

УДК: 330.341.4:330.16

Ольга Полоус

*к.е.н, доцент кафедри маркетингу
Національний авіаційний університет
polousolgavictorovna@gmail.com*

МОДЕЛЬ ЛЮДИНИ В МЕЖАХ ПОВЕДІНКОВОЇ ЕКОНОМІКИ: МОТИВИ ДО ПРИЙНЯТТЯ ЕКОНОМІЧНИХ РІШЕНЬ

МОДЕЛЬ ЧЕЛОВЕКА В ПРЕДЕЛАХ ПОВЕДЕНЧЕСКОЙ ЭКОНОМИКИ: МОТИВЫ К ПРИНЯТИЮ ЭКОНОМИЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ

THE HUMAN MODEL WITHIN THE BEHAVIORAL ECONOMICS: MOTIVES FOR MAKING ECONOMIC DECISIONS

Початок ХХІ століття став часом активного розвитку техніко-технологічної сфери людських активностей, вносячи ряд інноваційних рішень в соціально-економічне життя та підвищуючи інтерес до вивчення індивіда (людини), його мислення та поведінки. Революційні відкриття в сфері вивчення поведінки людини досить складно віднести до певної наукової області, адже вони включали в себе знання із психології, біології, економіки, нейронаук, соціології, політології, антропології та ін. До найбільш помітного відкриття в даному контексті можна віднести виникнення такого наукового напрямку як «поведінкова економіка», основоположником якого є Д. Канеман, Нобелівський лауреат 2002 року. Згідно із положеннями, викладеними у наукових працях Д. Канемана, людина специфічним чином сприймає та обробляє інформацію, і саме ці «особливості» (які автор називає «поведінковим ефектом») призводять до нераціональної поведінки, яка відрізняється від тієї, що прогнозується стандартними економічними та соціальними моделями.

Таким чином, ключовою особливістю поведінкової моделі є інтуїтивна поведінка економічних агентів, які відкидають раціональність та керуються відповідними мотивами, які притаманні їм в певний момент часу. Іншими словами, когнітивні та аналітичні можливості індивіда відступають на другий план, поступаючись різним проявам психологічної мотивації до прийняття певних рішень, що може бути викликано реакцією на постійне зростання масивів інформації, які просто неможливо обробити для прийняття даних рішень адже їх обробка вимагатиме високих альтернативних витрат. Внаслідок цього, індивіди, керуючись звичками, традиціями, еталонами свого культурного середовища та прагнучи до зниження витрат (часових, розумових, економічних) на прийняття відповідних рішень відкидають оптимізаційні методи та моделі, надаючи перевагу використанню простих евристичних правил [1]. В рамках поведінкової моделі принцип раціональності зазнав певних трансформацій, відображаючи здатність індивіда навчатися на здійснених помилках, що дозволяє йому замінювати

правило, яке більше «не працює» на практиці, іншим правилом, яке дозволяє досягти бажаного результату [2].

Не дивлячись на те, що поведінкову економіку найчастіше за все пов'язують з ім'ям Д. Канемана та його працями, які були опубліковані на початку ХХІ століття, окремі передумови її виникнення та розвитку були закладені в більш ранніх працях різних авторів. Так, Г. Саймон одним із перших припустив нереалістичність психологічних передумов, які є основою стандартних неокласичних моделей. Саме йому належить термін «обмежена раціональність», який позначає «весь спектр обмежень, які стосуються знань та обчислювальних можливостей людей, що не дозволяють їм поводити себе в реальному світі так, як це прогнозується неокласичною теорією» [3].

Науковцем, який вперше ввів в обіг термін «поведінкова економіка» вважають Дж. Катона. На думку даного автора «психологічні змінні (мотиви, установки, очікування) повинні бути враховані в якості «посередників» між об'єктивними умовами, в яких взаємодіють економічні агенти, і кінцевими рішеннями, які вони приймають в даних умовах» [4].

Поведінковий підхід в економічній теорії у звичному для нас розумінні сформувався, на думку ряду дослідників даного питання, після опублікування в 1970-х роках двох статей провідних психологів А. Тверські та Д. Канемана, які, узагальнюючи більшу частину людських аномалій, встановили, що в процесі прийняття економічних рішень люди не просто помиляються, а помиляються досить часто однаково, що дає можливість класифікувати та прогнозувати людські помилки [5].

На базі поведінкової економіки та її окремих елементів виникли та розвивалися інші наукові напрями, які покладали в свою основу вивчення особливостей економічної діяльності індивідів. Так, американський соціолог І. Лайт ввів в науковий обіг термін «етнічне підприємництво», пояснюючи, що мігранти з різних держав в економічній діяльності активно використовують свою етнічну приналежність. На думку І. Лайта, «етнічні ресурси є набором культурних характеристик, які можуть бути використані індивідами, які належать до однієї етнічної групи для отримання економічного прибутку» [6]. До таких етнічних ресурсів автор відносить цінності, комунікації та солідарність, що, на нашу думку, вписується в розуміння культурного середовища економічної діяльності в рамках поведінкового підходу до прийняття рішень.

Основні положення поведінкової економіки можуть бути застосовані в сфері маркетингу персоналу при вдосконаленні діяльності HR-служб компаній, але при цьому слід звернути увагу на те, що теоретичне обґрунтування положень когнітивної психології та поведінкової економіки не виключає необхідність визначення їх практичної ефективності в контексті відповідних бізнес-реалій. Так, наприклад, управлінські практики, що досить гарно зарекомендували себе при управлінні персоналом інтернет-магазину можуть демонструвати значно гірші результати (а інколи і їх відсутність) в сфері управління персоналом рекламного агентства. Таким чином, необхідним є проведення польових випробувань шляхом тестування відповідних методик на довільно обраній групі працівників та

порівняння отриманих результатів із даними контрольної групи. Даний підхід дозволить HR-службі компанії сформулювати бачення щодо ефективності мотиваційних та управлінських заходів, доцільності їх корегування або скасування, необхідності внесення відповідних змін в управлінські практики на основі проведення кількісної оцінки їх економічної цінності у відповідному бізнес-контексті.

Література

1. Никифоров А.А., Антипина О.Н. Поведенческая макроэкономика: на пути к новому синтезу. Вопросы экономики. 2016. № 12. С. 88-103.
2. Стрелец И.А. Поведение экономических агентов в условиях информационных каскадов. Креативная экономика. 2014. № 12 (96). С. 71-80.
3. Simon H.A. (1987). Behavioral Economics. The New Palgrav ed. by J. Eatwell, M. Milgate and P. Newman. New York, W.W. Norton.
4. Katona G. (1951). Psychological analysis of economic behavior. New York, McGraw-Hill.
5. Kahneman D. and Tversky A. (1979). Prospect Theory: an analysis of decision under risk. Econometrica, vol. 47, no. 2, pp. 263-291.
6. Light I. Immigrant and Ethnic Enterprise in North America. (April 1984). Ethnic and Racial Studies. 1984. Vol. 7. № 2. pp. 195-216.