

Психологические факторы принятия экономических решений¹

Я.В. Шокин

В статье приводится обзор основных направлений анализа экономического (хозяйственного) поведения в разрезе влияния факторов психологического генезиса. Обобщаются наиболее современные методы поведенческой экономической науки, рассматриваются наиболее актуальные на сегодняшний день концепции рациональности; дается краткий обзор экспериментальной работы, проведенной группой исследователей кафедр экономики и управления проектами и ориентированной на выявление психологических факторов, оказывающих наиболее явное воздействие на поведение экономических агентов. Формулируется вывод о перспективности дальнейшего углубления синтеза экономической и психологической науки в целях создания универсальной парадигмы, правдоподобно представляющей человека как рационально мыслящее, но при этом эмоционально и социально детерминированное существо.

рациональное поведение, парадигма “homo economicus”, поведенческая экономическая теория, поведенческие паттерны, поведенческие эвристики

В последние десятилетия симбиоз психологической и экономической наук стал восприниматься в научной среде как нечто, само собой разумеющееся. В качестве примера можно привести:

- известнейшие работы по поведенческой экономике (А. Тверски, Д. Кэнеман, Дж. Акерлоф, Р. Шиллер, Д. Ариэли);
- труды по экономической социодинамике (Р. Гринберг, А. Рубинштейн);
- работы по экономической психологии (А.Л. Журавлёв, В.Д. Попов, В.М. Соколинский и др.);
- исследования по нейроэкономике (П. Зак и др.);
- и ряд других смежных направлений.

Однако нельзя закрывать глаза на тот факт, что даже наиболее удачные разработки в указанных сферах до сих пор так и не совершили прорыва в научном понимании человеческой деятельности. Безусловной их заслугой является качественный скачок в научном представлении о факторах, детерминирующих человеческое поведение; в какой-то степени можно говорить, что многие закоренелые стереотипы науки середины XX века удалось разрушить.

Однако есть ли нам на сегодняшний день, что предложить взамен?

Практически все гуманитарные науки, к числу которых с некоторой натяжкой можно отнести и экономику, имеют своей основной фундаментальной задачей формирование глубинного познания сущности человеческого поведения в различных сферах его деятельности. В конечном счете это познание нужно для того, чтобы иметь возможность прогнозировать человеческое поведение. Нет сомнений, что любые фаталистские концепции ни в коей степени не являются научными, и гарантированных предсказаний относительно поведения даже отдельного человека (а тем более больших групп людей), скорее всего, никогда не появится.

¹ Работа выполнена при поддержке гранта РФФИ 14-06-00192 «»; также статья основана на докладе, представленном 2 апреля 2015 г. на Международной конференции «Психология третьего тысячелетия», проводившейся в университете «Дубна».

При этом и успехи отдельных наук, в том числе ряда междисциплинарных направлений, не следует игнорировать:

- социология достаточно далеко шагнула в сфере политтехнологий и управления массовым сознанием;
- нейроэкономика закралась в структуры головного мозга человека и сформировала массу полезных рекомендаций для маркетологов;
- поведенческая экономика научила производителей обращать серьезное внимание на неценовые факторы спроса.

Тем не менее, при всем этом глубинного понимания сущности человеческого поведения в современной науке по-прежнему нет. По-видимому, основная проблема кроется в том, что человека нельзя исследовать по отдельным, частным проявлениям его деятельности; необходимо некое комплексное знание, которое еще Л. Фон Мизес называл «праксиологией».

К примеру, в экономической науке за последнее столетие появилась масса концепций, описывающих поведение потребителя:

- теория ожидаемой полезности фон Неймана-Моргенштерна;
- модель дисконтированной полезности П. Самуэльсона;
- теория рациональных ожиданий Дж. Мута и Т. Сарджента;
- концепция х-эффективности Х. Лейбенштайна;
- теория перспектив Д. Кэнемана и А. Тверски;
- а также ряд других.

Однако все они базируются на **двух ключевых предпосылках**: гипотезе о рациональном потребителе (с чем мы не будем спорить) и комплексе чисто математических ограничений на вид функции полезности.

Вот здесь, как представляется, и кроется камень преткновений современной экономической науки.

Попробуем отойти от аппарата функций полезности и в то же время сформулировать две конкретные задачи, наиболее, на наш взгляд, актуальные для теории потребительского поведения в современных условиях:

1) **моделирование работоспособного алгоритма принятия потребительских решений**, основывающегося на учете как денежных, так и неденежных (поведенческих) факторов; решению данной задачи посвящен целый ряд публикаций автора, личных и в соавторстве [2; 6; 10; 11; 14];

2) разработка основ **«исчисления образов»**, под которым следует понимать выявление алгоритмов взаимодействия памяти человека с перманентно воспринимаемым потоком привходящих образов и принятия мозгом некоторых решений на основе анализа результатов указанного взаимодействия.

Данная задача является не на один порядок более сложной, чем предыдущая, но ее решение может позволить научиться описывать процесс принятия любых (не только потребительских) решений, который впоследствии можно распространить на частный случай решений – хозяйственные, либо, еще уже – потребительские, решения.

Будем исходить из того, что все факторы, определяющие спрос потребителей, сводятся к трем группам:

- 1) ценовые факторы (собственно цена блага и возможные денежные эффекты, связанные с экономией средств в будущем благодаря приобретению данного блага);
- 2) неценовые факторы, сводимые к ценовым (альтернативные издержки, экономия времени, экономия на лекарствах, избегание потенциальных расходов и т.п.);
- 3) неценовые факторы, принципиально несводимые к ценовым (их условимся называть «поведенческими»; примерами оных могут служить духовные, нравственные ценности, все факторы эмоциональной природы, некоторые факторы социального

генезиса, причем многие из указанных факторов успешно описываются при помощи поведенческих паттернов и поведенческих эвристик).

Исследовательским коллективом кафедры экономики университета «Дубна» на протяжении почти десяти последних лет проводились и продолжают проводиться экономические эксперименты различного рода. Тем не менее, подавляющее большинство указанных экспериментов объединяются общей системой целей, к числу которых относятся:

1) формирование набора экспертных оценок степени влияния на принятие хозяйственных решений факторов неденежной (неценовой) природы;

2) моделирование хозяйственных ситуаций, в которых сравнивается выбор респондента в условиях воздействия сугубо денежных факторов, с одной стороны, и в условиях воздействия неденежных (неценовых) факторов — с другой;

3) формулирование выводов относительно степени различия результатов, полученных в обеих вышеуказанных ситуациях;

4) с использованием методов кластерного анализа выявление устойчивых групп благ, различающихся между собой по степени влияния факторов неденежной природы (поведенческих паттернов).

С конкретными результатами проведенных экспериментов можно ознакомиться в ряде публикаций [2; 6; 10; 11; 14].

Следует отметить, что некоторые из полученных результатов оказались достаточно неожиданными и имеют как методологически-теоретическую, так и прикладную и прогностическую ценность для развития экономической науки в русле укрепления междисциплинарных связей с гуманитарными отраслями знания.

В частности, получил экспериментальное подтверждение тезис о преобладании в ситуациях потребительского выбора случаев, когда итоговая оценка блага потребителем формируется с ярко выраженным эффектом нетранзитивности предпочтений [2]. Также в ряде случаев был получен и подтвержден на обширном эмпирическом материале вывод о доминирующей роли неценовых факторов в процессе принятия потребительских решений, в то время как факторы сугубо ценовой природы практически не оказывали воздействия на итоговое решение потребителей² [6; 10; 11; 14].

Кроме того, важнейшим направлением развития научного знания в направлении укрепления методологических связей между экономикой, психологией и рядом смежных наук является совершенствование понятийного аппарата так называемой нейроэкономики и его адаптации к нуждам и задачам микроэкономической науки. Как известно, одним из отцов-основателей нейроэкономики считается Пол Зак, американский ученый, которому приписывают авторство самого термина «нейроэкономика» [18]. В России, по-видимому, наиболее ярким представителем нейроэкономики можно считать профессора НИУ ВШЭ Алексея Ключарёва [3; 5]. При этом нужно отметить, что основным направлением нейроэкономических исследований является приложение методов нейробиологии к решению теоретических задач из сферы микроэкономики, и в первую очередь из такого ее раздела, как теория потребительского поведения и теория рациональности.

С точки зрения нейробиологии, принятие решения определяется активностью нейронных сетей в мозге. Исследования на обезьянах показывают, как популяция нейронов или даже один нейрон аккумулирует информацию, связанную с решением, и если активность этого нейрона достигает порогового значения, решение принимается.

² Справедливости ради следует отметить, что указанное исследование проводилось исключительно для авторынга и обобщать сделанные по его результатам выводы на рынки всех прочих благ было бы методологически некорректным.

Решение — это достижение порога активности этих нейронов. Воздействуя на них, можно изменить решение [5].

Нейробиология идет дальше и утверждает на основании обобщения многочисленных экспериментов по поведению обезьян и людей, что личности, принимающей решения, как таковой, не существует. Человеку кажется, что он сознательно принял решение, но есть исследования, показавшие, что это решение можно предсказать по активности мозга за восемь секунд до осознания решения. Сначала мозг принимает решение, потом возникает иллюзия его сознательного принятия. Отсюда делается парадоксальный вывод об иллюзорности существования цельной личности, которая держит ситуацию под контролем [5].

Основной целью любой человеческой деятельности при этом (в том числе — хозяйственной, экономической), если продолжать рассуждения нейробиологов, является максимизация выработки в организме гормона допамина, который вызывает ощущение удовольствия. Оценка привлекательности того или иного варианта решения связана с допаминергической системой, распределяющей по мозгу допамин. Выделением допамина мозг поощряет себя за успехи. Этот нейромедиатор продуцируется в среднем мозге, а потом распределяется по многим областям мозга. Допаминергическая система наделяет объекты ощущением субъективной ценности [5].

Очевидно, что подобный подход нейроэкономистов к проблеме принятия решений любого рода, по существу, сводится к элементарному фатализму и предопределенности любых социальных процессов. При этом по-прежнему сохраняются все трудности (чтобы не сказать — невозможность) адекватного прогнозирования человеческого поведения — ввиду неисчислимого количества факторов, влияющих на работу нейросетей головного мозга. Дает ли такое нейробиологическое понимание процессов принятия решений какие-либо новые прогностические возможности? По-видимому, нет. Более того, подобный взгляд на вещи полностью отрицает наличие свободной воли человека, возможности свободного волеизъявления. Речь идет не об этической или религиозной стороне вопроса (хотя их, как представляется, также нельзя полностью игнорировать), а о таком чисто психологическом феномене, как мотивация. Как должен вести себя (в том числе — в экономическом проявлении своей жизни) человек, которому ученые детально объяснили, ссылаясь на неопровержимые данные вполне достоверных исследований, что его способность принимать решения и нести за них ответственность — не более, чем иллюзия? Если приводить примеры из области искусства, то в качестве наиболее наглядной иллюстрации подобного существования в первую очередь приходит на ум бестселлер братьев Вачовски «Матрица».

В качестве вывода можно сформулировать мысль о том, что необходимо особое внимание уделять всестороннему развитию сотрудничества экономики и психологии в рамках совершенствования такого направления исследований, как поведенческая экономическая теория, поскольку последняя ориентирована на выявление всевозможных поведенческих эффектов потребления, отклоняющих реальный выбор субъекта от прогнозируемых рациональных схем. Результаты же нейроэкономических исследований следует воспринимать и трактовать с большой осторожностью, которая вынуждает ученых искать все новые способы объяснения наблюдаемой реальности.

Литература:

1. Дубов, М. Нейроэкономика [Электронный ресурс] / М. Дубов // Сайт проекта «RUCONOMICS. Экономика на русском языке». — М., 2006. — Режим доступа: <http://rucconomics.com/2006/10/17/neuroekonomika/> (дата обращения: 17.04.2010).

2. Зеляк, А.А. Исследование нарушения принципа транзитивности предпочтений в рамках развития поведенческой экономической теории / А. Зеляк, Я.В. Шокин // Журнал «РИСК: Ресурсы. Информация. Снабжение. Конкуренция». – 2012. – № 4. – С. 212-216.
3. Ключарев, В. Нейроэкономика: естественные науки трансформируют гуманитарные [Электронный ресурс] / В. Ключарев, А. Шестакова // Журнал «Санкт-Петербургский университет». – СПб., 2005. – Режим доступа: <http://www.journal.spbu.ru/2005/12/3.shtml> (дата обращения: 21.04.2010).
4. Лившиц, В.Н. Экономика России. Путь к устойчивому развитию / В.Н. Лившиц, С.А. Панов, Н.В. Трофимова // Россия, стратегия развития в XXI веке. – Ч. II. – М.: Ноосфера, 1997.
5. Нервные клетки принимают все решения вместо нас (Интервью с В. Ключарёвым) // Русский репортер, 15.05.2013 г., №18-19 (296-297). – Режим доступа: <http://rusrep.ru/article/2013/05/15/neiro> (дата обращения: 17.04.2015).
6. Романовский, А.В. Нейроэкономика и ее интеграция в экономическую науку / А.В. Романовский, Я.В. Шокин // Научно-информационный журнал «Экономические науки». – 2010. – № 4. – С. 42-45.
7. Сланевская, Н.М. Использование новых социальных дисциплин на базе нейронауки для проектирования социально-экономического развития и улучшения качества государственного управления / Н.М. Сланевская // Сборник научных трудов Пятой Всероссийской научно-практической конференции «Научное, экспертно-аналитическое и информационное обеспечение национального стратегического проектирования, инновационного и технологического развития России» / Под редакцией Ю.С. Пивоварова. – Ч. 2. – М.: ИНИОН РАН, 2009. – С. 95-100.
8. Стаховская, Н.С. О структурном и функциональном статусе культуры в социальной системе / Н.С. Сиаховская // Системные исследования. Методологические проблемы. Ежегодник 2001 / Под ред. Д.М. Гвишиани, В.Н. Садовского и др. – М.: Едиториал УРСС, 2003. – 400 с.
9. Трофимов, Г.Ю. Экономика и нейронаука – на пути синтеза / Г.Ю. Трофимов // Экономика и математические методы. – 2006. – № 4. – С. 3-16.
10. Шокин, Я.В. Методологические аспекты анализа неденежных факторов принятия управленческих решений / Я.В. Шокин. – Дубна: Междунар. ун-т природы, о-ва и человека «Дубна», 2013. – 133 с.
11. Шокин, Я.В. Теория потребительского поведения: метаденежный аспект / Я.В. Шокин // Труды университета «Дубна»: Гуманитарные и общественные науки: Сб. статей: Вып. II. – Дубна: Междунар. Ун-т природы, о-ва и человека «Дубна», 2003.
12. Damasio, A. *Descartes' Error: Emotion, Reason, and the Human Brain* / A. Damasio. – London, Vintage Books, 2006.
13. Kahneman, D. *Prospect Theory: An Analysis of Decision under Risk* / D. Kahneman, A. Tversky // *Econometrica*. – 1979. – Vol. XLVII. – Pp. 163-291.
14. Shokin, Ya.V. *Influenza fattori monetari sul comportamento dei consumatori* / Ya.V. Shokin // *Italian Science Review*. – 2014. – Vol. 2 (11). – Pp. 128-130.
15. Simon, H.A. *Theories of Decision-Making in Economics and Behavioral Science* / H.A. Simon // *The American Economic Review*. – 1959. – Vol. 49. – № 3. – Pp. 253-283.
16. Smith, V.L. *Economics in the Laboratory* / V.L. Smith // *The Journal of Economic Perspectives*. – 1994. – Vol. 8. – № 1. – Pp. 113-131.
17. Tversky, A. *Rational Choice and the Framing of Decisions* / A. Tversky, D. Kahneman // *The Journal of Business*. – Part 2: *The Behavioral Foundations of Economic Theory*. – 1986. – Vol. 59. – № 4. – Pp. 251-278.

18. Zak, P. "Introduction" in Moral Markets. The Critical Role of Values in the Economy / P. Zak. – Princeton and Oxford, Princeton University Press, 2008. – Pp. xi –xxii.

Поступила в редакцию: 11.07.2015 г.

Сведения об авторе

Я.В. Шокин – кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры экономики государственного университета «Дубна».

E-mail: yshokin@mail.ru