

УДК 330.101.542

**ВІД РАЦІОНАЛЬНОЇ ДО НЕРАЦІОНАЛЬНОЇ ПОВЕДІНКИ:
ДОСЛІДЖЕННЯ ТРАНСФОРМАЦІЙ МОДЕЛІ «НОМО ECONOMICUS»**

Л. Р. Самедова

студентка 1 курсу, група ОА-11, навчально-науковий інститут економіки та менеджменту
Науковий керівник – к.е.н., доцент Г. Е. Гронтковська

*Національний університет водного господарства та природокористування,
м. Рівне, Україна*

Стаття присвячена дослідженню трансформацій одного з базових принципів теоретико-економічного аналізу – принципу раціональності поведінки економічних суб'єктів.

Ключові слова: раціональний індивід, нераціональна поведінка, поведінкова економіка.

Статья посвящена исследованию трансформаций одного из базисных принципов теоретико-экономического анализа – принципа рациональности поведения экономических субъектов.

Ключевые слова: рациональный индивид, нерациональное поведение, поведенческая экономика.

This article is devoted of research the transformations to one of the basic principles of theoretical economic analysis - principle the rational behavior of economic subjects.

Keywords: rational individual, irrational behavior, behavioral economics.

Зміна парадигми економічного розвитку у другій половині ХХ ст., передусім пов'язана зі становленням постіндустріального суспільства та докорінною зміною ролі людини у ньому, актуалізувала необхідність перегляду методології теоретико-економічних досліджень. Цей перегляд стосується не лише модифікацій класичної моделі «*homo economicus*» чи неокласичної моделі раціонального максимізатора, а й виникнення альтернативних напрямів, представники яких, застосовуючи міждисциплінарний підхід, прагнуть створити реалістичніші моделі поведінки «економічної людини», які дозволяють передбачати її вибір, отже підвищують ефективність управлінських рішень на різних рівнях економіки.

Розробці нових підходів до дослідження поведінки суб'єктів економіки присвячені праці відомих зарубіжних вчених, таких як Д. Аріелі, Г. Беккер, П. Вайзе, Дж. Ерроу, Д. Канеман, Г. Саймон, В. Сміт, А. Тверські, Й. Шумпетер, а також праці багатьох вітчизняних науковців – В. Базилевича, В. Бутенка, В. Гейця, А. Гриценка, М. Дороніної, Н. Савицької та ін.

Метою даної статті є дослідження трансформацій одного з базових принципів теоретико-економічного аналізу – принципу раціональності поведінки економічних суб'єктів на основі розгляду еволюції методологічних підходів – від *mainstream* до сучасних альтернативних версій.

Сучасна економічна теорія вивчає поведінку економічних суб'єктів на різних рівнях економічної системи й намагається пояснити, чому і як вони приймають ті чи інші рішення. Одним з фундаментальних принципів, на які вона при цьому спирається, є принцип раціональності поведінки економічних суб'єктів.

Цим принципом економічна наука завдячує видатному англійському економісту А. Сміту, центральною постаттю вчення якого, викладеного у «Дослідженні про природу та причини багатства народів» (1776), є раціональний індивід – «*homo economicus*» (економічна

людина), що переслідує власні інтереси і прагне власної вигоди. Приватний матеріальний інтерес та прагнення до поліпшення свого стану, вбудовані у механізм «невидимої руки» ринку, слугують рушійними силами економічної діяльності індивідів та забезпечують оптимізацію суспільного розподілу економічних ресурсів і благ. «Не людинолюбству м'ясника, пивовара чи булочника завдячуємо ми своїм обідом, а їх корисливим інтересам, – відзначав А. Сміт. – ... Дбаючи лише про свої власні інтереси, він (індивід) часто більш дієво слугує інтересам суспільства, ніж тоді, коли свідомо намагається зробити це» [1].

Вагомий внесок у розвиток класичної моделі «*homo economicus*» був зроблений попередниками маржиналізму (Дж. Бентамом, Г. Госсеном, А. Курно) у першій половині XIX ст. Англійський філософ Дж. Бентам, якому економічна наука завдячує базовим терміном теорії поведінки споживача – поняттям «корисність», запропонував модель «раціонального гедоніста». Вчений стверджував, що «природа поставила людину під керування двох верховних володарів – страждання та задоволення. Їм одним надано визначати, що ми можемо робити, та вказувати, що ми повинні зробити... Вони керують нами у всьому, що ми робимо, що ми говоримо, що ми думаємо» [2]. Дж. Бентам одним з перших акцентував увагу на психологічних мотивах поведінки економічної людини. Німецький економіст Г. Госсен вперше формалізував ці визначальні для поведінки споживача мотиви у відомих «законах Госсена» – спадної граничної корисності та максимізації корисності. Математична формалізація умов максимізації прибутку була здійснена французьким економістом А. Курно. У подальшому окреслена попередниками маржиналізму у загальних рисах модель «раціонального максимізатора» набуває деталізації та подальшого розвитку у працях представників раннього маржиналізму (К. Менгера, В. Джевонса, Л. Вальраса) та неокласичної школи (В. Джевонса, Ф. Еджворта, В. Парето, А. Маршалла, Дж. Хікса та ін.) [3], завдяки чому формуються базові методологічні принципи «*Economics*», на яких ґрунтується сучасна економічна теорія.

Сучасні моделі раціональної поведінки виходять з того, що:

- економічна людина діє в умовах обмеженості ресурсів, тому не може одночасно задовольнити всі свої потреби і змушена робити вибір;
- чинниками вибору є суб'єктивні уподобання (стабільні і несуперечливі) і об'єктивні обмеження;
- інформація, необхідна для прийняття рішення, є повною і доступною для індивіда;
- економічна людина здатна оцінювати альтернативні варіанти вибору і обрати найкращий з них;
- економічна людина керується власними уподобаннями, вона не зважає на уподобання інших суб'єктів, на прийняті в суспільстві норми, традиції і т.п.

В цілому раціональна поведінка економічного суб'єкта означає, що метою його діяльності є максимізація вигоди, а оптимальні рішення, спрямовані на її досягнення, приймаються на основі порівняння витрат і вигод і реалізуються, коли вигоди перевищують витрати.

Поряд з формуванням постулатів *mainstream* вже наприкінці XIX ст. економісти почали звертати увагу на наявність обставин, що можуть впливати на раціональність рішень індивідів. Прикладом може слугувати відомий ефект Т. Веблена, який відображає вплив фактора статусності на попит: споживач всупереч закону попиту поводить себе нераціонально – купує більше за вищою ціною, вважаючи вищу ціну товару ознакою його престижності, або ланцюговий ефект, який з'являється при бажанні споживача придбати товар, який мають інші.

З середини XX ст. все більше науковців починають піддавати критиці модель раціональної поведінки економічної людини як таку, що є занадто абстрактною. У неокласичній теорії і споживач, і фірма розглядалися як агреговані величини, тобто досліджувалися певні їх групи з подібними мотивами та поведінкою, які однаково прагнули максимізувати корисність або прибуток. Між тим численні дослідження та експерименти,

передусім на основі інституційної теорії (Г. Саймон, Г. Беккер, Р. Талер), доводили, що відхилення від неокласичної моделі зустрічаються набагато частіше, ніж можна припустити, людська поведінка є сумішшю звичок і обмеженої раціональності [4; 5; 6], а традиційна модель «*homo economicus*» не враховує, що кожен індивід має свій набір уподобань та рівень доходу, кожна фірма – свій рівень продуктивності факторів і витрат виробництва. Це зрештою дало підставу деяким економістам стверджувати, що сучасна економічна теорія відірвалася від реального життя і перетворилася на «економіку класної дошки». Тому подальші наукові розвідки все частіше зосереджуються на дослідженні ситуацій нераціональної поведінки та різноманітних відхилень від традиційної моделі «*homo economicus*» на основі міждисциплінарного підходу.

Проривними у цьому відношенні стали дослідження на стику економіки та психології (Д. Канеман, В. Сміт, А. Тверські, Д. Аріелі та ін.), які започаткували нову галузь економічного аналізу – поведінкову економіку. Поведінкова економіка вивчає вплив соціальних, розумових (когнітивних) і емоційних чинників на прийняття економічних рішень окремими особами й установами та наслідки цього впливу на ринкові змінні (ціни, прибуток, розміщення ресурсів). Основний об'єкт вивчення – межі раціональності економічних суб'єктів. Непересічне значення цих досліджень засвідчив той факт, що за внесок у розвиток теорії поведінкової економіки, «включення даних психологічних досліджень в економічну науку, особливо тих, що стосуються суджень людини і прийняття рішень в ситуації невизначеності», американські економісти Д. Канеман і В. Сміт були відзначені Нобелівською премією з економіки (2002 р.). Економічні психологи на матеріалі величезної кількості психологічних експериментів і цілого ряду теорій, побудованих на основі отриманих результатів, фактично довели: уявлення про раціональність мислення і раціональну поведінку людей в більшості випадків виявляються помилковими. Мислення людей у багатьох ситуаціях виявляється нераціональним, а їх рішення можуть бути не лише економічно неефективними, а й навіть ірраціональними [7].

Вченими було з'ясовано, що найпоширеніші випадки нераціональної поведінки пов'язані з тим, що:

- самоконтролю, необхідному для раціонального підходу до прийняття рішень, часто заважають емоції;
- люди здебільшого не здатні адекватно оцінити альтернативні витрати вибору, величини очікуваних вигод або втрат в умовах недостатності інформації (невизначеності). Зокрема на ринку праці індивіди не в змозі отримати всі існуючі дані про наявні вакансії та спрогнозувати майбутню динаміку кон'юнктури в цій сфері; диверсифікуючи свої активи на ринку цінних паперів, індивід не може спрогнозувати майбутню прибутковість кожного з них. Як слушно відзначав ще Дж. М. Кейнс, у ситуації невизначеності майбутніх подій «не існує ніякої наукової основи для обчислення будь-якої ймовірності цих подій. Ми цього просто не знаємо» [8];
- люди також не здатні адекватно оцінити альтернативні витрати вибору, величини очікуваних вигод або втрат в умовах масштабності інформації, коли, незважаючи на її доступність, інформації настільки багато, що індивід взагалі неспроможний її обробити або її засвоєння вимагає значних затрат часу й інших ресурсів. Це типова ситуація для ринку споживчих товарів, на якому надмірна диференціація продукції ускладнює вибір (наприклад, у США продаються 4 тисячі видів консервованої кукурудзи, 500 сортів гірчиці, 10 тисяч сортів муки) і може зробити його нераціональним;
- люди по-різному реагують на еквівалентні з точки зору співвідношення вигод і втрат ситуації залежно від того, втрачають вони чи виграють – тут діє ефект асиметричного сприйняття, коли менші втрати для індивіда виявляються більш значущим чинником, аніж значні вигоди;

- люди також по-різному реагують на еквівалентні величини втрат (вигод): наприклад, одній групі людей пропонують уявити, що вони приїжджають в театр і виявляють зникнення раніше куплених 10-доларових квитків, а учасникам другої групи пропонують уявити, що вони приїжджають в театр, щоб купити квитки, і виявляють, що кожен з них загубив 10 доларів. Очевидно, що втрата 10-доларового квитка за інших рівних умов повинна була б чинити такий же вплив на рішення щодо відвідування вистави, як і втрата 10-доларової банкноти. Однак багаторазові експерименти засвідчили, що більшість людей, які втратили квиток, відмовляються від відвідування вистави, тоді як 88% людей, які втратили банкноту, вважають за краще піти на виставу;
- люди не здатні адекватно визначити ймовірність подій: вони здебільшого недооцінюють ймовірність подій, які, швидше за все, відбудуться, і переоцінюють набагато менш ймовірні події (навіть студенти-математики, які добре знають теорію ймовірності, в реальних життєвих ситуаціях не використовують свої знання, а виходять зі сформованих у них стереотипів, забобонів і емоцій).

Під впливом цих та багатьох інших чинників (національних, психологічних, культурних особливостей індивідів, їх звичок, традицій та ін.), згідно з «теорією перспектив» Д. Канемана і А. Тверські, в процесі прийняття економічних рішень індивіди в будь-якому випадку помиляються. Більш за те, вони помиляються майже однаково, відтак знання «закономірностей помилок» дає можливість їх класифікувати і прогнозувати, що має важливе практичне значення, зокрема для розробки маркетингових стратегій та економічної політики в цілому.

Незважаючи на численні випадки прояву нераціональності реальної поведінки людей, принцип раціональності поведінки «*homo economicus*» залишається базовою передумовою основних економічних моделей, без якої неможливе виділення суттєвих елементів досліджуваних систем і абстрагування від менш суттєвих. Новітні ж наукові розвідки, передусім сучасні досягнення інституційної теорії та економічної психології, не скасовують гіпотези про раціональність економічної поведінки, а лише розширюють можливості досліджень за рахунок створення більш наближених до реальності психологічних моделей поведінки, здатних пояснити чимало рішень економічних суб'єктів, які не вписуються у рамки традиційної моделі.

Список використаних джерел:

1. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов / А. Смит – М.: Соцэкгиз, 1962. – С. 332.
2. Беккер Г. Экономический анализ и человеческое поведение. – Т. 1. – Вып. 1. – М. : THESIS, 1993. – С. 30.
3. Блауг М. Экономическая мысль в ретроспективе / Марк Блауг. – М. : Дело, 1994. – С. 275-450.
4. Блауг М. Саймон Герберт / Марк Блауг // 100 великих экономистов до Кейнса. – СПб. : Экономикс, 2009. – С. 252-255.
5. Саймон Г. А. Административна поведінка/ Герберт Саймон. – К.: АртЕк, 2001. – С. 392.
6. Беккер Г. С. Человеческое поведение: экономический подход / Гэри Беккер. – М. : ГУ ВШЭ, 2003. – 672 с.
7. Kahneman Daniel and Amos Tversky. Prospect Theory : an analysis of decision under Risk. *Econometrica* 4, issue 2: 263–291.
8. Кейнс Дж. М. Общая теория занятости, процента и денег / Джон Мейнард Кейнс. – М. : Прогресс, 1978. – С. 284.