], причем на цели такого поведения накладываются некоторые содержательные ограничения: не всякая цель может быть названа разумной, как и не всякое желание оправданно. Поэтому, для того чтобы определить рациональное поведение субъекта в рамках экономической деятельности (согласно Н.М. Кизиловой), можно выделить шесть содержательных структур: оптимизацию, осознанность, взаимосогласованность и непротиворечивость системы предпочтений, целеполагание, формализм (нейтральность в отношении содержания целей) и антипсихологизм (независимость от процессов формулирования выбора)[2].

Именно в вышеозначенной форме принцип рациональности и подвергается существенной критике со стороны поведенческой экономики на протяжении второй половины XX в. Начало для его опровержения было зафиксировано теорией Дж. Стиглера о редкости и платности информации. Г. Саймон под давлением критиков базового неоклассического тезиса дополнил идею Дж. Стиглера тезисом о неполной рациональности экономических субъектов, связанной с ограниченностью когнитивных способностей экономических агентов, сохранив, таким образом, сам

[1] Анализ исторического генезиса рациональности предпринят в работах отечественных философов: Н.С. Автономовой, П.П. Гайденко, Ю.Н. Давыдова, Н.М. Кизиловой и др.

[2] *Кизилова Н.М.* Философия экономики: методология обоснования экономической рациональности: автореф. дис. … д-ра филос. наук. М., 2006.

постулат. Согласно этому принципу действующие в обществе правила коммуникации и принятия решений – это не результат рациональных расчетов, а главным образом следствие давления окружения[1]. При этом оказать влияние способна не любая информация, а только «валидная, т.е. прошедшая социально-нормативную проверку»[2]. Продолжая наступление на принцип экономики, лауреат Нобелевской премии по экономике за 2002 г. Д. Канеман доказал, что «модели рационального выбора психологически нереалистичны»[3]. По мнению американского экономического психолога, большинство решений принимается интуитивно, причем правила, которым подчиняется интуиция, сходны с правилами восприятия.

К основным практическим результатам поведенческой экономики следует прежде всего отнести разработанные в рамках данного направления рекомендации по анализу рыночных процессов. Так, еще в XVIII в. знаменитый экономист А. Смит писал в своей научной работе «Теория нравственных чувств» (1759 г.): «Увеличение нашей полезности от того, что мы получили определенную сумму денег, не равна количественно уменьшению в абсолютном выражении полезности, если ту же сумму у нас отнимут». Это (по сути) является концепцией «избегания риска» (loss aversion). Однако лишь немногие экономисты поднимали вопросы, касающиеся психологических принципов поведения, влияющих на принятие субъектами экономических решений, поэтому можно сказать, что данное направление активно не развивалось вплоть до начала XX в.

Наиболее характерным примером психологии экономических агентов и их нерационального поведения является так называемый эффект толпы, выявленный и исследованный учеными одним из первых. Данный эффект был описан французским психологом Г. Лебоном в изданной в 1895 г. книге «Психология толпы» и отечественным социологом Н.Н. Михайловским в книге «Лидер и толпа», изданной в 1896 г. В этих социально-психологических по своей сути работах было доказано, что индивиды, действуя в группе, превращаются в единое целое, обладающее коллективным сознанием, и это сознание заставляет членов группы вести себя противоположно, чем они вели бы себя, действуя в одиночку. Однако в ортодоксальной экономической теории до сих пор господствует тезис о методологическом индивидуализме. В последние годы на российской научной ниве осуществляется интеграция данных Лебона и Михайловского с экономической наукой. Так, А.Я. Рубинштейн обосновал принцип несводимости общественных интересов к индивидуальным[4], а в работах А.Н. Неверова введен принцип диффузии

[1] Длинные волны: научно-технический прогресс и социально-экономическое развитие / С.Ю. Глазьев, Г.И. Микерин, П.Н. Тесля и др. Новосибирск, 1991. С. 10; *Анчишкин А.И.* Наука, техника, экономика. М., 1986. С. 71.

[2] *Тернер Дж.* Социальное влияние. СПб., 2003. С. 7–8.

[3] *Канеман Д.* Карты ограниченной рациональности: психология для поведенческой экономики // Психологический журнал. 2006. № 2. Т. 27. С. 5–28.

[4] *Рубинштейн А.Я.* Рождение теории. Разговоры с известными экономистами. М., 2010.

субъектности[1], позволяющий рассматривать множественную детерминацию экономического поведения. В настоящее время для практиков-экономистов (и в этом огромная роль поведенческой экономики) уже очевидно, что эффект толпы работает на рынках. Так, в 1841 г. Ч. Маккей в книге «Воспоминания о чрезвычайных массовых заблуждениях и безумии толп» объяснил образование «спекулятивных пузырей» на рынке эпизодическими вспышками массовой истерии. Наиболее известными примерами такой истерии были «тюльпаномания» 1636 г. и калифорнийская «золотая лихорадка» 1840 г., мировые финансовые кризисы 1929–1934 гг., Великая депрессия, резкие обвалы рынков в 1987 г., 1998 г., кризис – 2008–2010 гг., вызывающие резкие изменения динамики цен на финансовых рынках.

Сегодня многие финансовые аналитики полагают, что все крайние, резкие изменения цен, которые происходят в моменты, когда рынок достигает максимальных и минимальных значений, связаны именно с поведением толпы. Так, в 1944 г. Дж. фон Нейманом и О. Моргенштерном была сформулирована «теория ожидаемой полезности», лежащая в основе многих финансовых моделей. Согласно данной теории люди формируют свои ожидания, основываясь не на собственном опыте, а на основании предоставленной им информации в соответствии с предсказаниями экономических теорий. Например, если правительство заявляет о том, что принимает все необходимые меры для борьбы с инфляцией, люди должны трансформировать свои ожидания в соответствии с этой информацией. Почти сразу появилось и множество примеров, ставящих под сомнение универсальность этих предположений.

Возможно, наиболее значительной работой в данной области стала публикация Д. Канемана и А. Тверски 1979 г. «Prospect theory: An analysis of decision under risk». В ней авторы применили психологические методы для объяснения провалов теории, использующей предпосылку о рациональности экономических агентов при принятии решений. Результаты исследований Д. Канемана и А. Тверски доказывают, что ощущения индивида от потерь и приобретений денежных сумм, одинаковых по абсолютной величине, несимметричны. Степень удовлетворения человека от приобретения, например, 1000 долл. гораздо ниже степени расстройства от потери такой же суммы. Однако стремление избегать потерь не связано со стремлением избегать риска. В реальной жизни, избегая потерь, люди рискуют гораздо меньше, чем если бы они действовали строго рационально и стремились максимизировать для себя полезность. Теория перспектив также говорит о том, что люди неверно оценивают вероятность: они недооценивают вероятность событий, которые скорее всего произойдут, переоценивают менее вероятные события и считают невозможными события, вероятность которых, хотя и мала, все же существует.

Следующий теорией является «эффект повышенной премии за риск на рынке акций». Всем известно, что акции являются более рискованными финансовыми

[1] *Неверов А.Н.* Экономико-психологические механизмы общественного развития. Саратов, 2008; *Неверов А.Н.* Капитал и диффузия субъектности. Саратов, 2009.

инструментами, чем облигации, в силу связанной с ними большей неопределенностью доходов будущих периодов. Так, исторически средняя годовая доходность на рынке акций на 8–10% выше, чем на рынке облигаций. Такая величина рисковой премии предполагалась нормальной до тех пор, пока в 1985 г. Р. Мэра и Е. Прескотт в работе «Загадка рисковой премии для акций» не показали, что на самом деле она чрезмерно высока и не соответствует существующим предположениям об отношении инвесторов к риску. Как рассчитали Р. Мэра и Е. Прескотт, требуемая премия в 8–10% соответствует такому уровню неприятия риска, при котором «инвесторы предпочли бы получить наверняка около 51200 у.е., чем вложить деньги в операцию, с равной вероятностью приносящей доход 50000 у.е. или 100000 у.е.». Такое положение подразумевает под собой чрезвычайно высокую степень неприятия риска инвесторами и не соответствует действительности. Данный факт получил объяснение в 1995 г. в работе С. Бенарджи и Р. Тэйлора «Необоснованное отвращение к риску и загадка рисковой премии для акций». Основываясь на положениях теории перспектив и проведя серию необходимых расчетов, они убедительно доказали, что именно отвращение к потерям (loss aversion) лежит в основе такой высокой рисковой премии для акций, поскольку в отличие от облигаций годовая отрицательная доходность по акциям встречается достаточно часто. Как было показано ранее Д. Канеманом и А. Тверски, для небольших проигрышей абсолютная величина отрицательной полезности в 2,25 раза выше, чем величина полезности для аналогичного выигрыша, т.е., например, мера положительных эмоций от получения 225 ед. дохода равна по абсолютной величине мере отрицательных эмоций от получения 100 ед. убытка.

Следующий теорией является «эффект диспозиции». Данный эффект первыми выявили в 1985 г. М. Статман и Х. Шефрин. Эффект заключается в склонности портфельных инвесторов неоправданно долго держать в своих портфелях акции, которые не приносят прибыли, и неоправданно быстро продавать акции, которые дают прибыль. Такое поведение является нерациональным с точки зрения классических инвестиционных стратегий, поскольку соотношение между ценой покупки акции и ее текущей рыночной ценой не должно являться определяющим фактором при решении о ее продаже. В соответствии с классической теорией акции нужно держать, если предполагается их рост, и продавать, если ожидается падение котировок.

Наиболее разработанными в данный момент являются следующие области:

▪ *теория рационального выбора индивида* в условиях риска и неопределенности (теория перспектив Д. Канемана и А. Тверски, теория приоритетной эвристики (priority heuristic) Э. Брендстаеттера, а также другие теории неожидаемой полезности (non-expected utility), выявленные типичные отклонения, стереотипы в поведении индивида, получившие название когнитивных эвристик);

▪ *теория игр и теория торга* (несмотря на существование значительного количества экспериментальных подтверждений ортодоксальной версии теории, для большой области анализируемых явлений она демонстрирует слабые предсказа-

тельные возможности, следствие этого – формирование так называемой поведенческой теории игр, концепции справедливого равновесия как результата анализа так называемых игр с ультиматумом и игры в диктатора);

▪ *теория аукционов* (auction theory), экспериментальное тестирование различных стратегий ценообразования в зависимости от разновидности аукциона (голландского, английского, американского) и выяснение степени подтверждаемости следствий традиционных моделей на реальных данных.

В то же время, несмотря на вышеозначенные моменты, следует отметить, что поведенческая экономическая теория в настоящее время только начинает свое становление. Данный тезис базируется на следующих основных моментах.

Во-первых, до недавнего времени в экономическом сообществе речи о наличии некоторой новой научно-исследовательской программы наравне с неоклассической, эволюционной и институциональной не шло. Однако в последние несколько лет ситуация кардинальным образом меняется.

Во-вторых, поведенческая ветвь экономической науки с 1950-х по 2000-е гг. ставила своей целью фальсификацию и верификацию базовых постулатов неоклассики, выступая тем самым как критика теории, а не теория. Однако по мере накопления эмпирических и (самое главное) экспериментальных данных в работах ученых, придерживающихся этого направления, все чаще на смену парадоксам приходят закономерности и концепции.

В-третьих, начался процесс международной институциональной интеграции ученых, специализирующихся в сфере поведенческой экономики и экономической психологии. В частности, в 2009 г. произошло создание совместной ассоциации, объединяющей в себе IAREP (Международную ассоциацию исследователей в сфере экономической психологии) и SABE (Общество развития поведенческой экономики). Увеличивается число международных журналов, специализирующихся в данной сфере. Так, к «Journal of Economic Psychology» добавился «Journal of SocioEconomics» и журнал «Психология и экономика».

Наконец, сохраняется высокий международный интерес к публикациям в сфере поведенческой экономики. Так, по итогам прошлого года относительно молодой по мировым стандартам (с 1986 г.) «Journal of Economic Psychology» занял высокое 37-е место по импакт-фактору среди всех экономических журналов.

Итак, в настоящее время происходит процесс обобщения накопленных эмпирических и экспериментальных данных, закономерно развивающийся в направлении формирования поведенческой экономической теории как новой научно-исследовательской программы в рамках экономической науки, выходящей за пределы задачи по устранению «узких мест» неоклассики (Д. Канеман, И.А. Павлов, В. Смит и др.).

Часть вторая

ПОВЕДЕНЧЕСКАЯ ЭКОНОМИКА КАК НОВАЯ САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ УЧЕБНАЯ СУБДИСЦИПЛИНА ДЛЯ СПЕЦИАЛИСТОВ ВЫСШЕЙ КВАЛИФИКАЦИИ

Глава 16

ТРЕБОВАНИЯ К СПЕЦИАЛИСТАМ ВЫСШЕЙ КВАЛИФИКАЦИИ В НОВОЙ РЕАЛЬНОСТИ И РЕКОМЕНДУЕМАЯ РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПО ДИСЦИПЛИНЕ «ПОВЕДЕНЧЕСКАЯ ЭКОНОМИКА» ДЛЯ МАГИСТРОВ

Новую реальность, которую мы наблюдаем на рубеже конца двадцатого и начала двадцать первого столетий, вполне обоснованно можно назвать эпохой перемен. Объясняется это тем, что современный мир кардинально изменился, его характеризует шквал перемен, угроз, вызовов, рисков, противоречий, которые обусловлены новым очень сложным турбулентным периодом эволюции. Они порождают нестабильность, неудовлетворенность, ощущение хаоса, неуверенность в будущем человечества на Земле. Оценивая современный мир, американский политический деятель Збигнев Бжезинский отмечает: «Впервые в истории привычные международные конфликты померкли перед общей проблемой выживания человечества, и ведущим державам еще предстоит разработать совместные пути решения новых растущих угроз: экологических, климатических, социологических, продовольственных, демографических, идеологических и т.д.»[1].

Эпоха перемен (греч. слово epoche), согласно общепринятому пониманию – это период времени в развитии природы, общества, экономики, науки и т.д., имеющий какие-то характерные особенности[2].

---

[1] *Бжезинский Зб.* Стратегический взгляд. Америка и глобальный кризис. М.: Астрель, 2012. 286 с.

[2] Государственная Россия. Словарь-справочник. Кн.1. М., 1996.

К особенностям новой экономической реальности можно отнести множество новых явлений и процессов, таких как:

▪ всесторонняя трансформация всех существующих в мире экономических систем, формирование в большинстве развитых и развивающихся стран новой модели капитализма (по словам Дж. Стиглица «другой экономики»)[1];

▪ кардинальные изменения всех существующих в мире экономических систем на основе глобализации, информатизации, компьютеризации, экологизации, гуманизации и нового технологического взрыва;

▪ чрезмерное увлечение всеобъемлющим реформированием, что дает основание говорить о появлении такого нового явления, как «суетократия» (власть суеты);

▪ динамичность и возросшая скорость перемен, недостаточная изученность кардинальных потрясений определяют трудности предсказуемости развития мира. Достоверное предсказание многих явлений оказалось за пределами возможности экономической науки;

▪ последние годы добавили к этому небывалый перманентный (длительно продолжающийся) глобальный, системный, интегрированный, экономический, финансовый, экологический, нравственный, духовный кризис, который усугубил нестабильность, неустойчивость, турбулентность, изменчивость современного мира;

▪ длительная вялотекущая депрессия после кризиса 2008–2009 гг., особенно обострившаяся геополитическими кризисами: в Украине, США, Евросоюзе и России.

И все-таки в существующем потоке перемен, где господствуют постоянное нарушение известных правил жизнедеятельности и, на первый взгляд, хаос, можно выделить ряд важнейших базовых тенденций развития новой экономической реальности:

▪ глобальная демографическая;

▪ технологическая;

▪ ресурсная;

▪ формирование новейшей модели социально-экономического развития мира.

Демографические перемены характеризуются существенным сокращением темпов роста человечества в новом столетии (по словам академика С. Капицы, демографической революции), переходом от стратегии «высокая рождаемость – высокая смертность» к стратегии «низкая рождаемость – низкая смертность», что дает основание предполагать, что XXI столетие будет столетием пожилых людей. Возникает противоречие: будущей новейшей модели социально-экономического развития нужны молодые кадры, а новое столетие (предположительно) дает рост пожилых людей.

Технологические перемены базируются на эффективной экономике нового развитого шестого технологического уклада, от чего Россия, да и большинство стран мира, к сожалению, достаточно далеки. Предстоит разрешить и это противоре-

[1] *Стиглиц Дж.* Глобализация: тревожные тенденции. М.: Мысль, 2003. 300 с.

чие. В целях стимулирования инновационного развития, общего инвестиционного оживления в ряде стран активно используются налоговые льготы, ускоренная амортизация и другие эффективные меры. Известный западный ученый М. Кастельс отмечает возникшее противоречие в современном мире – противоречие между «недоразвитостью» человека и «переразвитостью» прогресса.

Современные ресурсные перемены характеризуют, по существу, новую неолитическую революцию. Результатом первой неолитической революции еще в первобытном обществе на смену охоте и собирательству пришло животноводство и растениеводство. Важнейшим ресурсом удовлетворения потребностей в еде животноводство и растениеводство постепенно уступает сегодня новым видам хозяйственной деятельности. Сегодня мы уже научились выращивать рыбу и другие виды морских продуктов. Принципиально изменилось значение таких ресурсов, как информация, инновация, зеленая экономика. Появились новые блага – сетевые и многое другое.

В условиях глобализации становится очевидным, что побеждает сильнейший. Но сильнейшим становится не просто богатое и экономически развитое государство, а то, где наилучшим способом решаются социальные проблемы.

Отмеченные перемены, согласно д.э.н., профессору, заслуженному деятелю науки А.И. Добрынину, представляют собой определенный скачок истории, «цивилизационный сдвиг» или цивилизационный разлом, поскольку речь идет о событии эпохального значения – завершении длительной многовековой эпохи расточительного эксплуататорского использования человеческих и природных ресурсов и их последствий, которые так и не смогла преодолеть система рыночной экономики в ее капиталистической форме при всех ее преимуществах.

В экономической литературе можно выделить две гипотезы выхода из данного цивилизационного кризиса: оптимистическую и пессимистическую. Согласно первой, результатом выхода из кризиса будет неоэкономика, или инновационная, неинформационная, постиндустриальная и т.д. экономическая система. Согласно второй – первобытнообщинное общество.

Третья технологическая революция не только вносит коренные изменения в экономику, организацию предприятий (возникновение креативных структур), но и качественно изменяет положение человека, что ведет к заметным изменениям потребностей людей, пересматриваются их роли в производстве и экономике, возрастает значимость психологических, нравственных и духовных факторов в их поведении, выходящих за рамки сложившейся неоклассической модели экономического человека времен А. Смита, которым управляет рационалистический эгоизм.

Если принять во внимание, что второе тысячелетие развивалось под лозунгом «Знание – сила», а лозунгом третьего тысячелетия становится «Мышление – могущество», то следует признать целесообразность изучения различных взглядов с тем, чтобы выработать свою собственную всесторонне обоснованную позицию.

В связи с этим, нельзя не обратить внимания на все возрастающую роль образования в новых условиях. Действительный смысл и настоящая задача образования

– это не просто передача совокупности знаний какого-либо ремесла (специальности), а побуждать к способности самодеятельного, умственного развития человека. И если воспитание заставляет человека повиноваться определенным правилам (институтам), то образование учит человека жить и распоряжаться своими силами.

А чтобы быть полезным членом общества, необходимо работать, следовательно, иметь какое-нибудь ремесло, быть специалистом. Кто не идет в университет как в храм науки, тот идет в него как в преддверие карьеры. Предприимчивость и энергия, так необходимые для карьеры, по словам Д.И. Писарева, свойства очень почтенные, но все-таки между ними и бескорыстно сильным стремлением к образованию лежит целая бездна. Молодые люди, пробивающие себе дорогу в жизнь энергией, трудолюбием и железным терпением, заслуживают полного уважения, но образование тут не при чем. Они идут завоевывать свое счастье, а не знание[1].

Классическое высшее образование развивает мыслительные силы обучающегося, его ум, сообщая ему гибкость и способность проникать в чужое миросозерцание. Поэтому от специалиста высшей квалификации, получившего хорошее и полное образование, требуется сильная и постоянная умственная работа, которая дает всей последующей жизни человека определенное направление.

Современный «экономист высшей пробы», по словам Дж.М. Кейнса, должен обладать редким сочетанием множества способностей. Он должен обладать громадным объемом знаний в самых разных областях и сочетать в себе таланты, которые редко совмещаются в одном лице. Он должен – в известной мере – одновременно быть математиком, историком, государствоведом, философом. Он должен понимать язык знаков, символов и уметь выражать свои понятия и концепции словами. Он должен уметь разглядеть в частном общее, одновременно держать в уме и абстрактное, и конкретное. Он должен изучать настоящее в свете прошлого во имя предвидения будущего. Ни одну сторону природы человека и его институтов экономист не должен полностью оставлять без своего внимания[2].

К специалистам высшей квалификации в новых условиях предъявляются следующие требования:

- интеллектуальность (увеличение доли в рабочем дне умственного труда, поиска и использования необходимой информации для решения проблемных задач);
- инновационность (способность воспринимать, стремиться и уметь внедрять в практику новации);
- партнерство (способность к такой организации дела, при котором все его члены участвуют как равноправные компаньоны);
- образовательная мобильность (способность к непрерывному образованию, обучению и переобучению), ибо образование – это фактор долговременного развития специалиста;

[1] *Писарев Д.И.* Наша университетская наука. Соч. в 4-х т. Т. 2. Ст. 1862–1864. М.: ГИХЛ, 1955. OCR Бычков М.Н.

[2] *Малинецкий Г.Г.* Чтобы сказку сделать былью… Высокие технологии – путь России в будущее. М.: «Книжный дом «Либроком», 2012. 224 с.

▪ развитие личности – процесса прохождения трех фаз личностного становления: адаптации к другим членам общества; индивидуализации – стремления к индивидуальной персонализации; интеграции – способности использовать свою специфику для развития общества при одобрительном отношении общества к личности, что формирует такие качества, как гуманность, доверие к людям, справедливость, требовательности к себе и другим.

Учебный курс «Поведенческая (бихевиористическая) экономика» призван способствовать решению выше сформулированных проблем, ибо он предлагает новые подходы к исследованию хозяйственной деятельности различных экономических субъектов. Тот факт, что этот курс сформировался на стыке экономических, психологических, философских, юридических и исторических наук, позволяет назвать его новой самостоятельной учебной субдисциплиной, возможный вариант рабочей программы, которой предлагается читателю (Приложение №1).

Приложение №1

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«РЭУ им. Г.В. Плеханова»

Рабочая программа субдисциплины

«Поведенческая экономика»
для специалистов высшей квалификации

Направление подготовки
080100.68 «Экономика»

Магистерская программа
Институты современной экономики

Степень выпускника
Магистр

Форма обучения
очная

1. Цели и задачи дисциплины

Целями освоения дисциплины «Поведенческая экономика» являются изучение тем, актуальных для современной науки и хозяйственной практики, выявляющих, каким образом различные психологические явления, эмоции и групповая динамика влияют на принятие экономических решений. Поведенческая экономика (behavioral economics) – относительно новая наука, имеющая междисциплинарный характер и находящаяся на стыке двух наук: психологии и экономики. Поведенческая экономика формируется как новое направление, в рамках которого осуществлено смещение акцентов с разработки формализованных моделей рационального поведения индивида в различных ситуациях выбора на процесс их экспериментальной и эмпирической проверки, выяснения степени согласованности (расхождения) традиционной экономической теории и выведенных из нее закономерностей, тенденций с реальными фактами хозяйственной деятельности. Поведенческий подход, в реальности присущий деятельности различных субъектов: от индивида и фирмы до рынков и регионов, систематически воспроизводится, усложняется и позволяет выявить глубинные мотивы деятельности агентов, не всегда следующих канонам традиционной экономики.

Задачами дисциплины «Поведенческая экономика» являются освоение междисциплинарных методологических подходов, раскрытие направлений взаимодействия современной экономики с достижениями психологической науки, роли экспериментов в современной экономике; возможности внедрения выявленных закономерностей человеческого поведения в экономическую теорию, рассмотрение различных вариантов практического приложения поведенческой теории, разработка рекомендаций и прогнозов для различных институтов (домохозяйства, фирмы, государства) на основе экономико-психологических моделей.

2. Место дисциплины в структуре ООП магистратуры

Дисциплина «Поведенческая экономика» является дисциплиной по выбору студента вариативной части профессионального цикла учебного плана ООП по направлению 080100.68 «Экономика» магистерская программа «Институты современной экономики».

Изучение данной дисциплины предполагает усвоение студентами магистратуры таких дисциплин, как «Экономическая теория», «Философия».

Данная дисциплина является основой для изучения дисциплин «Институциональные структуры рыночной экономики», «Институциональные трансформации в России», дисциплин по выбору «Управление институтами», «Теория и практика использования экономических институтов».

3. Компетенции обучающихся, формируемые в результате освоения дисциплины «Поведенческая экономика»

В результате изучения дисциплины, обучающиеся должны:

Знать:

– результаты, полученные отечественными и зарубежными исследователями, перспективные направления для составления программы исследований (ПК-1);

– различные источники информации для проведения исследовательских задач в рамках данного курса, обоснование актуальности, теоретической и практической значимости избранной темы научного исследования (ПК-2);

– инструментарий проводимых исследований, носящих междисциплинарный характер, позволяющий представлять результаты проведенного исследования научному сообществу в виде статьи или доклада (ПК-4).

Уметь:

– совершенствовать и развивать свой интеллектуальный и общекультурный уровень (ОК- 1);

– самостоятельно осваивать новые методы исследования при изменении научного и научно-производственного профиля своей профессиональной деятельности (ОК- 2);

– самостоятельно приобретать (в том числе с помощью информационных технологий) и использовать в практической деятельности новые знания и умения, включая новые области знаний, непосредственно не связанных со сферой деятельности (ОК- 3);

– принимать организационно-управленческие решения и нести за них ответственность, в том числе в нестандартных ситуациях (ОК-4);

– обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования (ПК-2);

– проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой (ПК-3);

– представлять результаты проведенного исследования научному сообществу в виде статьи или доклада (ПК-4);

– самостоятельно осуществлять подготовку заданий и разрабатывать проектные решения с учетом фактора неопределенности, разрабатывать соответствующие методические и нормативные документы, а также предложения и мероприятия по реализации разработанных проектов и программ (ПК-5);

– оценивать эффективность проектов с учетом фактора неопределенности (ПК-6);

– разрабатывать стратегии поведения экономических агентов на различных рынках (ПК-7).

Владеть:

– навыками публичной и научной речи (ОК-2);

– методами руководства экономическими службами и подразделениями на

предприятиях и организациях различных форм собственности, в органах государственной и муниципальной власти (ПК-11);

– методами разработки вариантов управленческих решений и обоснованием их выбора на основе критериев социально-экономической эффективности (ПК-12);

– современными методами и методиками преподавания экономических дисциплин в высших учебных заведениях (ПК-13);

– методами разработки учебных планов, программ и соответствующего методического обеспечения для преподавания экономических дисциплин в высших учебных заведениях (ПК-14).

4. Структура и содержание дисциплины «Поведенческая экономика». Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единицы, 144 академических часов.

4.1. Объем дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		1			
Аудиторные занятия (всего) в том числе: лекции практические занятия семинары лабораторные работы	40 16 24	40 16 24			
Самостоятельная работа (всего) в том числе курсовой проект (работа) расчетно-графические работы реферат	104 40 16	104 40 16			
Другие виды самостоятельной работы	48	48			
Вид итоговой промежуточной аттестации	экзамен	экзамен			
Общая трудоемкость: часы зачетные единицы	 144 4	 144 4			

4.2. Содержание дисциплины

4.2.1. Содержание тем дисциплины

Тема 1. Истоки формирования поведенческой экономической теории

Отличительные характеристики поведенческой экономической теории как отдельного научного направления. Отказ от «трех китов» – предпосылки рациональности, преследования собственных интересов и равновесия. Первые идеи поведенческой экономики (А. Смит, И. Фишер, В. Парето).Разработки Веблена и последующих институционалистов. Вклад известных ученых Д. Ариэли, М. Алле, Г. Беккера, Д. Канемана, Р.Д. Льюиса, С. Лихтенштейна, Г. Райфа, П.-Л. Рейно, П. Словика, В.Смит, Г. Саймона, Р. Сайерта и Дж. Марча, А. Тверски, Б. Фишхофа, Р. Хайнера. Примеры нерационального поведения индивидов – «дилемма генерала». Основные причины нерациональности человеческого поведения. Роль эксперимента. Эвристики, используемые при принятии решений – суждение по представительности, суждение по встречаемости, суждение по точке отсчета, сверхдоверие, стремление к исключению риска. Модель «альтернативного человека» в рамках поведенческой теории. Формирование разных подходов к пониманию истоковповеденческой экономической теории (1980-е гг.).

Развитие поведенческой экономики в современных условиях. Работа Дж.А. Акерлофа и Р.Дж. Шиллера «Spiritus Animalis, или Как человеческая психология управляет экономикой и почему это важно для глобального капитализма?». Работы «Фрикономика» и «Суперфрикономика» С.Д. Левиттаи С.Дж. Дабнера. Работа Р.Френка «Дарвиновская экономика». Работы российских ученых, занимающихся различными проблемами в русле поведенческой экономики – В. Автономов, Ю.Латова, И. Павлова, В. Рутгайзера и др.

Тема 2. Методология поведенческой экономической теории

Проблемы экономической теории, решаемые в рамках поведенческой экономики:

а) не соответствующая реальности предпосылка об аксиоме независимости для теории ожидаемой полезности: для определения выбора потребителя недостаточно знать только набор альтернатив – необходимо еще учитывать ситуацию, когда было принято решение, поскольку агент может по-разному оценивать свои выигрыши и потери в зависимости от условий среды, в которой он сейчас находится;

б) предпосылка об однородности всех товаров (эффект начального запаса: агент ценит блага, которые были у него изначально, больше, чем те, которые он может приобрести в результате обмена; таким образом, возникают нестандартные ситуации вокруг точки начального запаса);

в) несовершенство человеческой памяти и вычислительных способностей, чреватое недостижением наилучшего возможного результата;

г) проблема дисконтирования (в реальности агенты более сфокусированы на краткосрочных интересах, чем на планировании дальнего горизонта).

Междисциплинарность поведенческой экономики. Связь ее с другими отраслями науки – нейроэкономика, дарвиновская теория естественного отбора, компьютерные симуляции, проведение экспериментов.

Методы исследования поведенческой теории. Методы экспериментального исследования. Индуктивные методы, нормативные методы. Основные направления исследований поведенческой экономической теории в современных условиях.

Тема 3. Выбор в условиях риска и неопределенности: теория перспектив Д. Канемана и А. Тверски

Канеман и Тверски и их работа «Рациональный выбор, ценности и фреймы. Основа теории перспектив – три неотъемлемых свойства функции оценки простых рисковых лотерей или шансов:

а) зависимость от исходного положения: оценка ценности действий определяется относительно исходного положения посредством анализа изменений;

б) уклонение от потерь: в случае убытков индивид оценивает ценность выбора отрицательной, в случае выигрышей – положительной;

в) уменьшающаяся чувствительность: предельная ценность как выигрышей, так и потерь уменьшается с увеличением их размера. Данное свойство является отличительной характеристикой и функции оценки, и функции взвешивания вероятностей.

Формула Д. Канемана. Ошибки репрезентативности. Особенности принятия решений в условиях неопределенности. Критика теории перспектив. Прикладные аспекты и значение теории перспектив.

Тема 4. Поведенческая теория игр

Использование математического аппарата теории игр в области экономической науки. Содержание и принципы поведенческой теории игр. Равновесие по Нэшу как основная концепция решения в теории игр. Стандартная игра с ультиматумом. Эксперимент швейцарских ученых С. Гештера и Э. Фера. Эксперимент Дж. Хенрича. Модель М. Рабина. Теория бескоалиционных игр. Модели Бертрана и Курно. Модель динамической конкуренции. Модель суперигры Грина и Портера. Значение поведенческой теории игр.

Тема 5. Институт прав собственности в структуре поведенческой экономики

Поведенческой аспект института прав собственности. Комбинирование отдельных правовых норм собственности, базирующихся на ее отдельных вариациях и формах, функционирующих в рамках единого общенационального права. Роль государства – защита и укрепление существующих в данный момент гарантий, улавливание и материализация на административной основе новейших институциональных преобразований.

Права собственности как критерий сравнительных способов поведения экономических субъектов в рамках действующего на данный момент времени единого правового поля. Количественная характеристика критерия – количественная оценка экономическим субъектом «цены» того или иного способа поведения на рынке

и в общественной жизни, включая его отношение к собственности и количественному уровню трансакционных издержек. Качественная оценка критерия – моральная, нравственная и этическая оценка по поводу изменения своего поведения по отношению к системе верований, обычаев и традиций, господствующих в данный момент времени в конкретном регионе или национальном образовании.

Обмен правами собственности, их перераспределение, расщепление, дифференцирование и интегрирование в условиях рынка.

Тема 6. Поведенческая теория фирмы

Фирма как объект исследований в рамках различных научных направлений (неоклассика, институционализм). Фирма в поведенческой экономической теории. Г. Саймон как основоположник поведенческой теории фирмы. Методологическая основа поведенческой теории фирмы – модель ограниченной (Г. Саймона) или переменной (Х. Лайбенстайна) рациональности агента (человека). Методы поведенческой теории фирмы.

Трехуровневая модель принятия решений Р. Зельтена. Теория переменной рациональности Х. Лайбенстайна. Развитие поведенческой теории фирмы в работах И. Адизеса, Дж. Марча и Р. Сайерта, Г. Минцберга, И. Минтроффа, Л. Росса. Социально-эволюционная теория спиральной динамики в приложении к фирме. Фирма как союз владельцев специфических ресурсов, прежде всего знаниевых активов, имеющих целью не только получение доходов от своей деятельности, но и самореализацию участников фирмы в виде достижения нематериальных, социальных, субъективных целей, приоритетов и ценностей познания и исследования мира.

Тема 7. Личность в психологии и экономике. Поведенческая теория личности

Основные подходы к изучению личности: психодинамический, психоаналитический, гуманистический, когнитивный, поведенческий, деятельностный и диспозиционный. Разработка основ поведенческой (бихевиористской) экономики Д. Канеманом и А. Тверски (Kahneman, Tversky, 1974, 1979).

Вклад представителей отечественной науки в области экономического поведения социальных субъектов – исследования Г.М. Андреевой, В.Н. Дружинина, А.Л. Журавлева, Е.А. Климова, С.Н. Попова, В.В. Радаева, С.К. Рощина, В.М. Русалова, П.Н. Шихирева и др.

Исследования М. Арджайла и А. Фернхэма (Furnham, Argyle, 1998), о наличии различий в обращении людей с деньгами в зависимости от их символической ценности, несводимой к стоимостным расчетам; П. Ланта и С. Ливингстоуна (Lunt, Livingstone, 1992), об отличиях так называемых сберегателей от несберегателей по ряду социально-психологических характеристик. Исследования Р. Валунда и Ж. Гуннарссона (Wahlund, Gunnarsson, 1996) и идея о зависимости сберегательного поведения от типа принятия решений и когнитивных способностей индиви-

дов. Исследовании Р. Талера и Г. Шефрина (Sheffrin, Thaler, 1988) о самоконтроле (self-control) как переменной, объясняющей отклонения реального поведения домохозяйств по размещению денежных ресурсов между сегодняшним и будущим потреблением от поведения, прогнозируемого в неоклассических моделях. Исследования С. Боулза (2001) о факторах, влияющих на доходы, с учетом составляющей «навыков, способностей и умений» (skillsandabilities) и других психологических характеристик. Работы 2008–2009 гг., выводящие мировой финансовый кризис именно из поведенческих особенностей рыночных стратегий индивидуальных инвесторов. Поведенческая теория личности, или теория социального научения. Американские ученые-бихевиористы. Б. Скиннер и Дж. Уотсон как приверженцы рефлекторного направления теории социального научения. А. Бандура и Дж. Роттеркак защитники социально-когнитивного направления этой теории (постулат когнитивного механизма самоэффективности). Процесс усвоения паттернов поведения, терминология Б.Скинера (понятия «оперантное поведение» и «оперантное научение»). Теория социального научения Дж. Роттера. Деятельностная теория личности – четырехкомпонентная модель личности. Теория функциональных систем П.К. Анохина, ее разработка в трудах Б.Г. Ананьева (концепция гетерохронности системогенеза психики человека) и В.Д. Шадрикова (теория системогенеза деятельности). Труды Л.И. Анцыферовой, А.Г. Асмолова, А.Н. Леонтьева. Принципы, описывающие системные аспекты развития человека в природе и обществе.

Системогенетическая теория деятельности В.Д. Шадрикова. Системогенетическая парадигма в изучении экономического поведения социальных субъектов как универсальный теоретический конструкт.

Тема 8. Поведенческая теория потребления

Теория поведения потребителей как один из классических разделов экономической теории. Поведенческая теория потребления и ее междисциплинарность. Анализ субъективных факторов в рамках теории поведенческой экономики и их влияние на поведение потребителей. Дж. Катона как один из родоначальников этого направления. Основные психологические эффекты поведения потребителей. Эффект владения. Эффект определенности. Признание наличия противоположных сил, влияющих на потребительский выбор.

Концепции переменной рациональности Х. Лайбенстайна. Концепция ранжированной рациональности П.-Л. Рейно. Подходы Дж. Дьюи, А. Этциони, Т. Скитовски, Й.Хейзинга, Дж. Катоны. Влияние институциональных факторов на потребительское поведение. Культура потребительского поведения. Основные формы реализации потребительского поведения на уровне индивида. Индивидуальные потребительские решения. Индивидуальные оценки, психологические реакции, настроения, ожидания потребителей. Индекс потребительских настроений (ИПН) и его прогнозный потенциал.

4.2.2. Темы дисциплины и виды занятий

№ п/п	Тема дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)			Формы текущего контроля успеваемости *(по неделям семестра)*. Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*
				лек.	сем.	сам.	
1	Истоки формирования поведенческой экономической теории.	1	1	2	4	12	Устный опрос. Письменная работа. Рефераты. Доклады.
2	Методология поведенческой экономической теории.	1	2	2	2	12	Устный опрос. Рефераты. Доклады.
3	Выбор в условиях риска и неопределенности: теория перспектив Д. Канемана и А. Тверски.	1	3	2	2	12	Устный опрос. Рефераты. Доклады.
4	Поведенческая теория игр.	1	4	2	2	14	Устный опрос. Рефераты. Доклады. Решение задач.
5	Институт прав собственности в структуре поведенческой экономики.	1	5	2	4	14	Устный опрос. Рефераты. Доклады. Круглый стол.
6	Поведенческая теория фирмы	1	6	2	4	14	Устный опрос. Рефераты. Доклады.
7	Личность в психологии и экономике. Поведенческая теория личности	1	7	2	4	14	Устный опрос. Рефераты. Доклады. Круглый стол. Тестирование.
8	Поведенческая теория потребления	1	8	2	2	12	Устный опрос. Рефераты. Доклады. Тестирование
	Итого			16	24	104	

4.3 Темы дисциплины и междисциплинарные связи с обеспечиваемыми (последующими) дисциплинами.

№ п/п	Наименование обеспечиваемых (последующих) дисциплин	№№ тем дисциплины, необходимых для изучения обеспечиваемых (последующих) дисциплин								
		1	2	3	4	5	6	7	8	
1.	Институциональные структуры рыночной экономики	*	*	*	*	*	*	*	*	
2.	Теория и практика использования экономических институтов	*	*	*	*	*	*	*	*	

5. Образовательные технологии

Наряду с традиционными образовательными технологиями, в учебном процессе используются активные и интерактивные формы проведения занятий (семинаров в диалоговом режиме, дискуссий, компьютерных симуляций, деловых и ролевых игр, разбор конкретных ситуаций, психологических и иных тренингов, групповых дискуссий, результатов работы студенческих исследовательских групп, вузовских и межвузовских телеконференций) в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся.

Одной из основных активных форм обучения профессиональным компетенциям, связанным с ведением того вида (видов) деятельности, к которым готовится магистр (аналитической, проектно-экономической, организационно-управленческой, консалтинговой, научно-исследовательской, педагогической), является семинар, продолжающийся на регулярной основе в течение второго семестра, в рамках которого используются различные формы организации учебного процесса – устный опрос, подготовка рефератов и докладов, письменные работы, тестирование, круглый стол. В рамках учебного курса предусмотрены встречи с представителями российских и зарубежных компаний, государственных и общественных организаций, мастер-классы экспертов и специалистов.

Удельный вес занятий, проводимых в интерактивных формах, составляет 40% аудиторных занятий. Занятия лекционного типа составляют 40% аудиторных занятий.

6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

Учебно-методическое обеспечение работы обучающихся в магистратуре включает: учебные пособия и учебники, мультимедийные презентации, Интернет-ресурсы; учебно-методические материалы по изучению дисциплины (планы семинарских занятий и др.), раздаточный материал (таблицы, рисунки, структурно-логические схемы и т.п.), тестовые задания.

Самостоятельная работа студентов

№ темы	Объем часов	Содержание самостоятельной работы
1	12	Изучение научной литературы и интернет-ресурсов по курсу «Поведенческая экономика». Анализ источников по теме «Истоки формирования поведенческой экономической теории».
2	12	Изучение литературных источников (в т.ч. с использованием компьютерной техники) по теме «Методология поведенческой экономической теории»
3	12	Составление конспектов, подготовка рефератов и презентаций по теме «Выбор в условиях риска и неопределенности: теория перспектив Д. Канемана и А. Тверски.»
4	14	Составление схем, алгоритмов и конспектов, подготовка рефератов и презентаций по теме «Поведенческая теория игр»
5	14	Составление конспектов, подготовка рефератов и презентаций по теме «Институт прав собственности в структуре поведенческой экономики»
6	14	Составление конспектов, подготовка рефератов и презентаций по теме «Поведенческая теория фирмы»
7	14	Составление конспектов, подготовка рефератов и презентаций по теме «Личность в психологии и экономике. Поведенческая теория личности».
8	12	Составление схем, алгоритмов и конспектов, подготовка рефератов и презентаций по теме «Поведенческая теория потребления»

Примерные темы докладов (выступлений), эссе

1. Роль эмоций в поведении человека.
2. Особенности познавательных процессов (памяти, внимания, восприятия) и роль при принятии решений.
3. Эволюционная теория игр, теоретическая трактовка общественных взаимоотношений с точки зрения теории игр.
4. Провалы координации.
5. Трактовки взаимоотношений между играми и институтами.
6. Теория принятия решений. Гедоническая интерпретация полезности как благополучия.
7. Основы теории перспектив.
8. Стандартная модель рационального выбора.
9. Ограниченная рациональность.
10. Обзор поведений, зависящих от конкретной ситуации.
11. Эволюция мотивов поведения, направленного на других, влияние новых экономических знаний на предпочтения.
12. Неприятие риска.
13. Эволюция прав собственности и взаимозависимых институтов.
14. Стохастическая эволюционная теория игр. Применение этого подхода к вопросу конвергенции и дивергенции институтов.
15. Генетическая эволюции альтруистических предпочтений.
16. Восприятие и интерпретация информации человеком
17. Влияние особенностей восприятия информации человеком на принятие экономических решений.
18. Роль человеческого фактора в корпоративной политике управления рисками.
19. Мотивы реципрокности в экономическом поведении
20. Поведенческая экономика Д.Ариэли.

Примерная тематика эссе

1. Оптимистическое и пессимистичное отклонение в поведении субъектов.
2. Поведенческая экономика на уровне конкретного субъекта (домохозяйки, студенты РЭУ им. Г.В. Плеханова, топ-менеджмент, фирмы).
3. Влияние Интернета на принятие решений
4. Информационный парадокс и его регуляция.
5. Особенности восприятия информации человеком как фактор принятия решений.

Контрольные вопросы для определения качества освоения дисциплины

1. Основные характеристики поведенческой экономической теории.
2. Причины нерациональности поведения субъектов.

3. Поведенческая экономика в работах зарубежных ученых.

4. Поведенческая экономика в работах отечественных ученых.

5. Поведенческие нормы как предмет эволюционной теории игр. Причины распространения поведенческих норм.

6. Поведенческие предпосылки институционального анализа.

7. Развитие методов моделирования социально-экономических взаимодействий.

8. Равновесие по Нэшу в классической теории игр.

9. Различные типы игр: кооперативное и некооперативное взаимодействие. Оценка сильных и слабых сторон теории игр.

10. Частная собственность. Факторы, которые имеют значения для возникновения режима частной собственности.

11. Коллективная собственность. Факторы, влияющие на оптимальный размер группы при коллективной собственности.

12. Стимулы при государственной собственности. Экономические последствия государственной собственности.

13. Поведенческая теория финансов.

14. Поведенческие парадоксы теории ожидаемой полезности.

15. Противодействие обучению конкурентов и «троянское обучение» в экономическом поведении.

16. Теория фирмы Уильямсона.

17. Теория фирмы Алчиана и Демсеца, ее сравнительные достоинства и недостатки.

18. Влияния эффектов на процесс корпоративного принятия решения. «Проклятие победителя», «Стереотипизация», эффект «Желательности», эффект «Горящей руки» (hothand), эффект «Отражения».

19. Связь между психологией личности и тенденцией «рискованного» поведения.

20. Основные положения поведенческой теории фирмы.

21. Основные положения поведенческой теории потребления.

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины «Поведенческая экономика»

а) основная литература:

1. Поведенческая экономическая теория: мейнстрим и современная парадигма экономического развития / под ред. д.э.н., проф. Г.П. Журавлевой, д.ист. н., проф. В.А. Динеса. Саратов: Саратов. госуд. социально-эконом. ун-т, 2012.

2. Боулз С. Микроэкономика Поведение, институты и эволюция. М.: Дело, АНХ, 2011 (гл. 2)

3. Федотова М., Плескачевский В., Рутгайзер В., Будицкий А. Поведенческая

оценка: концепция поведенческих финансов и ее применение в оценке бизнеса // Вопросы экономики. 2009. №5.

4. Акерлоф Дж.А., Шиллер Р.Дж. Животный дух: как человеческая психология управляет экономикой и почему это важно для глобального капитализма? М., 2010.

5. Левитт С., Даббнер С. Фрикономика. Мнение экономиста-диссидента о неожиданных связях между событиями и явлениями. М.: Изд-во «Вильямс», 2007.

6. Левитт С., Даббнер С. Суперфрикономика. М.: Изд-во «Манн, Иванов и Фербер», 2009.

7. Канеман Д., Словик П., Тверски А. Принятие решений в неопределенности: Правила и предубеждения. Изд-во ИПП «Гуманитарный центр», 2005. 632 с. Гл.1.

8. Павлов И.А. Поведенческая экономическая теория – позитивный подход к исследованию человеческого поведения (научный доклад). М.: ИЭ РАН, 2007.

9. Уильямсон О. Поведенческие предпосылки современного экономического анализа // THESIS. 1993. Т. 1. Вып. 3. С. 39-49.

б) дополнительная литература:

1. Ариели Д. Предсказуемая иррациональность. Скрытые силы, определяющие наши решения. М.: Изд-во «Манн, Иванов и Фербер», 2010.

2. Ариели Д. Позитивная иррациональность. Как извлекать выгоду из своих нелогичных поступков. М.: Изд-во «Манн, Иванов и Фербер», 2010.

3. Ариели Д. Поведенческая экономика. Почему люди ведут себя иррационально и как заработать на этом. М.: Изд-во «Манн, Иванов и Фербер», 2013.

4. Автономов В. С. Модель человека в экономической науке. СПб.: Экономическая школа, 1998.

5. Лерер Д. Как мы принимаем решения. М., 2010.

6. Давыдов Д. Интервальное восприятие информации и экономическое поведение потребителя: методологические аспекты // Вопросы экономики. 2007. № 12.

7. Рудык Н. Поведенческие финансы, или Между страхом и алчностью. М.: Дело, 2004. Гл. 5.

8. Фрэнк Р. Дарвиновская экономика: свобода, конкуренция и общее благо. М.: Изд. Института Гайдара, 2013.

в) программное обеспечение и Интернет-ресурсы:

1. Поведенческая экономика: видеолекции от Д. Репина. URL: http://www.neiromarketing.ru/news/72.htm.

2. URL:http://www.libertarium.ru/library – библиотека материалов по экономической тематике

3. URL: http://www.finansy.ru – материалы по социально-экономическому положению и развитию в России.

4. URL: http://www.ise.openlab.spb.ru/cgi-ise/gallery – Галерея экономистов.

5. Периодические издания (журналы): «Вопросы экономики, Российский экономический журнал», «Экономист», «HarvardBusinessReview в России» и др.

8. Материально-техническое обеспечение

В университете имеются лекционные аудитории, аудитории, снабженные компьютерами с выходом в Интернет и возможностями презентации учебного материала, библиотечный фонд по направлению 080100.68 «Экономика», ксероксы, сканеры, принтеры.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО по направлению подготовки 080100.68 «Экономика», СТО 01.59-2011 с учетом рекомендаций ПрООП ВПО по направлению подготовки 080100.68 «Экономика».

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Традиционная экономическая наука рассматривает индивида как некий рационально-логический, мыслящий автомат, обладающий способностью точно учитывать доступную ему информацию и на ее основе принимать оптимальное решение. Однако в реальной действительности, прежде всего – в хозяйственной деятельности различных экономических агентов, это положение подтверждается достаточно слабо. Так, вся игровая индустрия построена на доказанном статистикой правиле: вероятность выигрыша всегда меньше 0,5. Но какой «человек разумный», зная эти данные, войдет в игровой зал, чтобы оставить там «все, что нажито непосильным трудом»? Практика же подтверждает обратное: эмоции у человека стоят, как правило, выше холодного разума.

Поведенческая экономика рассматривает человека как абсолютно нерациональное существо. Более того, она утверждает, что рационального «человека экономического» не было, нет и скорее всего никогда не будет. Самое главное заключается в том, что эта иррациональность не случайна и не бессмысленна. Напротив, она вполне систематична и предсказуема, что дает повод надеяться на ее успешное применение, например – в рекламе для дальнейшего продвижения товара. Необходимо также понимать, что информация, заключенная в рекламе, не безлична и не абстрактна – она имеет человеческое измерение и потому воздействует на сферу чувств. Чем больше таких положительных эмоций, тем эффективнее будет реклама товара (услуг). Традиционные экономические модели, в которых действуют рациональные эгоистичные агенты, часто дают систематические искажения реального поведения. Эти модели часто могут быть улучшены, если учитывать накопленные в психологии, социологии знания. Важно понимать природу явлений, а не просто добавлять нерациональные черты экономическим агентам на основе наблюдений, иначе полностью теряется содержательный, предсказательный смысл моделей. Есть и обратное движение: строгий экономический (в частности, теоретико-игровой анализ) часто позволяет найти причины, объяснить механизм на первый взгляд непонятного, нерационального поведения. Другая важная особенность поведенческой экономики: она позволяет оценивать последствия тех или иных действий, политики с точки зрения благосостояния различных участников.

Поведенческая экономика ни в коем случае не отвергает классическую экономическую теорию – она просто предлагает новые высокоэффективные инструменты для поднятия уровня производства, продаж, услуг. Достижения науки поведенческой экономики имеют первостепенную важность для индивидов, руководителей компаний, поскольку они заставляют их переосмысливать традиционные рациональные/функциональные модели принятия решений человеком, которые движут многими решениями компаний. Отсутствие междисциплинарного подхода, интеграции экономики и психологии может привести к неправильному выбору, бесполезной трате ресурсов, которые можно было бы использовать более эффективно.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. *Абульханова-Славская К.А.* Деятельность и психология личности. М., 1980.

2. *Автономов В.С.* Человек в зеркале экономической теории (Очерк истории западной экономической мысли). М., 1993.

3. *Аганбегян А.Г.* Кризис: беда и шанс для России. М., 2009.

4. *Адизес И.* Как преодолеть кризисы менеджмента. Сер. «Книги Стокгольмской школы экономики». М.: Манн, Иванов и Фербер, 2006.

5. *Акерлоф Дж. А., Шиллер Р.Дж.* Spiritus Animalis, или Как человеческая психология управляет экономикой и почему это важно для глобального капитализма / пер. с англ. Д. Прияткина; под науч. ред. А. Суворова; вступ. ст. С. Гуриева. М.: ООО «Юнайтед Пресс», 2010.

6. *Аксенова О.А.* Проблемы и приоритетные направления при создании корпоративной системы обучения персонала организации. СПб.: Политехнический государственный университет, факультет управления и информационных технологий.

7. *Алле М.* Условия эффективности в экономике. М., 1998.

8. *Анцыферова Л.И.* К проблеме исторического развития психики // История и психология / под ред. Б.Ф. Поршнева, Л.И. Анцыферовой. М.: Наука, 1971.

9. *Анчишкин А.И.* Наука, техника, экономика. М., 1986.

10. *Ариели Д.* Позитивная иррациональность. Как извлекать выгоду из своих нелогичных поступков. Сер. «Книги Стокгольмской школы экономики». М.: Манн, Иванов и Фербер, 2010.

11. *Ариели Д.* Предсказуемая иррациональность. Скрытые силы, определяющие наши решения. Сер. «Книги Стокгольмской школы экономики». М.: Манн, Иванов и Фербер, 2010.

12. *Бард А., Зодерквист Я.* Netократия. Новая правящая элита и жизнь после капитализма. Сер. «Книги Стокгольмской школы экономики». М.: Манн, Иванов и Фербер, 2004.

13. *Беккер Г.* Человеческое поведение: экономический подход. М.: Финансы, 1999.

14. *Белянин А.* Д. Канеман и В. Смит: экономический анализ человеческого поведения // Вопросы экономики. 2003. № 1.

15. *Блинова Т.В., Русановский В.А.* Теоретические подходы к исследованию межрегиональных различий российского рынка труда // Вестник СГСЭУ. 2009.

16. *Блинова Т.В., Русановский В.А.* Экономическая политика, структура занятости и безработица в российских регионах. М.: РПЭИ, 2002.

17. *Божович Л.И.* Проблемы формирования личности / под ред., вступ. ст. Д.И. Фельдштейна. 2-е изд. М.: Изд-во «Институт практической психологии, 1997.

18. *Брейли Р., Майерс С.* Принципы корпоративных финансов. М.: Олимп-Бизнес, 2005.

19. *Бригхем Ю., Гапенски Л.* Финансовый менеджмент: Полный курс. Т. 1 / пер. с англ., под ред. В.В. Ковалева. СПб.: Экономическая школа, 2007.

20. *Брушлинский А.В.* Проблемы психологии субъекта. М., 1994.

21. *Булгакова Н.* Деформации и реформы // Поиск. 2004.

22. *Ващенко Т.В., Лисицына Е.В.* Поведенческие финансы – новое направление финансового менеджмента. История возникновения и развития // Финансовый менеджмент. 2006. № 1.

23. *Вебер М.* «Объективность» познания в области социальных наук и социальной политики // Культурология-XX в.: Антология. М., 1995.

24. *Веблен Т.* Теория праздного класса. М., 1984.

25. *Вороновицкий М.М.* Модель стадного поведения при формировании спроса // Экономика и математические методы. 2009.

26. *Вороновицкий М.М., Мейталь Ш.* Модель социального влияния на цены // Экономика и математические методы. 2003.

27. *Вуколова П.М.* Помощь и противодействие в обучении как психолого-педагогическая проблема. М.: МГУ, 2000.

28. *Галочкин И.* Мотивы экономического поведения // Вопросы экономики. 2004.

29. *Гарретт Б., Дюссож П.* Стратегические альянсы. М.: ИНФРА-М, 2002.

30. *Гегель Г.В.Ф.* Философия права. М.: Мысль, 1990.

31. *Глазьев С.Ю., Микерин Г.И., Тесля П.Н. и др.* Длинные волны: научно-технический прогресс и социально-экономическое развитие. Новосибирск, 1991.

32. *Горвиц Г.Г.* Принятие индивидуальных решений: массовые движения, координация действий и подражательное поведение: Доклады V Международной конференции «Параллельные вычисления и задачи управления». М.: РАСО, 2010.

33. *Давыдов Д.* Интервальное восприятие информации и экономическое поведение потребителя: методологические аспекты // Вопросы экономики. 2007. № 12.

34. *Ершов А.* Взгляд психолога на активность человека. М., 1991.

35. *Здравомыслов А.Г.* Социология конфликта. М., 1996.

36. *Зеркин Д.П.* Основы конфликтологии. Ростов н/Д, 1998.

37. *Йенсен Р.* Общество мечты. Сер. «Книги Стокгольмской школы экономики». М.: Манн, Иванов и Фербер, 2004.

38. *Калуцкая И.Н.* Макиавеллизм личности и троянское обучение в российской и американской культурах: дис. … канд. психол. наук. М.: МГУ, 2008.

39. *Канеман Д.* Карты ограниченной рациональности: психология для поведенческой экономики // The American Economic Review. 2003. Dec.

40. *Канеман Д., Тверски А.* Рациональный выбор, ценности и фреймы // American Psychologist. 1984. Vol. 39. № 4.

41. *Карнеги Д.* Как завоевывать друзей и оказывать влияние на людей. Как вырабатывать уверенность в себе и влиять на людей, выступая публично. Как перестать беспокоиться и начать жить. Минск, 1990.

42. *Карнышев А.Д.* Этнокультурные критерии рациональности / нерациональности экономического поведения // Психология в экономике и управлении. 2010.

43. *Кизилова Н.М.* Философия экономики: методология обоснования экономической рациональности: автореф. дис. … д-ра филос. наук. М., 2006.

44. *Климов Е.А.* О предполагаемых путях развития психологического образования в стране // Развивающаяся психология – основа гуманизации образования: Материалы I Всероссийской научно-методической конференции. М., 1998.

45. *Клок К., Голдсмит Дж.* Конец менеджмента. СПб.: Питер, 2004.

46. *Ковалев А.Г.* Психология личности. М., 1965.

47. *Крупкина А.С.* Поведенческие парадоксы теории ожидаемой полезности // Материалы Международной заочной научно-практической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых «Молодые ученые о современном финансовом рынке РФ». Пермь, 28 апреля 2010 г.

48. *Козелецкий Ю.* Психологическая теория решений. М.: Прогресс, 1979.

49. *Козелецкий Ю.* Человек многомерный: (Психол. эссе). Киев: Лыбидь, 1991.

50. *Коновалова И., Коновалов Б.* Все на продажу // Вечерняя Москва. 1998.

51. *Коуз Р.* Институциональная структура производства. Нобелевская лекция 9 дек. 1991 г. // Нобелевские лауреаты по экономике: взгляд из России / под ред. проф. Ю.В. Яковца. СПб.: Гуманистика, 2003.

52. *Кукла А.* Ментальные ловушки. М.: Альпина Бизнес Букс, 2007.

53. *Лайбенстайн Х.* Аллокативная эффективность в сравнении с «Х-эффективностью» // Теория фирмы / под. ред. В.М. Гальперина. СПб.: Экономическая школа, 1995.

54. *Левин А.* Нестандартная экономика Д. Ариэли // Троицкий вариант. 2008.

55. *Левитт С., Даббнер С.* Суперфрикономика. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2009.

56. *Левитт С.Д., Даббнер С.Дж.* Фрикономика. Мнение экономиста-диссидента о неожиданных связях между событиями и явлениями. М.: Вильямс, 2007.

57. *Леонтьев А.Н.* Деятельность, сознание, личность. М., 1975.

58. *Лерер Дж.* Как мы принимаем решения. М.: Corpus, 2010.

59. *Лефевр В.А.* Конфликтующие структуры. М.: Институт психологии РАН, 2000.

60. *Линксон Ч.* Конфликт: семь шагов к миру. СПб., 1997.

61. *Лукашов А.В.* Поведенческие корпоративные финансы и дивидендная политика фирмы // Управление корпоративными финансами. 2004. № 3.

62. *Льюис Р.Д.* Деловые культуры в мировом бизнесе / пер. с англ. М.: Дело, 2001.

63. *Любимов Л.Л.* Выступление перед студентами и преподавателями факультета психологии ГУ ВШЭ. М., 17 сентября 2003 г.

64. *Мадди С.* Теории личности: Сравнительный анализ. СПб.: Речь, 2003.

65. *Малюк А.А., Погожин Н.С., Толстой А.И.* Обучение вопросам компьютерной безопасности специалистов-профессионалов и персонала, связанного с противодействием компьютерным атакам: Доклад на Российско-американском семинаре по проблемам компьютерного терроризма. М., 18 марта 2003 г.

66. *Маркузе Г.* Одномерный человек / пер. с англ. М., 1994.

67. *Матвеев К.Ю.* Инновационно-инвестиционные ресурсы в модели нового качества экономического роста в России. Самара, 2008.

68. *Махлуп Ф.* Теории фирмы: маржиналистские, бихевиористские и управленческие // Теория фирмы / под. ред. В.М. Гальперина. СПб.: Экономическая школа, 1995.

69. *Менегетти А.* Образ и бессознательное. М.: Онтопсихология, 2004.

70. *Мещеряков Б.Г., Некрасова А.В.* Макиавеллизм, ложь и правда в повседневной жизни // Человек. 2005.

71. *Моисеев Н.Н.* Коэволюция природы и общества. Пути ноосферогенеза // Экология и жизнь. 1997.

72. *Неверов А.Н.* Капитал и диффузия субъектности. Саратов, 2009.

73. *Неверов А.Н.* Экономико-психологические механизмы общественного развития. Саратов, 2008.

74. *Нейман Дж., Моргенштерн О.* Теория игр и экономическое поведение. М., 1970.

75. *Новиков А.М.* Российское образование: парадоксы наследия, векторы развития. М.: Эгвес, 2000.

76. *Норт Д.* Институты, институциональные изменения и функционирование экономики. М.: Начала, 1997.

77. *Ойкен В.* Принципы экономической политики. М., 1995.

78. *Павлов И.А.* Поведенческая экономическая теория – позитивный подход к исследованию человеческого поведения (научный доклад). М.: ИЭ РАН, 2007.

79. *Пайн Дж.Б., Гилмор Дж.Х.* Экономика впечатлений. М.: Вильямс, 2005.

80. *Петросян Л., Зенкевич Н.* Теория игр и социально-экономическое поведение // Экономическая школа. 2002.

81. *Питерс Т.* Представьте себе! Превосходство в бизнесе в эпоху разрушений. Сер. «Книги Стокгольмской школы экономики». М.: Манн, Иванов и Фербер, 2005.

82. *Питерс Т.Дж., Уотерман Р.Х.* В поисках совершенства. М.: Вильямс, 2005.

83. *Платонов К.К.* Структура и развитие личности. М., 1986.

84. *Поддьяков А.Н.* Исследовательское поведение: стратегии познания, помощь, противодействие, конфликт. М.: МГУ, 2000.

85. *Поддьяков А.Н.* Ориентировочная и дезориентирующая основы деятельности: иерархии целей обучения в конфликтующих системах // Вопросы психологии. 2002.

86. *Поддьяков А.Н.* Педагогика сотрудничества и педагогика противодействия // Психологическая наука и образование. 1998.

87. *Поддьяков А.Н.* Противодействие обучению конкурента и троянское обучение в экономическом поведении // Психология. 2004.

88. *Порунов А.Н.* Кризис и страны БРИК: итоги января-февраля 2009 г. в зеркале статистики // Финансы и бизнес. 2009. № 3.

89. *Радаев В.В.* Социология рынков: к формированию нового направления. М.: ГУ ВШЭ, 2003.

90. *Рахаев Б.* Модели оценки поведения потребителей // Маркетинг. 2004.

91. *Россинская Г.М.* Потребительское поведение домохозяйства в условиях трансформации российского общества // Вестник УГАТУ. 2009. Т. 12. № 3.

92. *Рубинштейн С.Л.* Избранные философско-психологические труды. Основы онтологии, логики и психологии. М.: Наука, 1997.

93. *Рубинштейн А.Я.* Рождение теории. Разговоры с известными экономистами. М., 2010.

94. *Рубинштейн А.Я.* Экономика общественных преференций. Структура и эволюция социального интереса. СПб.: Алетейя, 2008.

95. *Рязанов В.Т.* Проблема верификации в экономической теории // Вестник Санкт-Петербургского университета. 2004.

96. *Саймон Г.* Методологические основания экономики // Системные исследования. Методологические проблемы. Ежегодник. 1989–1990. М.: Наука, 1991.

97. *Саймон Г.* Науки об искусственном / послесл. О.К. Тихомирова. М.: Мир, 1972.

98. *Саймон Г.* О применении теории следящих систем для изучения процессов регулирования производства // Процессы регулирования в моделях экономических систем. М.: Издательство иностранной литературы, 1961.

99. *Саймон Г.* Рациональность как процесс и продукт мышления // THESIS. 1993.

100. *Саймон Г.А.* Теория принятия решений в экономической науке и науке о поведении // Теория фирмы / под. ред. В.М. Гальперина. СПб.: Экономическая школа, 1995.

101. *Смит А.* Теория нравственных чувств. М.: Республика, 1997.

102. *Смит В.* Экспериментальная экономика. М., 2008.

103. *Столин В.В.* Самосознание личности. М.: МГУ, 1983.

104. *Таунсенд Р.* Сломай систему! Лекарство от управленческой изжоги. М.: Альпина Бизнес Букс, 2008.

105. *Тироль Ж.* Рынки и рыночная власть: теория организации промышленности: в 2 т. Изд. 2-е, испр. / пер. с англ., под ред. В.М. Гальперина и Н.А. Зенкевича. СПб.: Экономическая школа, 2000.

106. *Тобин Дж.* Вызовы и возможности // Нобелевские лауреаты по экономике: взгляд из России / под ред. проф. Ю.В. Яковца. СПб.: Гуманистика, 2003.

107. *Уильямсон О.И.* Экономические институты капитализма. Фирмы, рынки, «отношенческая» контрактация. СПб., 1996.

108. *Устиян И.* Мировой продовольственный кризис: серьезный вызов начала XXI в. // Экономист. 2008. № 10.

109. *Федотова М., Плескачевский В., Рутгайзер В., Будицкий А.* Поведенческая оценка: концепция поведенческих финансов и ее применение в оценке бизнеса // Вопросы экономики. 2009. № 5.

110. *Фельдштейн Д.И.* Приоритетные направления развития психологических исследований в области образования и самообразования современного человека // Вопросы психологии. 2003.

111. *Фомина З.В.* Человеческая духовность: Бытие и ценности. Саратов: СГУ, 1997.

112. *Фридман А.А.* Лекции по курсу микроэкономики продвинутого уровня. М.: ГУ ВШЭ, 2008.

113. *Фридмен М.* Методология позитивной экономической науки // THESIS. 1994.

114. *Фридмен М., Сэвидж Л.* Анализ полезности при выборе среди альтернатив, предполагающих риск // Теория потребительского поведения и спроса. СПб., 1993.

115. *Хекхаузен Х.* Мотивация и деятельность. СПб.: Питер, 2003.

116. *Хьелл Л., Зиглер Д.* Теории личности. СПб.: Питер, 1999.

117. *Чемберлин Э.* Теория монополистической конкуренции. М., 1996.

118. *Чиркова Е.В.* Анатомия финансового пузыря. М.: ООО «Кейс», 2010.

119. *Шадриков В.Д.* Деятельность и способности. М., 1994.

120. *Шлиссер Э.* Экономическая теория и эксперимент: И. Ньютон, М. Фридмен и В. Смит // Вопросы экономики. 2007.

121. *Эрроу К.* Общее экономическое равновесие: цель исследования, методология анализа, коллективный выбор. Нобелевская лекция 12 дек. 1972 г.// Нобелевские лауреаты по экономике: взгляд из России / под ред. проф. Ю.В. Яковца. СПб.: Гуманистика, 2003.

122. *Ямасита К., Спатаро С.* Антиступор. М.: Эксмо, 2006.

123. *Allen F., Gale D.* Optimal Finance. 1998.

124. *Allen B., Hellwig M.* Bertrand – Edgeworth Oligipoly in Large Markets // Rew. Econ. Stud. 1986.

125. *Ashiya M.* Herd Behavior of Japanese Economists // J. of Econ. Behavior and Organization. 2001.

126. *Bandura A.* Social foundations of thought and action: A social cognitive theory. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, 1986.

127. *Bandura A.* Self-regulation of motivation and action through goal systems. In L.A. Pervin (Ed.), Goal concepts in personality and social psychology. Hillsdale, NJ: Erlbaum, 1988.

128. *Bandura A.* Human agency in social cognitive theory // American Psychologist. 1989. № 44. P. 1175–1184.

129. *Bandura A.* Regulation of cognitive processes through perceived self-efficacy. Development Psychology, 1989.

130. *Banerjee A., Fudenberg D.* Word-of-mouth Learning, Games and Economic Behavior. 2004.

131. *Banerjee A.V.* A simple Model of Herd Behavior // The Quarterly J. of Econ. 1992. Vol. CVII.

132. *Becker G.S.* A Note on Restaurant Pricing and Other Example on Social Influence on Price // J. of Polit. Econ. 1991. Vol. XCIX.

133. *Bell D.* Notes on the Post-Industrial Society // The Public Interest. 1967.

134. *Benartzi S., Thaler R.* Myopic Loss Aversion and the Equity Premium Puzzle // Quarterly Journal of Economics. 1995.

135. *Bernheim D., Whinston M.* Multimarket Contract and Collusive Behavior. Dep. of Economics. Harvard Univ., 1986.

136. *Bikhchandani S., Hirshleifer D., Welch I.* A Theory of Fads, Fashion, Custom, and Cultural Change as Information Cascades // Journal of Political Economy. 1992. Vol. 100.

137. *Bikhchandani, S., Hirshleifer D., Welch I.* Learning From the Behavior of Other: Conformity, Fads, and Information Cascades // Journal of Economic Perspectives. 1998.

138. *Blanchard O., Wolfers J.* The Pole of Shocks and Institutions in the Rise of European Unemployment: The Aggregate Evidence // Economic Journal. 2000. Vol. 110.

139. *Blount S.* When Social Outcomes aren't Fair: The Effect of Causal Attributions on Preferences // Organizational Behavior and Huecision Processes. 1995.

140. *Bourdieu P.* Equisse d une theorie de la pratique: precede de trios etudes d ethnologie kabule. Geneve: Droz, 1972.

141. *Bourdieu P.* Le Sens pratique. P.: Ed. De Minuit, 1980.

142. *Bon G.* The Crowd. N. Y.: Penguin Books, 1977.

143. *Camerer C.* Behavioral Game Theory: Experiments in Strategic Interaction. Princeton: Princeton University Press, 2003.

144. *Camerer C., Thaler R.* Anomalies: Ultimatums, Dictators and Manners // The Journal of Economic Perspectives. 1995.

145. *Clarke S.* Trade Union and Non-payment of Wages in Russia. N.Y., 1997.

146. *Cyert R.M., March J.G.* A Behavioral Theory of the Firm. 2-nd ed. Prentice Hall, Englewood Cliffs, NJ., 1992.

147. *Demekas D.G.* Labor Market Segmentation in a Two-Sector Model of an Open Economy // IMF Working Paper. 1990. № 37(4).

148. *Diamond D.W., Dybvig P.* Bank Runs, Deposit Insurance and Liquidity // J. of Polit. Econ. 1983. Vol. 91.

149. *Fehr E., Schmidt K.* A Theory of Fairness, Competition, and Cooperation // Camerer C., Loewenstcin G., Rabin M. (eds.) Advances in Behavioral Economics. Princeton: Princeton University Press, 2003.

150. *Garling T., Axhausen K., Brydsten M.* Travel choice and the goal process utility distinction // Applied Cognitive Psychology. 1996.

151. *Giddens A.* The Constitution of Society. Pdity Press, 1984.

152. *Gimpelson V., Lippoldt D.* Labor Restructuring in Russian Enterprises: A Case study. P.: OECD, 1996.

153. *Green E., Porter R.* Non-cooperative Collusion Under Imperfect Price Information // Econometrica. 1984.

154. *Guth W., Schmittberger R., Schwarze B.* An Experimental Analysis of Ultimatum Bargaining // Journal of Economic Behavior and Organization, 1982.

155. *Hart O.* Monopolistic Competition in a Large Economy with Differentiated commodities // Rew. Econ. Stud. 1979.

156. *Heiner R.* The Origin of Predictable Behavior // American Economic Review. 1983.

157. *Hicks J.* Revision of Demand Theory. Oxford: Clarendon Press, 1956.

158. *Janis I.L.* Victims of Groupthink: A Psychological Study of Foreign Policy Decisions and Fiascoes. Boston: Houghton, Mifflin, 1972.

159. *Kahneman D., Knetsch J., Thaler R.* Fairness and the Assumptions of Economics // The Journal of Business. 1986.

160. *Kahneman D., Knetsch J., Thaler R.* Fairness as a Constraint on Profit Seeking: Entitlements in the Market.

161. *Kahneman D., Tversky A.* Choices, Values and Frames // American Psychologist. 1984.

162. *Kahneman D., Tversky A.* Prospect Theory: An Analysis of Decision Making under Risk // Econometrics. 1979. Vol. 47. № 2.

163. *Katona G.* Psychological economics. 1975.

164. *Klemperer P.* How (Not) to Run Auctions: the European 3G Telecom Auctions. Oxford, 2001.

165. *Knack E., Keefer P.* Docs Social Capital Have an Economic Payoff? A Cross-Country Investigation // The Quarterly Journal of Economics. 1997.

166. *Krampen G.* Differential psychologie der Kontrolluberzeugungen («Locus of control»). Gottingen, Toronto, Zurich: Hogrefe, 1982.

167. *Kurbler D., Weizsacker G.* Information Cascades in the Labor Market // Journal of Economies. 2003.

168. *Layard R., Richter A.* How Much Unemployment is Needed for Restructuring: The Russian Experience, Economics of Transition, 1995.

169. *Liebenstein H.* Bandwagon, Snoband, Veblen Effect in the Theory of Consumer Demand // Quarterly J. of Econ. 1950.

170. *Leibenstein H.* Beyond the Economic Men. Harvard University Press Cambridge (Mass.), 1976.

171. *Mackay C.* Memoirs of Extraordinary Popular Delusions and the Madness of Crowds. N. Y.: John Wiley & Sons, 1996.

172. *March J.G.* Decisions and Organizations. Oxford: Basil Blackwell, 1988.

173. *March J.G. ed.* Handbook of Organizations. Chicago, IL: Rand McNally, 1965.

174. *March J., Olsen J.* Ambiguity and Choice in Organizations. Bergen, Norway: Universitets-forlaget, 1976.

175. *Marshall A.* Principles of Economics. L., 1961.

176. *Mehra R., Prescott E.* The Equity Premium: A Puzzle // Journal of Monetary Economics. 1985.

177. *Mintzberg H.* The Nature of Managerial Work. N. Y: Harper & Row, 1973.

178. *Mishkin F.* Asymmetric Information and Financial Crises: Historical Perspective // NBER. Working Papers. 1991. № 13 970.

179. *Mullainathan S., Thaler R.H.* Behavioral Economics // NBER. Working Paper. 2000. № 7948.

180. *Myerson R.* Optimal auction design // Mathematics of Operations Research. 1981. № 6.

181. *Neumann J., Morgenstern O.* Theory of Games and Economic Behaviour. Princeton University Press, 1944.

182. *Ortega-Reichert A.* Models for Competitive Billing under Uncertainty: Ph. D. thesis. Stanford Unit., 1967.

183. *Rabin M.* Incorporating Fairness into Game Theory and Economics // American Economic Review. 1993.

184. *Reynaud P.-L.* La psychologie economique. P., 1966.

185. *Reynaud P.-L.* Precis dc psychologie economique. P., 1974.

186. *Riley J., Samuelson W.* Optimal auctions // American Economic Review. 1981. № 71.

187. *Rotter J.B.* The development and applications of social learning theory: Selected papers. N. Y.: Praeger, 1982.

188. *Scharfstein D., Stein J.* Herd Behavior and Investment // American Economic Review. 1990.

189. *Scitovsky T.* The Joyless Economy: An inquiry into human satisfaction and consumer dissatisfaction. 1976.

190. *Shefrin H., Statman M.* Behavioral Portfolio Theory // The Journal of Financial and Quantitative Analysis. 2000. Vol. 35.

191. *Shefrin H., Statman M.* The Disposition to Sell Winners Too Early and Ride Losers Too Long: Theory and Evidence // Journal of Finance. 1985.

192. *Selten R.* Bounded Rationality // Journal of Institutional and Theoretical Economics. 1990.

193. *Skinner B.F.* The origins of cognitive thought // American Psychologist. 1989. № 44. P. 13 – 18.

194. *Smith V.L.* Economics in the Laboratory // The Journal of Economic Perspectives. 1994. Winter.

195. *Solow R.* How Did Economics Get That Way and What Way Is It? // Daedalus. 1997.

196. *Tarde G.* Psychologie economique. Collection: Bibliotheque de philosophie contemporaine. Ancienne Librairie Germer Bailliere et Cie. T. 1. 1902.

197. *Thaler R.* Anomalies: The Ultimatum Game // The Journal of Economic Perspectives. 1988.

198. *Vickrey W.* Counterspeculation, auctions and competitive sealed tenders // Journal of Finance. 1961. № 16.

Научное издание

ПОВЕДЕНЧЕСКАЯ ЭКОНОМИКА: СОВРЕМЕННАЯ ПАРАДИГМА ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ

Монография

Под редакцией
д.э.н., профессора **Галины Петровны Журавлевой,**
д.э.н., профессора **Надежды Васильевны Манохиной,**
д.э.н., профессора **Валентины Викторовны Смагиной**

Печатается в авторской редакции

ISBN 978-5-00078-086-2



Подписано в печать 22.03.2016.
Формат 70x100/16. Усл. печ. л. 27,41.
Тираж 500 экз. Заказ 1150.

Отпечатано с готового оригинал-макета
в типографии Издательского дома ТГУ имени Г.Р. Державина
392008, г. Тамбов, ул. Советская, 190 г