

А. М. Шапошников

ГЕНЕЗИС ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ ПОВЕДЕНЧЕСКОЙ ЭКОНОМИКИ

А. М. Шапошников

**ГЕНЕЗИС ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ
ПОВЕДЕНЧЕСКОЙ ЭКОНОМИКИ**

Монография

Чебоксары
Издательский дом «Среда»
2023

УДК 330
ББК 65.01
Ш24

Рецензенты:

д-р экон. наук, доцент, профессор Международного банковского
института имени Анатолия Собчака

С. Ю. Богатырев;

д-р экон. наук, профессор, заведующая кафедрой
Международной коммерции и логистики ВШКУ РАНХиГС

А. А. Миграян

Ш24 Шапошников А. М.
Генезис теории и практики поведенческой экономики :
монография / А. М. Шапошников. – Чебоксары: Среда,
2023. – 132 с.

ISBN 978-5-907688-66-7

Предлагаемая монография представляет собой обобщение и анализ накопленного исследовательского опыта в области поведенческой экономики. Поведенческая экономика представляет собой на сегодняшний день сложившуюся научную и учебную дисциплину. В работе сделана попытка проследить этапы развития этой науки и оценить ее современное состояние. Кроме того, на примере прототипа системы оценки эмоционального состояния человека с использованием технологий гибридного интеллекта, разработанного специалистами цифрового университета диагностики и развития EQ и soft skills Skillfolio проанализированы возможности практического применения достижений поведенческой экономики.

ISBN 978-5-907688-66-7
DOI 10.31483/a-10547

© Шапошников А. М., 2023
© ИД «Среда», оформление, 2023

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение.....	4
Глава 1. СОВРЕМЕННЫЙ ИНДИВИДУМ КАК СУБЪЕКТ СИСТЕМЫ ПОТРЕБЛЕНИЯ.....	8
Глава 2. ПСИХОЛОГИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОВЕДЕНИЯ ЧЕЛОВЕКА В СИСТЕМЕ ПОТРЕБЛЕНИЯ МАТЕРИАЛЬНЫХ БЛАГ.....	31
Глава 3. МЕТОДЫ ПОВЕДЕНЧЕСКОЙ ЭКОНОМИКИ.....	50
Глава 4. ПОВЕДЕНЧЕСКИЕ ТЕОРИИ.....	54
4.1. Обзор поведенческих теорий.....	54
4.2. Анализ классификаций поведенческих теорий.....	63
Глава 5. СТАТИСТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ НАУЧНЫХ ПУБЛИКАЦИЙ В ОБЛАСТИ ПОВЕДЕНЧЕСКОЙ ЭКОНОМИКИ.....	68
Глава 6. ПРАКТИЧЕСКИЙ ОПЫТ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ДОСТИЖЕНИЙ ПОВЕДЕНЧЕСКОЙ ЭКОНОМИКИ КАК ОСНОВЫ ДЛЯ РАЗРАБОТКИ ПРОТОТИПА СИСТЕМЫ ОЦЕНКИ ЭМОЦИОНАЛЬНОГО СОСТОЯНИЯ ЧЕЛОВЕКА НА ОСНОВЕ ТЕХНОЛОГИЙ ГИБРИДНОГО ИНТЕЛЛЕКТА ДЛЯ ПЛАТФОРМЫ РАЗВИТИЯ ЭМОЦИОНАЛЬНОГО ИНТЕЛЛЕКТА И SOFT SKILLS SKILLFOLIO.....	91
Заключение.....	109
Список литературы.....	111

Введение

Исследование потребительского поведения базируется на теории поведенческой экономики и определении роли психологических факторов в системе экономических отношений. Понимание того, что именно влияет на поведение потребителя на рынке важно, как для него самого для того, чтобы сделать выбор более осмысленным и рациональным, так и для производителя и продавца – чтобы мотивировать потребителя к росту потребительских предпочтений как на рациональной, так на иррациональной основе. Учет психо-экономических факторов, а также признание самого факта нерациональности экономического поведения человека представляется актуальным для исследования различных аспектов экономических взаимоотношений в потребительском поведении.

Уже не первое десятилетие в исследованиях экономистов учитываются отличия в поведении человека от прежней модели поведения, в основе которой были заложены персонализация целей и ограниченность ресурсов (в том числе денежных, временных и других.). Кроме того, особый интерес для науки представляет феномен нерациональности поведения человека при совершении акта потребления. Все это способствовало появлению и развитию поведенческой экономики, как отдельной отрасли научного знания, которая по своей сути является междисциплинарной наукой и сформировалась на стыке экономики, психологии, социологии, этики, философии и других наук. Поведенческая экономика довольно новая наука. Тем не менее, еще теория спроса и предложения основывается на описании поведения взаимодействующих на рынке людей [44, с. 88]. Например, в работе Дж.М. Кейнса «Общая теория занятости, процента и денег», рассматривались закономерности использования доходов и факторы мотивации к потреблению, сбережению и инвестированию учитывались психологические факторы в экономическом поведении людей [63, с. 599]. Дж.М. Кейнс в свое время писал о междисциплинарном характере экономики: «Настоящий экономист, знаток своего дела, всегда должен быть наделен всевозможными знаниями, – в частности он должен быть историком, математиком, философом, государственным деятелем... Он должен уметь размышлять о частностях в понятиях общего и обращать полет своих мыслей в одинаковой степени к абстрактному и

конкретному. Он должен изучать современность в свете прошлого – ради будущего. Ни одна черта человеческой природы либо созданных человеком институтов не должна оставаться за пределами его внимания» [14, с. 6–7].

Классики экономики, такие как Дж.М. Кейнс, Р. Лукас, А. Пигу, Р. Солоу, А. Смит, Г. Тард, Г. Шмоллер, Й. Шумпетер и др. в своих концепциях в той или иной мере касались основных психологических особенностей людей (предпочтения, страхи, желания) при анализе их экономического поведения.

Начиная со второй половины прошлого столетия потребительское поведение становится предметом все большего числа исследований в различных отраслях науки. В первую очередь, следует назвать таких авторов, как Дж. Акерлоф, М. Алле, Д. Ариели, Г.С. Беккер [6], А.В. Белянин, Дж. Бодрийяр [11; 12; 82], П. Бурдьё [15; 16], М. Вебер [18], Т. Веблен [19], У. Джемс [22], Дж. Дьюзенберри [106], Р. Зельтен, Д. Канеман [30; 152], Дж. Катона, В.И. Ильин [26], В.Л. Иноземцев [27], Х. Лейбенштайн [36], Д. Макфадден, Г. Марковиц, И.А. Павлов, М. Рабин, Г. Саймон, В. Смит, М. Спенс, Р. Талер [55; 228; 229; 230], Ж. Тироль [56], Я. Фрис [58], Дж. Хекман, Р. Шиллер и др.

В.М. Соколинский, А.И. Китов, С.В. Малахов одними из первых среди российских ученых проводили исследования в области экономической психологии. Б. Райзберг выделил в этой области три направления исследования: психология денежного поведения, психология трудового поведения, управленческая психология.

В. Смит изучал особенности предпосылки иррационального поведения при помощи экспериментов и доказал роль экспериментального метода в поведенческой экономике.

Дж.А. Акерлоф и Р.Дж. Шиллер обобщили исследования в области поведенческой экономики в работе «*Spiritus Animalis*, или, как человеческая психология управляет экономикой и почему это важно для глобального капитализма?» С.Д. Левитт и С.Дж. Дабнер.

Активное развитие данное научное направление получило после выхода в свет работ Д. Канемана и А. Тверски, которые доказали, что люди демонстрируют отклонения от классического представления о рациональности. В дальнейшем Р. Талер показал важность этих отклонений для притягивания решений в области экономиче-

ских взаимоотношений. Теория перспектив Д. Канемана показывает важность «обрамления» (framing), т.е. контекста, в процессе принятия решений человеком, как субъектом экономических взаимоотношений.

Д. Канеман, лауреат Нобелевской премии по поведенческой экономике 2002 г. и Р. Талер, получивший премию в 2017 г., экспоненциально продвигают важность поведенческих теорий для естественных и социальных наук в целом.

С выходом книги Д. Ариэли «Предсказуемо иррациональный» поведенческая экономика стала популярна не только среди ученых, но и среди широкой аудитории.

Такая популярность поведенческой экономики в разных кругах делает ее востребованной в том числе как научную и учебную дисциплину. Термин «поведенческий» в контексте наук о поведении получил распространение в последние годы как инновационный и альтернативный подход во многих дисциплинах. К ним относятся не только дисциплины, считающиеся частью поведенческих наук, такие как психология, когнитивная нейронаука, социология и поведенческая экономика, но также и медицинские науки, информатика, инженерия, образование, а также дисциплины, тесно связанные с планированием, такие как транспорт, логистика, социология и экология.

В настоящей монографии поставлена цель – обобщить имеющийся на сегодняшний день исследовательский опыт в области поведенческой экономики, проследить этапы развития этой науки и оценить ее современное состояние, а также обосновать возможности практического применения и направления дальнейшего развития.

В процессе реализации данной цели автором поставлен ряд задач:

- исследовать изменение представления ученых экономистов места и роли индивидуума в системе экономических взаимоотношений на разных этапах жизненного цикла экономических систем;

- определить когнитивно-психологические детерминанты экономического поведения человека и выявить имеющиеся когнитивные искажения, влияющие на иррациональность потребительских предпочтений;

- обосновать и расширить исследовательский аппарат для отрасли знаний поведенческой экономики с учетом ее междисциплинарности;

- обобщить и развить существующие поведенческие теории;
- оценить современный уровень развития поведенческой экономики как отрасли знаний и как учебной дисциплины и оценить ее прикладное значение для формирования цифровых бизнес-моделей;
- рассмотреть возможности практического применения достижений поведенческой экономике на примере прототипа системы оценки эмоционального состояния человека с использованием технологий гибридного интеллекта, разработанного специалистами цифрового университета диагностики и развития EQ и soft skills Skillfolio.

Монография рекомендована как методический материал для проведения научных междисциплинарных исследований, а также как учебное пособие для преподавателей вузов и аспирантов экономических специальностей.

Глава 1. СОВРЕМЕННЫЙ ИНДИВИДУМ КАК СУБЪЕКТ СИСТЕМЫ ПОТРЕБЛЕНИЯ

Эволюция экономической науки сопряжена с изменением трактовки ее субъектности. На разных этапах развития экономической науки предметом исследования были вопросы материального благополучия общества, порядок организации обмена и потребления, формирования и распределения богатства, порядок организации хозяйственной деятельности людей и др. [20, с. 3–13]

А. Смит первым из экономистов при исследовании экономики, как целостной теоретической системы, создал теорию о природе человека. А. Смит выделял следующие свойства человека, которые оказывают влияние на все виды его хозяйственной деятельности [53, с. 27–29]:

– склонность к обмену одного предмета на другой. Это свойство человеческой природы ведет к разделению труда;

– собственный интерес, эгоизм, «одинаковое у всех людей постоянное и неисчезающее стремление улучшить свое положение» [53, с. 253]. Это свойство побуждает индивида выбирать такое занятие, при котором его продукт будет иметь большую стоимость, чем в других отраслях. Но помимо заработка, по А. Смиуту, на выбор занятия влияют легкость и трудность обучения, приятность или неприятность занятия, его постоянство или непостоянство, больший или меньший престиж в обществе и, наконец, большая или меньшая вероятность успеха [53, с. 88–89].

Представление о природе человека, модель «экономического человека», которые предложил А. Смит, стали основой не только его системы взглядов, но и всей классической школы экономики. Русский финансист И.И. Иванюков отмечал возвеличивание роли эгоизма у А. Смита до уровня главного принципа в народном хозяйстве и отождествление частных индивидуальных интересов до интересов общества. При этом, по мнению И.И. Иванюкова, если в частно-хозяйственной сфере, где люди руководствуются исключительно личным интересом, эгоизм можно рассматривать в качестве важнейшего фактора экономических поступков, то в отношении всего народного хозяйства это неприменимо [25]. В то же время русские экономисты того времени признавали, что модель «экономического человека» может быть принята за основу исследований

в области экономики, а также тот факт, что разграничение человека экономического и человека социального по А. Смиту носит условный характер.

Концепция человеческой природы Д. Рикардо в целом совпадала с концепцией Смита. В качестве наиболее важной черты человека, которая обуславливает его поведение в экономических отношениях, Д. Рикардо выделял собственный интерес. По Д. Рикардо, собственный интерес человека не сводится только к денежному, что приводит к разным нормам прибыли в разных сферах экономики. Д. Рикардо обращал внимание на существенную разницу в экономическом поведении отдельных классов. Так, капиталисты ведут себя в соответствии с логикой собственного интереса, поведение рабочих подчинено привычкам и «инстинктам» [49, с. 86, 95], а землевладельцы лишь получают ренту и не властны над своим экономическим положением. При этом Д. Рикардо полагал, что стремление к собственному интересу самоочевидно. Но только у капиталистов собственный интерес присутствует практически в чистом виде.

Модель «экономического человека», которую предлагали английские классики экономики, имеет следующие особенности:

- определяющую роль в мотивации экономического поведения имеет собственный интерес;
- каждый экономический субъект наделен определенными знаниями и информацией в части экономических взаимоотношений;
- имеются определенные классовые различия в поведении;
- главенствующим мотивом для предпринимателя является максимизация прибыли с учетом неденежных факторов благосостояния.

А. Смит и Д. Рикардо полагали, что названные свойства экономического субъекта изначально присущими каждому индивиду и особенно развиты у предпринимателей.

Поведение человека, с точки зрения классиков экономики, всегда рационально. Рациональностью в данном случае называют поведение человека в соответствии с его предпочтениями. Основным же критерием рационального поведения является максимизация функции полезности – математической функции, которая отражает предпочтения человека в отношении каких-либо благ и имеет большие значения для тех благ, которые предпочтительнее с точки зрения

ния индивида. Чем более точно функция полезности отражает зависимость полезности от предпочтений индивида, тем более рациональным является его поведение.

Основным недостатком классической экономической школы было то, что в них отсутствовало обоснование предлагаемой модели человека экономического. Авторы этой концепции полагали ее априори верной и не требующей доказательств. Например, К. Лесли отмечал, что Адам Смит использовал априорные и индуктивные методы, иногда основанные на чистых гипотезах, а также на опыте, и отказ от каких-либо исправлений, которые могут потребоваться при проведении испытаний на опыте [95]. Критики этого подхода отмечали, в первую очередь, его узость и в дальнейшем уделяли больше внимания вопросам морали и мотивации.

Так, Н.У. Сениор отмечал желание каждого человека получить как можно больше предметов, составляющих богатство, с минимальными жертвами. Жертвой рабочего является труд, занимаясь трудом, рабочий тратит свое время и усилия, воздерживаясь от отдыха и покоя. В свою очередь жертвой капиталиста является воздержание от непроизводительного употребления капитала. За эти свои жертвы рабочий и капиталист получают вознаграждение – заработную плату и прибыль соответственно. Именно на этом строится теория «воздержания» Н.У. Сениора, согласно которой в отношениях капиталистов и рабочих нет антагонизма, поскольку и те, и другие в процессе производства несут определенные жертвы [28, с. 243]. Желание получить богатство с наименьшими жертвами проявляется у каждого человека с различной интенсивностью. Кроме него у человека есть и другие мотивы деятельности, но если они не оказывают существенного влияния, то человек остается эгоистичным в своем экономическом поведении.

Дж.С. Милль подверг критическому анализу концепцию «экономического человека». Он не разделял веру А. Смита и Д. Рикардо в незыблемость и естественность «собственного интереса» и подчеркивал, что политическая экономия охватывает не все поведение человека в обществе, а рассматривает его только как существо, желающее обладать богатством и способное сравнить все варианты достижения этой цели, абстрагируясь от любых других человеческих страстей и мотивов [42, с. 321]. Подход А. Смита и Д. Рикардо

Дж.С. Милль считал односторонним: на самом деле поведение человека гораздо сложнее, тем не менее, он отмечал, что подобная абстракция, при которой «главная цель рассматривается как единственная» [42, с. 323], как раз и является научным способом анализа общественных явлений. А сама политэкономия является наукой абстрактной, имеющей дело не с фактами, а с априорными предпосылками. В связи с этим он полагал необходимым признать ограниченность стремления к материальному богатству. Подход Н.У. Сениора Дж.С. Милль отвергал по этим же причинам: экономический человек является только научной абстракцией, в рамках которой индивид впервые наделяется когнитивным компонентом: способностью сравнивать различные средства для достижения цели и их эффективность. То большое число факторов, которые по-разному влияют на мотив «собственного интереса» экономическая наука не в состоянии проанализировать.

До конца XIX в. к предмету политической экономии было принято относить деятельность людей, нацеленную на удовлетворение материальных потребностей. Подобного рода деятельность людей в области материального производства, называлась также хозяйственной деятельностью народа или народным хозяйством. А.И. Чупров отмечал в своих работах, что деятельность человека, направленная на удовлетворение материальных потребностей, является предметом изучения политической экономии [59, с. 8]. В связи с чем политическую экономию А.И. Чупров определял, как общественную науку, которая занимается исследованием хозяйственной деятельности народов, т.е. является наукой о народном хозяйстве [59, с. 20].

По определению Н.Г. Мэнкью в задачи экономистов входит «изучение процессов принятия решений людьми: сколько они работают, сколько они покупают, что они приобретают, как они делают сбережения и куда они вкладывают свои средства» [44, с. 27].

К. Маркс назвал предметом экономики производственные отношения людей, в основе которых лежат отношения собственности.

Основоположник английского утилитаризма Дж. Бентам был, по сути, не экономистом, а философом, но считал, что философия должна оказывать поддержку экономике. Дж. Бентам полагал, что важнейшим предметом каждой мысли человека является благосо-

стояние в том или ином его проявлении [2, с. 52]. Само же благосостояние равно разнице между суммой страданий и суммой удовольствий за определенный временной промежуток. В свою очередь интересы общества – это сумма интересов граждан, и идеальный свод законов должен быть построен по принципу «максимального счастья для всех».

Представители немецкой исторической школы выдвигали в качестве объекта экономического анализа «народ», но не как простую совокупность индивидов, а как «национально и исторически определенное, объединенное государством целое». Тогда как отдельного человека они считали, в первую очередь, продуктом цивилизации и истории, на которого оказывают воздействие природные условия, расовая принадлежность, национальный характер и т.д. Потребности человека, его представления, отношения к миру вещей и к социуму находятся в непрерывной динамике и развиваются вместе с человечеством [2, с. 81]. В отличие от «человека экономического», человек в представлении исторической школы подвержен различным внешним влияниям, им движет как эгоизм, так и альтруизм. Такая эклектическая и поверхностная трактовка человеческой природы не оставляла места для действия объективных экономических законов, а значит, и для научной политической экономии.

Вслед за Дж.С. Миллем, представители исторической школы уделяли внимание когнитивным элементам экономического человека. К. Лесли не допускал вероятность свободного перелива капитала между отраслями для увеличения прибыли, поскольку, по его мнению, индивид не всегда способен оценить доходность собственной отрасли, и как результат, выводы представителей политической экономии не подходят для интенсивно развивающихся обществ [95].

Неоклассическая теория в качестве предмета экономических исследований называет поведение в условиях ограниченности ресурсов. Например, К.Р. Макконнелл и С.Л. Брю предметом экономик называют исследование поведения людей в процессе производства, распределения и потребления материальных благ и услуг в мире ограниченных ресурсов [37, с. 18]. Такое определение было предложено Л. Роббинсом еще в 1935 г. в работе «Предмет экономиче-

ской науки», где он писал, что экономическая наука изучает человеческое поведение с точки зрения соотношения между целями и ограниченными средствами, которые могут иметь различное употребление [50, с. 10–23].

Маржиналисты в 1870-е годы ввели понятие «предельной полезность» как бесконечно малое приращение полезности, определяющее цену товара [9, с. 275–305]. Это было связано с появлением нового способа экономического исследования, основанного на применении математического понятия «предел» к экономическим исследованиям. Отсюда понятия «предельный», «добавочный», «приростный».

Зарождению маржинализма способствовали два глубоких противоречия в экономической науке: истощение экстенсивных, количественных факторов роста экономики (например, количественно наращиваемый труд и количественно не наращиваемые земельные ресурсы, рост народонаселения), а также противостояние в производственных отношениях капитализма (между наемными рабочими и капиталистами-предпринимателями). При этом классическая политическая экономия, которая, в первую очередь, основывалась на трудовой теории стоимости, была не способна разрешить эти противоречия.

Маржиналистов, среди которых можно особо выделить К. Менгера, О. Бем-Баверка, Ф. фон Визера, У.С. Джевонса, больше интересовала не область производства и распределения, а область потребления и обмена потребительских благ. Следовательно, объектом анализа были не отношения людей и классов между собой, формирующиеся в процессе производства и распределения, а отношение индивида к вещам, товарам, «благам», лежащее в основе процессов потребления. Традиционно область личного потребления не входила в сферу анализа политической экономии, поскольку индивидуальные качества потребителя усложняли применение абстракции «экономического человека». В связи с этим представители данного направления в экономике должны были распространить рациональное поведение и на сферу потребления.

Маржиналисты рассматривали, в первую очередь, рациональные аспекты процесса потребления. Они предлагали понимать потребление как процесс удовлетворения неограниченных потребностей человека, а потребителя – в качестве автономной независимой

модели, которая принимает рациональные решения на рынке товаров и услуг и максимально удовлетворяет свои потребности путем их приобретения. Подход маржиналистов являлся в достаточной степени упрощенным и рассматривал в качестве объекта не самого потребителя, а процесс потребления, оказывающий влияние на характер производства товаров и услуг, на формирование предложения на рынке. Так, в концепции К. Менгера потребляемые товары и услуги имеют характер блага, которое должно приносить пользу потребителю, удовлетворяя его безграничные потребности. У. Джевонс рассматривает поведение потребителя с точки зрения баланса чувства удовольствия и чувства страдания при потреблении разного рода благ, не учитывая другие мотивы [22]. Но несмотря на то, что маржиналисты основывались на рациональном объяснении поведения потребителей с целью максимального удовлетворения потребностей, они впервые начали учитывать и психологические аспекты потребительского поведения.

Образцом экономического субъекта у маржиналистов являлся не «экономический человек», а универсальный, не относящийся ни к одному классу индивид – потребитель Бентама, с учетом определенных дополнений: как у А. Смита, человек у маржиналистов стремился к максимальному благосостоянию при наименьших затратах и решал задачи оптимизации при помощи дифференциального исчисления. Такой человек-оптимизатор был наделен следующими свойствами:

- стремление к максимальной полезности или прибыли (минимальным тяготам и издержкам);
- стабильность системы индивидуальных предпочтений;
- способность к сопоставлению поставленных целей со средствами их достижения, а также способность к выбору оптимального варианта;
- способность на основе обладания полной информацией выбирать оптимальный вариант;
- возможность немедленно реагировать на изменение внешних условий.

В отличие от А. Смита, который понимал существование проблем в согласовании индивидуальных и общественных интересов, маржиналисты ограничивались абстрактным математическим доказательством того, что теоретически возможно существование

«лучшего из миров», в котором каждый участник обмена достигает максимума полезности [54, с. 20–21].

Если основываться на пирамиде потребностей А. Маслоу, то, в частности, А. Маршалл при анализе потребительского поведения, пошел дальше от удовлетворения первостепенных благ, обеспечивающих безопасности, тепло и еду, до удовлетворения потребностей более высокого порядка и учета нравственных аспектов [40, с. 151]. А. Маршалл отмечал, что с развитием общества и производства развиваются и потребности человека. При этом потребление выступает уже не только формой удовлетворения насущных потребностей в еде, жилище и т.п., но и особой формой выражения личности.

С точки зрения П. Самуэльсона, потребитель в своем выборе основывается на собственной иерархии предпочтительности. С увеличением количества благ в условиях экономического и социального прогресса, увеличивается и количество детерминант выбора, к которым относятся в том числе личностные предпочтения, вкусы, возможность демонстрации своего отношения к миру [52]. Подход, которые описывает П. Самуэльсон, расширяет границы потребления путем внесения в него личностной мотивации, особых практик, присущих конкретному индивиду.

Г. Госсен в своей работе «Развитие законов общественного обмена и вытекающих отсюда правил человеческой деятельности» (1854) впервые предложил сделать политическую экономию наукой об удовлетворении потребностей [10, с. 88–90]. Г. Госсен рассматривал потребность как состояние неудовлетворенности, из которого человек желает выйти или состояние удовлетворенности, которое человек стремится продлить. В свою очередь блага – это средства, способные удовлетворить потребности. Г. Госсен сформулировал общие закономерности индивидуального потребления («законы Госсена»).

1. Величина удовлетворения от каждой дополнительной единицы данного блага неуклонно снижается и при насыщении достигает нуля. Впоследствии этот закон получит развитие в виде закона убывающей предельной полезности.

2. Личность максимизирует полезность, когда распределяет свои деньги между различными благами таким образом, чтобы до-

стичь определенного количества удовлетворения от каждой денежной единицы, израсходованной на товар. Закон равномерного удовлетворения потребностей. С появлением понятия предельной полезности этот закон стал звучать так: при потреблении различных благ индивидуум стремится к такой рациональной комбинации последних, при которой предельные полезности уравниваются.

Эти два закона связаны между собой: если интенсивность потребности понижается, то потребитель будет в рамках своих возможностей удовлетворять разные потребности равномерно, то есть до одинакового уровня интенсивности.

Потребитель у Г. Госсена предстает неким универсальным, рациональным, способным производить в уме сложные расчеты человеком. Много позднее на смену этому подходу придет представление о потребителе как об иррациональном человеке. Но в середине XIX века критерием выбора потребителя является прирост полезности или предельная полезность. Теория предельной полезности заменила стоимость не просто полезностью, а предельной полезностью.

Вклад Г. Госсена в экономическую науку оценен, в частности, тем, что Союзом социальной политики (международное экономическое общество, объединяющее немецкоязычных экономистов) с 1997 года вручается ежегодная премия его имени. Премия вручается немецкоязычному экономисту не старше 45 лет, чьи работы пользуются международной известностью.

Представители австрийской школы К. Менгер Ф. фон Визер, Е. Бем-Баверк предложили теорию предельной полезности [1]. Ее основные положения:

– приоритет сферы потребления над всеми другими сферами хозяйственной деятельности, а главным субъектом драйвера экономики является потребитель;

– основной мотив хозяйственной деятельности людей, причина всех хозяйственных действий – субъективизм. Индивидуализм, эгоизм потребителя поставлены в центр экономической теории;

– предпринимательство, хозяйственная деятельность рассматривается вне рамок времени и пространства, на смену конкретно-историческому методу приходит абстрактный, внеисторический;

– принцип редкости и ограниченности занимает важное место в методологии. Подлинно экономические ресурсы всегда редки,

ограниченны, а не являющиеся таковыми соответственно не становятся предметом экономического анализа, а представляют собой свободные блага. Одним из постулатов теории предельной полезности является фиксированная величина предложения того или иного блага, рациональное распределение которых является необходимым. Те блага, которые представлены в избытке – не имеют ценности.

Таким образом, теория предельной полезности перенесла центр тяжести в экономическом анализе с затрат на производство товара на конечные результаты производства. Оценивая продукт следует исходить не только из затрат, а из полезности производимого продукта, которую может оценить только потребитель. При этом, в основе экономического анализа лежат не объективные, обезличенные факторы, а субъективная экономическая мотивация поведения потребителя. Экономическая теория повернулась лицом к индивидууму – производителю и потребителю, в нее был привнесен принцип предельного анализа. В дальнейшем в экономическую теорию вошли математические методы.

У.С. Джевонс, английский ученый экономист развил теорию предельной полезности, предложенную австрийцами [8]. У.С. Джевонс:

1) рассматривает предельную полезность не как полезность последней единицы блага, а как полезность последней бесконечно малой единицы блага. Он предлагает понятие «предел приращения полезности как функция приращения запаса» связывая это с бесконечной делимостью благ. То есть он делит запас блага до тех пор, пока результат этого деления не становится равным нулю с точки зрения полезности. Это, по мнению У.С. Джевонса исключает субъективизм восприятия предельной полезности;

2) вводит понятие «отрицательная полезность». С этим связана выдвинутая им «теория предложения труда»: труд представляет собой тягость, т.е. не приносит удовольствия, при этом труд будет предлагаться до тех пор, пока индивид наблюдает превышение удовлетворенности над неудовлетворенностью. Тягость труда с увеличением продолжительности напряжения сначала снижается, а затем растет, тогда как предельная полезность продукта, произ-

водимого трудом блага, монотонно убывает. Когда антиполезность, тяжесть труда уравнивается с полезностью продукта, создаваемого трудом, труд прекращается.

Л. Вальрас рассматривает теории обмена, производства и капитализации. Основным вкладом Л. Вальраса в экономическую науку является его теория экономического равновесия, которая в дальнейшем была развита и дополнена, но продолжает использоваться в качестве важнейшей экономико-математической модели народного хозяйства.

Дж.Б. Кларк развил принцип предельного анализа применительно к производству и сформулировал закон убывающей производительности и теорию предельной производительности. Стоимость продукции по Кларку основывается на трех основных факторах производства: труд, капитал и земля в соответствии с предельной производительностью каждого фактора. Предельный продукт – это прирост продукта, полученный в результате увеличения производственного фактора на единицу при неизменном значении всех остальных факторов. Согласно закону убывающей производительности, применение каждого из перечисленных факторов обусловлено соотношением цен предельного продукта и единицы фактора, на который относится данный предельный продукт.

Подход маржиналистов был подвергнут значительной критике со стороны, но и сами представители маржинализма старались сделать максимально реальным своего человека-оптимизатора.

Так, А. Маршалл пытался объединить все достижения классической и исторической школ экономики и маржинализма заложив основы «неоклассицизма» направления в экономике. А. Маршалл стремился придать модели человека свойства реальных агентов производства, подчеркивая, что следует рассматривать не просто абстрактного «экономического человека», а реального человека, с его проблемами, потребностями, привычками [41, с. 83]. Причем потребности он называл научной основой экономической науки [41, с. 152]. Экономические закономерности А. Маршалл формулирует для ситуации частичного равновесия, т.е. равенства по силе двух мотивов: тяги к удовольствиям, которые определяют размер спроса, и желания избежать тягот, определяющего размер предло-

жения. В результате ключевым моментом такого равенства является рациональное поведение человека-гедониста, что сближает концепцию А. Маршалла с концепциями Бентама и Джемсона.

К. Менгер не связывал теорию ценности с гедоническим толкованием природы человека, стремился к исключению таких понятий, как «полезность» и «максимизация полезности». Его основная идея состояла в сравнении потребностей и удовлетворении их минимальным количеством благ. Причем с точки зрения К. Менгера, всякое благо лишено каких-либо объективных свойств, ценностью оно наделяется только в тот момент, когда вступает в отношения с субъектом.

Таким образом, маржиналисты разработали теорию предельной производительности; теорию общего равновесия, экономическую теорию благосостояния, теорию рациональных ожиданий и другие теории и законы, развернувшие экономическую науку к изучению сферы обращения, спроса и его факторов. Представители маржинализма применяли математические методы, уделяли внимание проблемам эффективного использования ограниченных ресурсов.

Наряду с развитием маржинализма во второй половине XIX в. получил развитие институционализм. В рамках данного направления экономической науки исследуется совокупность институтов, развивающихся, изменяющихся во времени и влияющих на поведение хозяйствующих субъектов.

Представитель американской школы институционализма Т. Веблен обращал внимание на то, что поведение человека нельзя представить в виде математических уравнений [19, с. 84]. Экономическое поведение человека обусловлено нормами поведения, традициями, семейным воспитанием, профессионализмом и другими качествами и непосредственно связано с задачами обеспечения им собственных статусных позиций, достижения определенного уровня престижа [19, с. 84]. Именно Т. Веблен предложил идею о демонстративном потреблении и обозначил роль потребления в формировании социальной структуры общества.

Т. Веблен указывал на противоречие между акционерами-собственниками («праздным классом») и менеджерами и инженерами (классом «технократии»), между «бизнесом» и «индустрией», причем первые господствуют над вторыми. Праздным классом движут

отрицательные инстинкты: эгоизм, стремление к выгоде, демонстративное потребление (именно Т. Веблен ввел это понятие, впоследствии названное «эффектом Веблена»). Классу технократии присущи любознательность, мастерство, забота о приумножении общественного богатства. Концепция «демонстративного потребления» гласит, что праздный класс потребляет многие товары не для удовлетворения собственных потребностей, а в стремлении выделиться среди других, продемонстрировать собственную состоятельность. При этом спрос на товары, которые позволяют этому классу выделиться, тем выше, чем выше его цена, то есть не подчиняется классическому закону спроса и предложения. Именно этот феномен и носит название «эффекта Веблена».

Одним из признаков постиндустриального общества было стремление к индивидуализации, желание выделиться, в том числе и путем выбора модели поведения, не свойственной большинству [60, с. 77–95]. Это эффект демонстративного потребления, о котором писал Т. Веблен. Автор отмечал, что некоторые люди покупают вещи не потому, что у них есть в них реальная потребность, а потому, что обладание ими дает им возможность продемонстрировать свою финансовую состоятельность, отличаться. Теория демонстративного потребления отражает соперничество индивидов за социальные позиции, за определенное место в социальной иерархии. Престижное потребление, демонстрирующее определенный уровень жизни, достаток позволяет индивиду продемонстрировать свою принадлежность к определенной социальной группе. Развитие эффекта демонстративного потребления сегодня мы можем наблюдать при формировании элитного потребления, которое уже стало частью модели потребительского поведения членов современного общества. Примером тому – магазины элитных, брендовых вещей, товары и услуги «luxury». Человек при помощи потребляемых им вещей, обозначает свой статус, демонстрирует свою социальную роль, заявляет о принадлежности к определенному социальному кругу. В свою очередь окружающие «считывают» информацию, поступающую при помощи демонстрации процесса потребления, и идентифицируют его владельца.

В качестве подхода, противоположного эффекту демонстративного потребления Т. Веблена, следует назвать эффект присоединения

к большинству, который описал Х. Лейбенштайн [167, с. 183–207]. Согласно эффекту присоединения к большинству, потребитель стремится покупать то, что покупают другие потребители, в связи с чем имеется зависимость между индивидуальным спросом и рыночным.

Х. Лейбенштайн анализируя масштабы и характер потребления, отмечал, что эти показатели отражают имеющееся социальное неравенство и даже более того, сами являются его причиной [36].

По мнению Г. Зиммеля, потребление – это метод достижения равновесия между общественными и личностными предпочтениями индивида [23, с. 306]. Г. Зиммель при этом рассматривает потребление не только как возможность следовать уже определенным стандартам, но как возможность выйти за рамки, расширить границы имеющихся в обществе потребительских практик.

Представитель постмодернистической теории потребления Ж. Бодрийяр [12, с. 212] полагал, что потребительское поведение – это не только обладание конкретными товаром или возможность пользоваться определенными услугами. Это способ самовыражения человека, который базируется на умении ориентироваться на современном потребительском рынке и с его помощью формировать свой образ. С точки зрения Ж. Бодрийяра, потребление – это не просто следование принятым в обществе культурным образцам, а творческий процесс. Ж. Бодрийяр относит потребление к области когнитивной, эстетической рефлексивности. Процесс классового неравенства при этом переходит на другую ступень, а именно – обретает форму культурной сегрегации. Ж. Бодрийяру принадлежит концепция массового потребления [82]. Обществу массового потребления, которое как особый социальный феномен сформировалось в середине XX века, в полной мере присущи и эффект демонстративного потребления Т. Веблена, и эффект присоединения к большинству Х. Лейбенштайна.

Формирование общества массового потребления стало возможным в связи развитием серийного, массового производства, совершенствованием технологий. В экономически развитых странах на смену дефициту пришла ситуация перепроизводства, затоваривания рынков. В основе массового производства лежит стандартизация, унификация, как следствие снижение стоимости товаров и услуг. Снижение цен на товары привело к тому, что они стали до-

ступны массовому потребителю, это в свою очередь размыло границы между потребителями, принадлежащими разным социальным группам. Отсюда – эффект присоединения к большинству. Стремление к элитности, эксклюзивности, к приобретению товаров, которые отличаются не функциональностью, а возможностью для их обладателей выделиться из массы – это и есть эффект демонстративного потребления.

Этот эффект наблюдается и в сегодняшнем обществе. Причем удовлетворение от приобретения особенно дорогих товаров зачастую обусловлено не особыми характеристиками товара, а возможностью продемонстрировать свою состоятельность, статус и тем самым выделиться. Дж. Бодрийяр отмечал, и мы наглядно это можем видеть в современном обществе, что к эффекту демонстративного потребления тяготеют не только и даже не столько действительно богатые люди. Знаки, о которых пишет Дж. Бодрийяр, подменяют реальность: реальную жизнь, реальные отношения; именно знак является средством дифференциации общества и объектом потребления. Люди верят, что вещи-знаки, отношения-знаки, ценности-знаки помогут им стать счастливее, овладеть окружающим миром [11]. Реклама, доступность кредитов только усиливают это. Ценности размываются, социальные границы стираются, люди, под воздействием рекламы покупающие в кредит вещи, которые, по их мнению, приблизят их к увиденному на экране образу счастливого и богатого человека, оказываются на самом деле в ловушке. С другой стороны, это не позволяет реально оценить социальный статус личности [60, с. 77–95].

Дж.Р. Коммонс разрабатывал социально-правовое направление в институционализме, говорил о верховенстве права над экономикой. Он сформулировал «теорию совместной деятельности людей» или «теория сделки». Сделка как важнейшее понятие экономической теории включает три момента: столкновение интересов участников сделки (конфликт), взаимодействие, в ходе которого выясняются приемлемые условия для участников сделки и завершение конфликта, а именно заключение сделки.

У.К. Митчелл, еще один представитель институционализма, с 1920 г. возглавляющий Национальное бюро экономических исследований, при проведении «нового курса» Ф. Рузвельта, обратил

внимание на психологию человека, как на ведущий фактор экономического развития. Психология, по его мнению, определялась национальной культурой, обычаями, традициями, что напрямую связывало экономику с социологией и историей.

Д. Белл, сторонник теории постиндустриального общества, обращает внимание на появление «меритократии», пришедшей на смену технократии. Представители «меритократии» наделены высоким уровнем интеллекта, обладают способностью принимать обдуманные решения на основе переработки информации, а также имеют особые заслуги перед обществом.

Существенные изменения в экономике произошли на рубеже XIX и XX веков. Неоклассическая экономическая теория уже не была способна дать объяснения этим изменениям. Разрушительный экономический кризис, получивший название «Великой депрессии», обусловил переход от микроэкономического видения экономических процессов к макроэкономическому. Этот переход связывают с именем Дж. М. Кейнса и называют «кейнсианской революцией».

Кейнс, в частности, подчеркивал, что потребление играет активную роль в функционировании, развитии и стабилизации экономики. Согласно основному психологическому закону, который открыл Дж.М. Кейнс, экономическое поведение людей подчиняется определенному тренду: с ростом дохода потребителя растет и его потребление, но в меньшей степени, чем растет доход, поскольку часть дохода идет на сбережения, что в свою очередь вызвано тремя мотивами: обращения, осторожности и спекуляции. А сама склонность потребителя предпочитать накопление денег накоплению товаров получила название «предпочтения ликвидности». Одним из важнейших последствий этого является снижение совокупного спроса и кризис перепроизводства. Если представители классической школы экономики предлагали стимулировать сбережения, то Кейнс призывал государство к стимулированию спроса и потребления.

Помимо основного психологического закона, Кейнс внес в экономику понятия предельной и средней склонности к потреблению. Предельная склонность к потреблению показывает, насколько увеличивает объем потребления домохозяйства при увеличении располагаемого дохода, т.е. это отношение изменения в потреблении

к тому изменению в величине дохода, которое привело к изменению потребления. Тогда как средняя склонность к потреблению – это доля общего дохода, которая идет на потребление, она при любом уровне реального дохода равна общему объему потребления, деленному на величину реального располагаемого дохода. С ростом объема располагаемого дохода величина средней склонности к потреблению снижается.

В качестве факторов, влияющих на уровень потребления, Кейнс называл благосостояние семьи, потребительские ожидания, налоги, потребительскую задолженность.

По мнению Кейнса, капиталистическое производство непосредственно подчинено целям потребления и зависит от склонности к потреблению. Следовательно, экономические кризисы обусловлены недостаточностью эффективного спроса, и экономическая политика должна быть направлена на стимулирование спроса и потребления. При этом основным элементом совокупного спроса Кейнс называл личный потребительский спрос на товары и услуги.

1950–1960 гг. стали периодом триумфа кейнсианства, его расцвета и формирования ортодоксального варианта. В этот период отсутствовали серьезные экономические кризисы, был отмечен длительный подъем экономики США. Позднее, стандартные кейнсианские схемы были пересмотрены и доработаны последователями, а также критиками Дж.М. Кейнса.

Один из современных последователей Кейнса, Дж. Дьюзенберри в своей работе [107, с. 128] отмечает, что уровень потребления определяется не абсолютным, а относительным уровнем дохода. Человек сравнивает свой уровень потребления с потреблением более обеспеченных слоев населения и стремится к нему приблизиться. В отличие от Дж.М. Кейнса, Дж. Дьюзенберри полагает, что для экономической науки имеют значение не индивидуальные, а типичные, массовые предпочтения потребителей. Зависимость предпочтений потребителей от индивидуальных вкусов и личностных особенностей незначительна, а отклонения от типичного экономического поведения – случайны.

По мнению Дж. Дьюзенберри, при прогнозировании уровня потребительских расходов необходимо учитывать следующие обстоятельства [107, с. 210]:

- 1) зависимость расходов от положения покупателей в обществе;

- 2) неравномерность распределения доходов между социальными группами;
- 3) соотношение текущего и максимального уровней покупательной силы потребителей.

В качестве факторов, которые влияют на принятие потребителем решений, связанных с распределением его текущих ресурсов Дж. Дьюзенберри называет:

- текущий доход;
- прошлый уровень дохода;
- наличие недвижимых и ликвидных активов;
- наличие задолженности;
- демографические факторы.

Учсть все факторы, которые влияют на предпочтение потребителей, по мнению Дж. Дьюзенберри, не представляется возможным, но наибольшее воздействие на уровень потребительского спроса отдельного потребителя (или их совокупности) оказывает поведение той группы потребителей, к среднему уровню дохода которой наиболее близок доход этого потребителя. Дьюзенберри обращает внимание на воздействие «эффекта демонстрации» на изменение потребительских расходов. В частности, это проявляется в ориентации более бедных слоев населения на потребительские привычки, поведенческие стереотипы, присущие населению развитых государств. Но не только на людей с низкими доходами воздействует эффект демонстрации. Потребление в этом смысле можно рассматривать как средство поддержания репутации и социального статуса в обществе. Этому способствует расширение международных контактов, развитие средств коммуникации и массовой информации. И если впервые свою теорию Дж. Дьюзенберри высказал в 1949 году, то сейчас, в условиях глобализации, Интернета и обилия социальных сетей, это влияние «эффекта демонстрации» усилилось многократно. В меньшей мере эффект демонстрации проявляется на потребителей с самыми низкими доходами, которые руководствуются не качеством товара и какими-то другими его свойствами, а ориентируется лишь на низкую стоимость. Тогда как для наиболее обеспеченных слоев населения потребление предметов роскоши во многом обусловлено стремлением к демонстрации своего достатка.

Один из выводов, который сделал Дьюзенберри, – это утверждение о необходимости учитывать влияние, оказываемое распределением доходов на уровень совокупного потребления. Рост дохода у той группы населения, которая более склонна к потреблению, повлечет за собой стимулирование общественного спроса, благоприятное для общества, поскольку вызывает рост общественного дохода. Как следствие – еще один вывод Дьюзенберри: прогрессивная шкала налогообложения является фактором достижения благосостояния.

В теории Кейнса уровень потребления зависит от абсолютного дохода, а у Дьюзенберри – от относительных величин текущего дохода потребителей:

- 1) в сравнении со средним уровнем личного дохода на душу населения;
- 2) в сравнении с максимальным уровнем доходов потребителей или уровня потребления, достигнутым ранее.

Таким образом, поведение потребителя Дьюзенберри обуславливает не личными предпочтениями индивидуума, а ставит в зависимость от предпочтений той социальной группы, к которой индивидуум принадлежит или к которой он стремится. Т.е. более обеспеченные потребители оказывают давление на менее обеспеченных и тем самым вынуждают их увеличивать объемы потребления.

Дж. Дьюзенберри рассматривал потребительское поведение как результат «копирования соседей». «Жить не хуже, чем Джонсы» (соседи) – популярное в середине XX века выражение. При этом доход играет относительную роль, но большее значение имеет референтная группа, в данном случае соседи. В этом случае потребление является основой для формирования сообществ по интересу или групп по потреблению. Все это можно увидеть и в наше время: обладатели определенных марок автомобилей или смартфонов, любители определенных продуктов или напитков создают группы в реальной жизни или в виртуальной (социальные сети) и идентифицируют себя и других именно с точки зрения обладания данным товаром. Причем в эту группу могут входить представители разных возрастных групп, социальных слоев, профессий, уровня дохода и т.д. Основой для идентификации выступает именно предмет потребления.

Ф. Модильяни, лауреат Нобелевской премии по экономике 1985 года «за анализ финансовых рынков и поведения людей в отношении сбережений», при изучении потребления учитывал фактор времени. Кейнс рассматривал функцию потребления на коротких временных отрезках. Модильяни же рассматривает «жизненный цикл», который с определенной долей условности подразделяет на несколько этапов в зависимости от наличия или отсутствия сбережений в семье:

- сбережений в семье нет или они отрицательны (долги, кредиты, в первую очередь, ипотека);
- семья погашает долги;
- семья делает сбережения;
- семья тратит сбережения, они исчезают.

В теории Ф. Модильяни рассматривается человек, который основывает свое потребительское поведение на наличии необходимой информации, рациональных расчетов, ожидаемой продолжительности своей жизни, ожидаемых доходов, имеющихся сбережений и т.д., рассчитывая при этом максимальную полезность приобретаемых товаров и услуг.

Во второй половине XX века исследования потребительского поведения перешли по большей части из экономической в социальную сферу. Так, в частности, П. Бурдьё сформулировал концепцию стилей, согласно которой человек при выборе предметов потребления ограничен традициями, моралью, законами своего общества, нормами и ценностями своей референтной группы, всем тем, что П. Бурдьё обозначил как стиль жизни: систему практик, которые повторяются в ежедневном поведении человека и определяют его место социальном пространстве. Причем стиль жизни определяет этику и эстетику и труда, и потребления. Согласно подходу П. Бурдьё [15, с. 10], «экономико-социологический человек» основываясь на своих личностных предпочтениях, которые отражают его классовую принадлежность, формирует такой образ своей жизни, который позволит ему дистанцироваться от других классов и соблюдать классовые различия. В качестве примера П. Бурдьё приводит церемонию приема пищи, которая переходит из разряда функциональных действий в демонстрацию стиля, определенным образом оформляя подачу и манеру потребления [16]. Несмотря на то, что идеи П. Бурдьё были сформулированы несколько десятков лет

назад, они, на наш взгляд, очень актуальны. Достаточно вспомнить количество фотографий в социальных сетях, которые выкладываются именно с целью демонстрации стиля жизни. Когда прежде, чем приступить к приему пищи, нужно непременно сфотографировать красивую посуду, необычную подачу блюда и т.д. и поделиться этими фотографиями в социальных сетях.

В работах российских авторов эти подходы тоже нашли отражение. Так, В.И. Ильин отмечает, что «определенный стиль потребления или его элементы рассматриваются как атрибуты групповой принадлежности, поэтому желающие поддерживать свое членство должны следовать этому стилю. Требование может быть как категоричным, так и мягким пожеланием, несоблюдение которого вызывает иронию и насмешку» [26]. По мнению В.Л. Иноземцева, на первый план в современном обществе выступает стиль потребления, а не стиль профессиональной деятельности [27, с. 68]. На это же указывают и другие авторы, приходящие к выводу, что современное общество – это общество потребления, а не труда. Доступность при этом рассматривается не как физическое наличие блага и обладание ресурсами для его приобретения, а как наличие определенных социальных кодов, дающих возможность потребителю самоидентифицироваться. Что мы видим в качестве примера? Фотостудии, специальные локации для «домашних» фотосессий. Делаются фотографии «как дома» в интерьерах красивых кухонь, спален. Это дает возможность опубликовать фотографии и продемонстрировать определенный стиль, определенный статус, тогда как физического обладания теми атрибутами, которые запечатлены на снимке – нет. И даже больше. Существуют небольшие магазинчики с интерьерами для фотосессий. Там можно примерить одежду, расположиться среди красивой мебели и запечатлеть это на фото. В этом случае также атрибуты групповой принадлежности присутствуют, а физическое обладание ими отсутствует.

Изменились и временные циклы потребления. Когда-то потребление соотносилось с циклами сезонности, с циклами возрастных границ человека, то сейчас им на смену пришли искусственно заданные циклы морального устаревания товара. И если у наших родителей до сих пор можно (хотя бы на даче) найти холодильник выпуска середины прошлого века, а наши мамы «по 10 лет одну пару сапог

носили», то сейчас жизненный цикл предмета потребления становится все короче. Этому есть вполне логичное объяснение – потребителю нужно, чтобы покупатели приобретали все новые и новые товары, а покупатели в свою очередь готовы демонстрировать свой статус приобретая последние новинки. Очереди за новыми iPhone, цена на который снизится, возможно, уже тогда, когда новый владелец выйдет из магазина – наглядный тому пример.

В 1970-е гг. одним из наиболее популярных направлений экономической науки стал неоклассицизм и его современная форма – монетаризм, которую связывают, в первую очередь, с именем М. Фридмана, Нобелевского лауреата 1976 г. за исследования в области потребления, монетарной истории и теории, а также сложности стабилизационной политики.

Согласно концепции «перманентного дохода» М. Фридмана, существует определенный период (около 3 лет), на который ориентируется потребитель, рассчитывая уровень своего потребления [182]. Перманентный (постоянный) доход потребителя формируется на основе факторов, действующих в течение более продолжительного времени, а преходящий (временный, случайный) доход определяется факторами, которые действуют в текущем периоде. Уровень потребления определяется устойчивой долей постоянного дохода. Для переменного дохода предельная склонность к потреблению равна нулю. Следовательно, потребление коррелирует с уровнем перманентных доходов.

М. Фридман говорит о человеческом капитале, как о еще одном факторе, влияющем на получение перманентного дохода наравне с деньгами, ценными бумагами, недвижимым имуществом [182]. Человеческий капитал – совокупность социальных и профессиональных характеристик: образование, врожденные физические и интеллектуальные способности, профессия, место работы и т.д. Кроме того, на уровень постоянного дохода влияют случайные факторы – стихийные бедствия, природные катаклизмы, войны и др.

Таким образом, общим во всех подходах к определению предмета экономической науки является то, что в его основе лежит поведение человека в области экономических отношений. На протяжении многих десятилетий экономисты стремились создать универсальную, обобщенную модель человека, характерную для рыночной экономики. Только одни ученые рассматривали поведение

человека в связи с его стремлением к обогащению, другие – с точки зрения ограниченности ресурсов, третьи – в процессе выбора оптимального поведения и т.д. В любом случае экономика, и особенно ее драйвер развития – потребление, базируется на поведении потребителей. Это привело к формированию новой научной подотрасли – поведенческой экономики, которая учитывает психологические особенности человеческого восприятия и суждения о рыночных продуктах. Учет этих особенностей дает возможность улучшить объясняющую способность экономической теории путем введения дополнительных предпосылок о поведении агентов, более точно описывающих поведение человека в какой-либо конкретной ситуации [20, с. 3–13].

Причем, если традиционно поведение людей в экономике рассматривалось через призму определенных условий: ограниченности ресурсов, необходимости выбора и т.д., но без учета индивидуальных особенностей, то поведенческая экономика как раз обращает внимание на особенности личности. Представители поведенческой экономики обращают внимание не только, и не столько на поведение как процесс, а на стимулы и ограничения, определяющие результат этого поведения [62, с. 266–270].

Такой подход позволяет расширить технологии и методы междисциплинарных исследований поведенческой экономики, как одной из наук о человеке, наряду с психологией, философией, социологией и другими отраслями знаний.

Глава 2. ПСИХОЛОГИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОВЕДЕНИЯ ЧЕЛОВЕКА В СИСТЕМЕ ПОТРЕБЛЕНИЯ МАТЕРИАЛЬНЫХ БЛАГ

Обращение экономистов к психологии появилось задолго до появления поведенческой экономики как отдельного направления экономической науки. Классики экономики, такие как Дж.М. Кейнс, Р. Лукас, А. Пигу, Р. Солоу, А. Смит, Г. Тард, Г. Шмоллер, Й. Шумпетер и др. в своих концепциях в той или иной мере касались основных психологических особенностей людей (предпочтения, страхи, желания) [63, с. 34–111]. И если в начале XX века экономисты считали психологию неустойчивым фундаментом для экономики и даже стремились к исключению психологии из экономики [90]. В трудах таких авторов, как И. Фишер и В. Парето содержались обширные рассуждения о том, что люди чувствуют и думают об экономическом выборе, позже Дж.М. Кейнс обратился к психологическим открытиям. Но к середине века дискуссии о психологии в значительной степени исчезли. На протяжении второй половины 20 века как в экономике, так и в психологии высказывалось множество критических замечаний в адрес позитивистской точки зрения. В области экономики такие исследователи, как Дж. Катона, Х. Лейбенштейн, Т. Скитовски и Г. Саймон, написали книги и статьи, предлагающие важность психологических мер и границ рациональности.

Традиционная экономика рассматривает человека как существо рациональное. Возможно не во всех своих поступках, но, по меньшей мере, в процессе экономических взаимоотношений. Предполагается, что человек обладает (во всяком случае, может обладать) всей полнотой информации, которая необходима для выстраивания оптимальных экономических отношений, и на основе имеющейся у него информации может просчитать и оценить последствия выбора, который ему необходимо сделать в рамках сложившихся отношений. Это позволяет человеку рациональному делать разумный и взвешенный выбор. В основе же рационального поведения лежит собственный интерес. Именно этот подход опровергает поведенческая экономика, представители которой полагают, что рационального «человека экономического» не было, нет и, скорее всего, ни-

когда не будет. Наше мышление и поведение глубоко иррационально. Причем эта иррациональность носит системный и предсказуемый характер.

Представители поведенческой экономики утверждают, что иррациональность поведения экономических субъектов является предсказуемой, и предлагают общую систему детерминант когнитивно-психологического характера, которые оказывают воздействие на процесс экономического выбора. В противовес классической и неоклассической экономике, экономика поведенческая отрицает рациональность в потребительском поведении и выдвигает тезисы о нерациональности. Но, как и в любых явлениях, только черное и белое, только положительное и отрицательное – это невозможные ограничения. Экономика становится более индивидуалистической наукой и, рассматривая поведение потребителя, учитывает все его личностные особенности, включая в анализ все большего количества факторов.

Основоположником поведенческой экономики считается Даниэль Канеман (Daniel Kahneman). В 2002 году Д. Канеман получил Нобелевскую премию 2002 года за «включение данных психологических исследований в экономическую науку, в особенности тех, что касаются суждений человека и принятия решения в ситуации неопределенности». Исследования Д. Канемана, психолога по образованию, получили большое признание в современной экономической теории.

Д. Канеман и его коллеги заложили фундаментальные идеи поведенческой экономики. В 1974 г. они опубликовали статью в журнале *Science* в которой утверждалось, что эвристические сокращения создают вероятность суждения, отклоняющееся от статистических принципов [150, с. 1124–1131]. А уже в 1979 г. в статье «Теория перспектив: принятие решений в условиях риска» были задокументированы нарушения ожидаемой полезности и предложена аксиоматическая теория, основанная на психофизических принципах, для объяснения нарушений. Статья перевернула представление экономистов о рациональности человеческого поведения. Д. Канеман доказал, что зачастую поступки людей идут в разрез предсказаниям экономической теории.

Д. Канеман и А. Тверски после целого ряда проведенных экспериментальных исследований пришли к выводу о неспособности

людей рационально оценивать выгоды и потери от принимаемых ими решений. Авторы сделали, в частности, следующие выводы:

– люди проявляют разные реакции в ситуации потери или выигрыша. Например, радость получить выигрыш равный 100 рублей для человека оказывается меньшим, чем горечь потери тех же 100 рублей;

– вне зависимости от наличия математических знаний, люди не в состоянии объективно оценивать вероятности тех или иных событий, учитывая распространенные стереотипы и заблуждения, а также собственные ощущения.

Теория перспектив (Prospect Theory) Д. Канемана и А. Тверски содержит четыре основных компонента, которые ставят под сомнение целый ряд классических экономических постулатов [152, с. 263–291]:

– точка отсчета. В качестве аргумента функции полезности агентов Д. Канеман и А. Тверски выводят не итоговое состояние богатства, а его динамику относительно определенной точки отсчета. Отмечая такую точку, все последствия возможных альтернатив агент кодирует в виде положительных (преимущества) и отрицательных (убытки) отклонений от нее;

– избегание потерь. Одинаковое в абсолютном выражении изменение богатства относительно выбранной точки отсчета ведет к большему абсолютным изменениям полезности, в случае убытка, чем в случае выгоды;

– убывающая чувствительность к выгодам и потерям. Предельная полезность выгод и убытков уменьшается по мере их роста;

– искаженное восприятие вероятностей. При принятии решений в условиях риска агенты склонны завышать вероятности, близкие к нулю, и занижать вероятности, близкие к единице.

Рассматривая точку отчета при анализе функции полезности, Д. Канеман и А. Тверски приводят рассуждения Д. Бернулли, который еще в 1738 г. писал о том, что, например, при оценке вероятных исходов игры люди берут за основу не ожидаемый денежный результат, а субъективную ценность этих результатов. Сама же субъективная ценность игры есть является средневзвешенной величиной. Д. Бернулли предлагал рассматривать субъективную ценность, или полезность, как вогнутую функцию денежного дохода. Такая функция предполагает, что различие полезностей, например,

между выигрышами \$200 и \$100 намного больше, чем разница полезностей между выигрышами \$1200 и \$1100. Из вогнутости следует, что субъективная ценность, приписываемая выигрышу в \$800, больше стоимости ожидаемого с вероятностью 80% выигрыша в \$1000. Следовательно, вогнутость функции полезности обуславливает несклонность к риску – предпочтение гарантированного выигрыша в \$800 над вероятностью в 80% выиграть \$1000, хотя оба варианта характеризуются одинаковыми ожиданиями [86, с. 23–36]. Тем самым Д. Бернулли предложил психофизический подход к процессу принятия решений. Т.е. подход, который рассматривает взаимоотношения физических величин – денег, богатства и психологическими эквивалентами – полезностью. В своих исследованиях Д. Бернулли объяснял, почему люди в основном не склонны к риску и почему неприятие риска снижается с увеличением богатства. Д. Канеман и А. Тверски отмечают, что именно предположение о несклонности к риску сыграло центральную роль в экономической теории [30, с. 31–42].

Кроме того, Д. Канеман и А. Тверски ссылаются на Дж. Фое Неймана (J. von Neumann) и О. Моргенштерна (O. Morgenstern) [190], которые выявили определенные принципы, или аксиомы, обуславливающие предпочтения рационального индивида в процессе принятия решения. Эти аксиомы включают транзитивность (если А предпочитается В и В предпочитается С, то А предпочитается С) и замещение (если А предпочитается В, то, при прочих равных условиях, «А и С» предпочитаются «В и С»), и другие условия технического характера. Нормативность названных аксиом нередко подвергалась критике, в частности, приводились свидетельства того, что люди часто не подчиняются аксиоме замещения [72]. В то же время в различных исследованиях рационального поведения субъектов экономического взаимодействия речь идет о двух принципах: доминирования и инвариантности. Согласно принципу доминирования, если ожидание А, как минимум, не хуже ожидания В, в любом аспекте, и лучше ожидания В, как минимум, в одном аспекте, то ожидание А предпочитается ожиданию В. Согласно принципу инвариантности порядок предпочтений между различными ожиданиями не зависит от способа их описания. Так, например, два варианта проблемы выбора, признанные равносильными в результате их совместного рассмотрения, должны соответствовать тем же предпочтениям и при рассмотрении по отдельности [30, с. 31–42].

Что касается избегания потерь, Д. Канеман и А. Тверски рассуждают о проблеме выбора между сохранением статус-кво и принятием альтернативы [30, с. 31–42]. В этом случае, преимущества альтернативных вариантов могут быть рассмотрены как выигрыши, а их недостатки – как потери. Поскольку потери переживаются сильнее, чем выигрыши, то субъект при принятии решения чаще склоняется к сохранению статус-кво. Авторы ссылаются на Р. Талера, который ввел понятие «эффект начального запаса» (endowment effect) [230]. Если отказ от части собственности более неприятен, чем преимущество от приобретения аналогичной ценности, цены покупки будут заметно ниже цен продажи. Следовательно, самая высокая цена, которую индивид заплатит за актив, будет ниже цены, которую запросит этот же индивид за отказ от актива, ранее приобретенного. В подтверждение этого утверждения Р. Талер приводит результаты ряда исследований поведения покупателей и продавцов [137], которые подтвердили значительные расхождения между ценами покупки и продажи как в планируемых, так и в действительных транзакциях. Эти данные опровергают представления традиционной экономической теории, в которой цены покупки и продажи совпадают, если не учитывать транзакционные затраты и эффект богатства. Стремление к избеганию потерь делает стабильность приоритетнее, чем изменения. Помимо предпочтения стабильности над изменениями, сочетание приспособляемости и несклонности к потерям предохраняет от сожаления и зависти, снижая привлекательность упущенных альтернатив и начальных запасов других индивидов [30, с. 31–42; 142; 157].

Исследования Д. Канемана и А. Тверски получили продолжение в работах других экономистов, в частности М. Рабина, Г. Саймона, М. Алле и Д. Ариэли и др.

В 1950-е гг. Г. Саймон (лауреат Нобелевской премии по экономике 1978 г.) предложил идею ограниченной рациональности в противовес рациональной модели человека, которая рассматривается в неоклассической концепции. На вопросы о том, действительно ли люди ведут себя настолько рационально, развиты ли когнитивные способности человека настолько хорошо, чтобы исполнялись все предпосылки неоклассической модели, не оказывают ли воздействие на выбор человека психологические и нравственные факторы, внешние обстоятельства – Г. Саймон дает отрицательные

ответы. Он, рассматривая экономическое поведение человека, учитывает его ограниченную рациональность и неидеальные когнитивные способности [51, с. 16–38]. Тогда как модель полной рациональности отражала прямую зависимость полезности от предпочтений. В этой модели индивидуальные предпочтения человека заданы и отражают упорядоченную оценку благ каждым из них. Согласно модели полной рациональности, человек не способен совершать ошибки. Обладая полной информацией о существующих вариантах выбора, абсолютной памятью и вычислительными способностями, он точно учитывает свои предпочтения в принимаемых решениях [45, с. 240–247].

Концепция ограниченной рациональности Г. Саймона подразумевает максимизацию [214]:

- индивидуального благосостояния при несовершенстве когнитивных способностей человека;
- материальных (денежных) ресурсов;
- времени на принятие решений, информации о существующих вариантах поведения.

Данная модель отражает не только индивидуальные предпочтения, которые учитывает и неоклассический подход к рациональности (так называемые рыночные элементы функции полезности), но и те, которые не попадают в модель рациональности (нерыночные элементы – заботу об общественных интересах, предпочтения по поводу общественных благ, альтруизм).

В свою очередь расширение числа переменных в функции полезности, которая отражает поведение человека, приближенное к реальности, ставит новые препятствия, а именно усложнение модели, трудности в ее расчете и применении [2, с. 55–56].

Поведенческий анализ, по Г. Саймону, должен быть нацелен на решение трех важных задач [215]:

- практическая проверка постулатов неоклассической теории о поведении человека, а в случае их отсутствия: формулирование закономерностей, отражающих реальное поведение людей в реальных условиях;
- на базе выведенных формулировок разработка рекомендаций для деятельности альтернативных экономических систем, разного рода общественных институтов, построения государственной политики;

– эмпирический анализ формы и содержания, фактически имеющих у индивидов функций полезности, позволяющий строить более точные предположения об их экономическом поведении, чем это делает неоклассическая теория.

М. Алле (M. Allais) в статье «Поведение рационального человека в условиях риска: критика постулатов и аксиом американской школы» [73, с. 503–549] говорил о необходимости учитывать психологические факторы, а также доказывал, что индивиды склонны делать выбор между гарантированным вознаграждением с меньшей предельной полезностью и негарантированным с большей в пользу первого. Данный вывод вступал в противоречие с аксиомами рационального поведения и даже получил название «Парадокса Алле» по имени автора. Впоследствии этот вывод получил свое развитие и сейчас известен как «избегание риска».

Ларри Г. Эпштейн (Larry G. Epstein) и Стэнли Э. Зин (Stanley E. Zin) предложили синтез теории неожиданной полезности и модели динамического выбора Крепса–Портеуса с целью найти удобную для пользователя формулировку, которую можно применить к макроэкономическим данным [113, с. 263–286]. В теоретической работе Л.Г. Эпштейн и С.Э. Зина сформулированы предположения об индивидуальном поведении, которые допускают отклонения от ожидаемой полезности и в то же время сохраняют основную структуру, используемую в макроэкономике и финансах. Л.Г. Эпштейн и С.Э. Зин оперируют психологическими и экспериментальными данными, которые демонстрируют нарушения теории ожидаемой полезности и имеют дело с парадоксом Алле, тревогой и другими психологическими явлениями, в то же время их внимание сосредоточено на экономических последствиях этих эффектов.

К. Эрроу, лауреат Нобелевской премии по экономике 1972 г. тоже сомневался в рациональности (оптимизации) человека. По его мнению, оптимизация не является необходимым или достаточным условием для формулирования экономической теории [24, с. 44–49].

Дж. Акерлоф, М. Спенс и Дж. Стиглиц выдвинули концепцию неполноты, асимметрии информации (в отношении теории рынков) (Нобелевская премия 2001 г.), согласно которой люди не являются хорошо информированными субъектами экономических рыночных взаимоотношений, они действуют в условиях неполноты информации [24, с. 44–49].

Р. Талер высказывается об ограниченности модели «человека рационального» и неспособности данной модели объяснить решения и поступки людей. Тогда как иррациональность, по его мнению, систематична и предсказуема [55]. Homo economicus (человека рационального) Р. Талер называет выдуманным, люди часто ведут себя неправильно, в связи с чем экономические модели дают ошибочные прогнозы, последствия которых могут оказаться очень серьезными. Но развитие экономической теории приводит к тому, что ее субъектом становится реальный человек, на принятие решения которым оказывает влияние целый комплекс факторов, как рациональных, так и иррациональных.

Но достижения классической экономики Р. Талер не отвергает. Он пишет, что теорию о человеке-рациональном можно использовать в качестве точки отчета для построения более реалистических моделей. Кроме того, в некоторых случаях при решении простых экономических задач или при решении задач экономическими субъектами, наделенными специальными знаниями, модель поведения человека-рационального вполне применима [55].

Р. Талер выделяет три фактора психологии человека, которые оказывают влияние на процесс принятия экономических решений: ограниченная рациональность, восприятие справедливости (социальные предпочтения) и проблема самоконтроля [228, с. 258].

Ю.М. Осипов отмечает, что хозяйствующему субъекту присущи не только экономические мотивы в процессе формирования экономических предпочтений, но также личностные мотивы, обусловленные его мировоззрением, особенностями психологических реакций и стимулов. По словам Ю.М. Осипова, хозяйствующий субъект – это «... не счетное устройство, хотя он и считает, и решает, даже весьма успешно, но хозяйствующий субъект – это, прежде всего, человек со всеми страстями, порывами, слабостями, со всем комплексным многообразием» [46, с. 81–82].

Ю.М. Ясинский и А.О. Тихонов обращают внимание на асимметричность информации, которая поступает к субъектам экономических взаимоотношений [66, с. 35–58]. Каждый человек обладает определенным, индивидуальным набором знаний в области принятия решений, наделен индивидуальными особенностями восприятия информации, а также свойствами психики, что приводит к индивидуальным искажениям в восприятии информации.

Важным неэкономическим фактором поведения субъектов экономических взаимоотношений выступает мотивация. И.В. Щербаков называет мотивацию имплицитным конструктом, который позволяет объяснять, регулировать и прогнозировать экономическое поведение человека и хозяйственных субъектов [64]. Мотивация вызывает интерес, определяемый рациональными и иррациональными компонентами, на базе которого формируется система предпочтений экономического выбора.

Поведенческая экономика доказывает, что субъект экономических отношений не является полным рационализатором своих решений, в противовес представлениям традиционной экономики, поведенческая допускает, что человеку свойственно иррациональное экономическое поведение. Такой подход, позволяет понять каким образом особенности когнитивно-психологического развития человека оказывают влияние на экономический выбор в реальной действительности и объяснить экономические и неэкономические мотивы экономического поведения хозяйствующих субъектов [7, с. 26–34].

Помимо личностных факторов, на поведение субъекта экономических отношений влияет поведение других субъектов, со своими представлениями, взглядами, системой ценностей

В нашей стране развитие поведенческой экономики связывают с деятельностью А.И. Китова [34]. Хотя он говорил не о поведенческой экономике, а об экономической психологии, как науке, которая занимается исследованием психологических условий эффективного хозяйствования, осознанием человеком форм собственности и производственных отношений, а также влиянием представлений, мыслей и чувств человека на его трудовую деятельность и социальное поведение [3, с. 168–171]. В работе «Психология хозяйственного управления» А.И. Китов констатировал повышение роли психологических знаний в деятельности руководителя, перечислял требования к личности руководителя, говорил о том, как формируется его авторитет, о психологических условиях эффективности управленческих решений. Еще в 1984 г. А.И. Китов называл поведенческие финансы и психологию хозяйственного управления в качестве отдельных отраслей психологии, которые в тот период начали развиваться в нашей стране. Основные работы А.И. Китова вышли в свет примерно в одно время с работами Д. Канемана и А. Тверски, что означает наличие уже в то время интереса к проблемам экономического поведения человека в нашей стране.

Джордж А. Акерлоф – американский экономист, профессор экономики Калифорнийского университета Беркли, одним из первых начал применять знания в области социологии и психологии к работе макроэкономики. Он предложил эффективные объяснения заработной платы для безработицы. Согласно этим объяснениям, работодатели из-за опасений по поводу морального духа работников могут не захотеть снижать заработную плату до уровня рыночной [71, с. 255–283]. Он также исследовал причины, по которым фирмы могут медленно изменять заработную плату и цены, объясняя тем самым экономический цикл и эффективность денежно-кредитной политики. В совместной работе с Р. Шиллером, Д.А. Акерлоф называет пять проявлений иррационального экономического поведения: доверие, представление о справедливости, злоупотребление и недобросовестность, денежная иллюзия и восприимчивость к историям [3]. Например, при принятии важных инвестиционных решений, человек полагается на веру. А принимая решения, связанные с ценообразованием, заработной платой, трудовой занятостью – ориентируется на свои представления о справедливости.

Ш. Бенарци, который в соавторстве с Р. Талером создал программу «Save More Tomorrow» «Сбереги больше завтра», изучал процесс принятия инвестиционных решений в пенсионных накопительных планах и выявил возможности для увеличения нормы сбережений сотрудников [85, с. S164–S187].

Колин Ф. Камерер занимается исследованиями на стыке когнитивной психологии и экономики. Его исследования в области поведенческой экономики сосредоточены в основном на теориях принятия рискованных решений и стратегического поведения в играх. Он также проводил эксперименты с ценовыми пузырями и «каскадами» на рынках активов, созданием организационной культуры в форме «кодов», нейробиологическими экспериментами по визуализации поведения в играх. Камерер был первым представителем поведенческой экономики, который в 1999 году стал членом Эконометрического общества, а в 2001–2003 годах являлся президентом Ассоциации экономических наук [88].

В. Кроуфорд как и К.Ф. Камерер работал в области поведенческой теории игр. Его работа сосредоточена на теории игр и ее приложениях, переговорах и арбитраже, сопоставлению рынков, координации и стратегическим коммуникациям, он также проводил

эксперименты по изучению ментальных моделей игроков других игроков [99].

Питер Даймонд – один из основателей Национальной академии социального страхования в США, занимался политикой американского социального обеспечения, а также его аналогов в других странах. В сфере его научных интересов – поведенческая экономика, государственные финансы, социальное страхование, теории неопределенности и поиска, а также макроэкономика [111, с. 341–374]. П. Даймонд на основе модели П. Самуэльсона о причинах существования процентного дохода на капитал и модели экономического роста Солоу с учетом дополнений, которые сформулированы в модели Рамсея, разработал модель анализа сбережений экономике и превращения их в инвестиции. Эту модель пересекающихся поколений называют также моделью Самуэльсона – Даймонда [104, с. 1126–1150].

Э. Фер еще один ученый, чьи работы в области микроэкономики и экспериментальной экономики получили широкую известность. Он изучал закономерности и эволюционные истоки человеческого альтруизма, взаимодействие между социальными предпочтениями, социальными нормами и стратегическими взаимодействиями, воздействие социальных предпочтений на конкуренцию, роль ограниченной рациональности в стратегических взаимодействиях [117, с. 159–181]. Как отмечает Э. Фер, социальные предпочтения важно учитывать для понимания влияния конкуренции на рыночные результаты, законы, регулирующие сотрудничество и коллективные действия, эффекты и факторы, определяющие материальные стимулы, оптимальные контракты и договоренности о правах собственности, а также важные силы, формирующие социальные нормы и рыночные сбои. Именно Э. Фер, вместе со своим братом Г. Ферром основал первую консалтинговую фирму в области поведенческой экономики «FehrAdvice Partners».

Роберт Х. Франк, автор учебного пособия «Микроэкономика и поведение» [57] и множества других книг в области поведенческой экономики, много внимания уделяет изучению потребительского выбора, бескорыстных мотивов в поведении личности, проблемы временного выбора и выбора в условиях неопределенности. Его также интересует роль государства в регулировании рыночной экономики.

Симон Гехтер специализируется на микроэкономике, теории игр, организационной и трудовой экономике, экспериментальной экономике, а также экономике и психологии, изучает поведенческие проблемы добровольного сотрудничества и наказания, формирование заработной платы и заключения стимулирующих контрактов. С. Гехтер в соавторстве с Э. Фером предположил, что склонность людей отвечать взаимностью и наказывать за несправедливое поведение коррелируют со способностью к исполнению трудовых контрактов и как результат этого влияния – увеличивают прибыль от торговли. Рассматривая взаимодействия контрагентов на рынке, С. Гехтер и Э. Фер выявили, что если обе стороны договорных отношений имеют возможности для взаимных ответных действий, то это ведет к возникновению устойчивых и мощных эффектов взаимности. Например, эффективность таких отношений возрастает за счет взаимного поведения с наличием большого набора обоюдных принудительных действий [115].

Джек Л. Кнетч специалист в области поведенческой экономики, экономики окружающей среды, права и экономики, занимается проверкой различий в оценках людьми выгод и потерь, а также последствий наблюдаемых различий в различных областях экономических и политических интересов. Кроме того, автор исследует временные предпочтения и показатели изменения благосостояния. В совместной с Д. Канеманом и Р. Талером работе «Экспериментальное тестирование эффекта владения и примерный постулат», Ж.Л. Кнетч утверждал, что выбор потребителя в большей мере зависит в том числе от положений теории игр, от перспектив выигрыша или проигрыша, чем от уровня неопределенности [149, с. 1325–1348].

Дэвид Лейбсон, профессор экономики, изучает психологию и экономику, занимается проблемами нейроэкономики, макроэкономики, межвременного выбора, принятия решений и когнитивных наук, поведенческих финансов и экспериментальной экономики [127, с. 137–189].

Исследования Джорджа Левенштейна сосредоточены на применении психологии к экономике, его научные интересы включают принятие решений с течением времени, ведение переговоров и переговоры, психологию и здоровье, юриспруденцию и экономику,

психологию адаптации, психологию любопытства и «неконтролируемое» поведение, такое как импульсивные насильственные преступления и наркомания [88].

Кристофер Майер изучает последствия поведенческой экономики для циклического характера недвижимости, на рынках жилой и коммерческой недвижимости, анализирует взаимосвязь между рынком жилья и местными школьными расходами, влияние налогов, правил землепользования и загрязнения окружающей среды на стоимость жилья и фондового рынка.

Терренс Одеан еще будучи студентом изучал работы Дэниела Канемана в области суждений и принятия решений, а уже позднее самостоятельно исследует каким образом психологически мотивированные решения влияют на благосостояние инвесторов и цены на ценные бумаги [191, с. 1775–1798].

Исследования Т. О'Донохью в области поведенческой экономики, прежде всего, связаны с проблемами межвременного выбора. Он изучает роль, которую проблемы с самоконтролем могут играть в прокрастинации, навязчивости, (не) планировании выхода на пенсию и рискованном поведении среди молодежи, а также последствия неверных прогнозов будущей полезности [192, с. 103–124].

Мэтью Рабин занимается разработкой формальных теоретических моделей предпочтений справедливости и риска, предубеждений в прогнозировании предпочтений, когнитивных предубеждений и логических ошибок, а также промедления и других форм проблем с самоконтролем [93, с. 817–869].

Альдо Рустичини исследует различные области: общее равновесие, теория роста, политическая теория, теория аукционов, теория принятия решений, экспериментальная экономика и нейробиология. В частности, он обращает внимание на важность неопределенности в динамических моделях общего равновесия, пагубное влияние социальных групп на экономический рост и существование (или отсутствие) конкурентного равновесия в экономиках с частной информацией. В теории принятия решений Рустичини разработал формальную теорию неосознанности и аксиоматическую теорию предпочтения гибкости с приложениями к искушению и самоконтролю. Он занимался исследованиями в области экспериментальной экономики: вместе с Ури Гнизи он начал анализ парадоксальных эффектов поощрений и наказаний [130, с. 1–17]. Он определил существенные различия в конкурентном поведении женщин

и мужчин, проанализировал влияние настроений и эмоций на кооперативное поведение. Список его публикаций впечатляет, а области научных интересов очень обширны. Интересны выводы А. Рустичини о влиянии денег на счастье. Он полагает, что с увеличением у человека денег, увеличивается количество проблем. Зарабатывать деньги нелегко, и возможно счастье – совсем не то, что заставляет человечество двигаться [202, с. 11].

Клаус М. Шмидт исследует теории игр, теории контрактов и поведенческую экономику [118, с. 817–868]. Его заслуги в этих областях отмечены премией Госсена. В частности, его интересует влияние справедливости и взаимности на поведение людей и на оптимальный дизайн контрактов и институтов.

Специалисты в области поведенческой экономики отмечают, что тенденция взаимопроникновения и взаимосвязи экономической науки с другими науками проявляется, с одной стороны, во влиянии общественных наук на развитие экономической науки, а с другой – в применении достижений экономики для развития социальных наук. Данная тенденция отражает продолжающееся развитие междисциплинарных отношений, расширение границ объекта и предмета отдельно взятой отрасли науки [24, с. 44–49].

Например, нобелевский лауреат в области экономики 1986 г. Джеймс Бьюкенен полагает, что «методы анализа рыночного поведения можно применить к исследованию любой сферы деятельности, где человек делает выбор» [17, с. 104–113]. Дж. Бьюкенен предложил теорию общественного выбора, в основе которой – распространение экономических явлений на политические процессы и три методологических подхода: индивидуализм, концепция «экономического человека» и подход к политике как к обмену. Обмен в экономике и в политике направлен на достижение прибыли, только в политике прибылью являются голоса избирателей.

Еще один лауреат Нобелевской премии по экономике 1992 г. Гэри Беккер также предлагает применять экономический подход к изучению социальных процессов. Так, по мнению Г. Беккера, человек в принятии важных решений в социальных взаимоотношениях руководствуется экономическими соображениями, делая это как осознанно, так и нет. Например, решения о вступлении в брак и разводе «принимаются путем взвешивания всех плюсов и минусов, связанных с альтернативными стратегиями поведения» [6], то есть подчиняются законам спроса и предложения, конкуренция и т.д.

Этим же закономерностям подчиняются такие психологические явления как, например, удовлетворенность, зависть, альтруизм, эгоизм и др. Экономический подход, по мнению Г. Беккера, является всеобъемлющим и применим к любому человеческому поведению.

Г. Беккер выделяет три основных принципа, на которых основывается человеческое поведение:

– действуя рационально, стремясь достичь наилучшего из возможных результатов, люди могут руководствоваться как эгоистическими, так и альтруистическими соображениями;

– в поведении людей, как в экономических, так и в неэкономических взаимоотношениях присутствуют «неявные издержки», издержки упущенных возможностей;

– человеческие предпочтения устойчивы, по отношению к базовым потребительским благам, а не к конкретным рыночным товарам [32, с. 17–32].

С учетом данных принципов, как утверждает Г. Беккер, можно использовать модель рационального выбора для объяснения всего человеческого поведения и в целом для изучения социального мира.

Г.С. Беккер подчеркивал важность вкуса в оценке потребительского поведения и называл вкус новой доминантой потребления. Причем в понимании Г.С. Беккера вкусы являются неизменными, а попытки рекламы изменить сформированные потребительские привычки являются безуспешными [6, с. 506]. Г.С. Беккер ввел понятие потребительского капитала – а именно набора потребляемых благ отдельного человека или домохозяйства [6, с. 43], предназначение которых заключается в удовлетворении его вкусов и предпочтений. Именно вкус, по мнению Г.С. Беккера, является основой потребительского выбора, а также формируемого стиля потребления и потребительских привычек.

Отличие модели Беккера от классической модели «*homo economicus*», состоит, в первую очередь, в том, что в отличие от классиков, Беккер подвергает экономическому анализу человеческий выбор в любой области, а не только в экономике, а также в том, что Беккер ввел понятие человеческого капитала, который учитывает, как накопленный опыт индивида (персональный капитал), так и влияние социума (социальный капитал). И до Г. Беккера экономисты не отри-

цали влияние прошлого опыта и окружения на экономическое поведение человека, но именно он первым формализовал этот постулат и включил его в свою модель [35, с. 129–142].

Д. МакФадден, нобелевский лауреат 2000 г., связывает суверенитет потребителя, лежащий в основе неоклассической модели поведения субъектов экономических отношений с генетическими основами человеческой психологии. Д. МакФадден не отвергает модель «*homo economicus*», но выводит биолого-генетические корни модели рационального выбора. По его словам, в основе стандартной или рациональной модели экономической науки лежит мысль о том, что потребители стремятся максимизировать врожденные предпочтения, устойчивые относительно количеств и признаков потребляемых товаров. Но сами эти предпочтения имеют генетическое происхождение [38, с. 401]. Помимо генетически определенного набора вкусов, переменными в функции предпочтений являются личностные характеристики потребителя, имеющийся опыт, уровень потребления и различные признаки товаров. Потребители, по утверждению Д. МакФаддена, неоднородны, их выбор обусловлен психологическими факторами, а именно установками или аффектами. В то же время он не отвергает достоверность определения понятия «собственный интерес», называя наличие поведенческих отклонений иллюзиями восприятия и ошибками в обработке информации [38, с. 415–416].

Обобщив исследования ряда ученых поведенческой экономики, можно выделить следующие когнитивно-психологические детерминанты: восприятие, интуиция, эмоциональные искажения, ожидания (Д. Канеман, А. Тверски, Т. Гилович); институты, трансакционные издержки (П. Слович); неформальные институты, восприятие, интуиция, эмоциональные искажения (В. Смит); ожидания, предпочтения (А. фон Хайек, Л. Фон Мизес, Д. Катона); знания, информация, эмоциональные искажения (Р. Талер, К. Санштейн); эмоции, относительность, ожидания, социальные нормы (Д. Ариели) и др. Д. Канеман и А. Тверски подчеркивают значимость системы индивидуального восприятия в ситуации экономического выбора [30, с. 31–42]. Особенности когнитивной сферы индивида являются значимым фактором субъективной интерпретации объективных хозяйственных процессов в процессе выбора и приводят к проявлению когнитивных искажений.

К когнитивным искажениям относятся: стадный инстинкт, эвристика осведомленности, отклонение в сторону статуса-кво, ложные ориентиры, предвзятость подтверждения, профессиональная деформация, иллюзия контроля, отрицание вероятности, селективное восприятие, эффект консерватизма, эвристика доступности, отклонение, связанное с оптимизмом, иллюзия прозрачности и др.

Рассмотрим некоторые из перечисленных искажений.

Стадный инстинкт – это тенденция к изменению поведения (в данном контексте – экономического поведения), связанная с принятием мнения большинства и следованием этому мнению. Этот феномен, который присущ и людям, и животным, известен с древности. Одни авторы утверждают, что стадный инстинкт является механизмом, лежащим в основе инстинкта самосохранения, другие, напротив, отмечают, что в толпе утрачивается инстинкт самосохранения. Причем логика присутствует в обоих утверждениях. Однозначно одно – стадный инстинкт искажает восприятие реальности, в том числе, при принятии экономических решений.

Профессиональная деформация приводит к тому, что на отдельные вещи человек смотрит согласно правилам, общепринятым для своей профессии, отбрасывая более общую точку зрения. Это определенные изменения структуры личности, развивающиеся в процессе длительного выполнения профессиональных обязанностей. Профессиональная деформация и связанный с ней синдром эмоционального выгорания имеет определенные минусы для личности в целом и, в частности, оказывает воздействие на процесс принятия экономических решений.

Эвристика осведомленности или сложности в принятии решений, обусловленные чрезмерной информированностью. Массовый доступ к информации является одним из признаков 21 века. Информация окружает нас со всех сторон, но проблема заключается в сложности осознания: какой частью этой информации мы можем управлять, какую часть может использовать, и какая часть является лишь «информационным шумом». «Синдром информационной усталости», «продолжительное частичное внимание» – вот только часть проблем, связанная с избытком информации. В настоящее время сложность заключается не в поиске информации, а в ее фильтрации, структурировании и понимании. Мы ищем информацию даже тогда, когда она нам не нужна, когда ее слишком много вместо того, чтобы проанализировать уже имеющуюся. С этим связана

еще одна проблема – выбор источника объективной и достоверной информации.

Предвзятость подтверждения заключается в том, что человек склонен интерпретировать информацию таким образом, чтобы подтвердить имеющиеся заранее знания. Информацию, которая эти знания подтверждает, мы принимаем более благосклонно, чем ту, которая вступает с ними в противоречие. Более того, предвзятость подтверждения может усиливать другие когнитивные ошибки, так как решения, принятые под их влиянием, могут казаться более правильными по сравнению с альтернативными. Это вполне иррациональный подход, который вполне соответствует пониманию человека иррационального, принятого в поведенческой экономике. Эффект консерватизма во многом схож эффектом предвзятости подтверждения и отражает тенденцию принимать решения, основываясь на результатах ранее принятых решений.

Дэн Ариели пишет об эффекте «произвольной когерентности», которая зачастую заставляет людей вести себя в полном противоречии с нормами классической экономики, зацикливаясь на начальном выборе и в дальнейшем принимать согласующиеся с ним решения. С точки зрения психологии это является самозащитой против признания (хотя бы и подсознательного) собственной ошибки. И если сам первоначальный выбор может быть вполне случайным, то отходящая от него линия поведения уже вполне закономерна [5].

На особенности экономического выбора оказывается влияние эмоциональное состояние, в котором находится человек. С. Камерер (C. Camerer), С. Исхарофф (S. Issacharoff), Г. Лоуэнштайн (G. Loewenstein), Т. О'Донохью (T. O'Donoghue) и М. Рабин (M. Rabin) выделяют психологически «горячие» состояния (гнев, страх, восхищение, возбуждение и др.), находясь в которых люди могут принимать непродуманные решения; а также психологически «холодные» состояния (спокойствие, хладнокровие, здравое размышление и др.), которые способствуют принятию взвешенных решений [91, с. 1211–1254]. Т.е. находясь в «горячем» состоянии человека неспособен объективно оценить реальные выгоды и издержки.

Е.А. Яковлева предлагает разделить все отклонения от модели рационального выбора на две большие подгруппы – когнитивные

ошибки и дефекты воли. Кроме того, некоторые из этих отклонений могут синхронно рассматриваться как проявления интеллектуальной ограниченности и недостаточного самоконтроля. Перечень когнитивных и поведенческих ошибок, отмеченных и описанных психологами и экономистами, очень обширен и постоянно увеличивается [65, с. 62–69].

Схоже с этим действие состояние оптимизма и пессимизма. Оптимистично настроенный человек может быть излишне самоуверенными при принятии решений, недооценить возможность наступления нежелательных или даже вредных, опасных событий. Пессимизм, напротив, снижает в человеке уверенность в себе, приводит к преувеличению возможности наступления нежелательных событий. Следствием этого становится неоправданно высокая склонность к избеганию риска.

Представляется вполне справедливым вывод С.В. Беликовой о том, что учет когнитивно-поведенческих детерминант, которые оказывают влияние на результат экономического выбора, несмотря на сложность его прогнозирования, позволяет современной экономической науке выработать систему эффективного управления субъективной иррациональностью, тем самым снизить риски хозяйственной среды [7, с. 26–34]. Возможность предсказывать поведенческие ошибки, на наш взгляд, и является главным достижением поведенческой экономики.

Таким образом, поведенческая экономика изучает иррациональные феномены поведения в экономических взаимоотношениях. Человека предстает не как идеальная модель, а как индивид с собственными интересами и особенностями персонального восприятия экономических явлений, на экономический выбор которого влияют когнитивно-психологические особенности. Поведенческая экономика, продолжая развитие достижения традиционной экономики, выделяет множество неэкономических детерминант поведения экономических субъектов.

Глава 3. МЕТОДЫ ПОВЕДЕНЧЕСКОЙ ЭКОНОМИКИ

Исследовательский аппарат поведенческой экономики нацелен на анализ иррациональных факторов поведения субъектов экономических взаимоотношений. Поведенческая экономика рассматривает человека экономического с присущими ему индивидуальными характеристиками, иррациональными решениями, особенностями восприятия внешней и внутренней среды экономики, поэтому результат экономического выбора напрямую зависит от когнитивно-психологических модусов субъекта, принимающего решения.

Важнейшей задачей поведенческой экономики является изучение влияния различных психологических особенностей индивидов на процесс принятия ими экономических решений.

В область исследования поведенческой экономики входит изучение и моделирование реакций на определенные стимулы в ходе выбора, выявление отклонений в поведении экономического субъекта от рациональной модели поведения [209, с. 35–42]. Причем объектом исследования поведенческой экономики выступает не само поведение как процесс, а именно стимулы и когнитивные ограничения, лежащие в основе выбора. Например, исследования Д. Канемана и А. Тверски показали, что реальный выбор субъекта, в большей степени зависит от того, как он конструирует задачу выбора [235, с. 251–278]. По мнению Дж. М. Кейнса, выбор происходит на основе эвристических правил (из нескольких возможных вариантов), Г. Саймон обращал внимание на когнитивные ограничения и эвристические приемы выбора субъекта экономики, а также на воздействие мысли и влиянии процессов мышления на поведение [61, с. 118–123].

Предметом изучения поведенческой экономики является процесс воздействия психологических, когнитивных, социальных и эмоциональных факторов на принятие экономических решений отдельными субъектами экономических отношений.

Поведенческая экономика наряду с понятием рационального экономического поведения, а именно способностью принимать выверенные, точные экономические решения, оперирует понятием нерационального и иррационального экономического поведения. Иррациональное поведение противопоставляется рациональному и означает поведение экономического субъекта, на которое помимо экономических, действуют и неэкономические феномены, такие

как стадное поведение, эвристика осведомленности, отклонение в сторону статуса-кво, увлечение идеями, ложные ориентиры, предвзятость подтверждения, профессиональная деформация, иллюзия контроля, отрицание вероятности, селективное восприятие, эффект консерватизма, эвристика доступности, отклонение, связанное с оптимизмом, иллюзия прозрачности и др.

Р.И. Капелюшников подчеркивает важность того, что благодаря развитию поведенческой экономики экономическая теория приобрела статус «экспериментальной науки», поставив ее на один уровень с другими естественными дисциплинами. Ведь для поведенческой экономики свойственно наличие таких методов, как проектирование эксперимента; проведение лабораторных испытаний; сравнение экспериментальных данных с исходными ожиданиями, которые типичны для точных наук. Р.И. Капелюшников отмечает, что, возможно, именно это обуславливает популярность и бурное развитие поведенческой экономики [31, с. 12].

В первые годы развития поведенческая экономика основывалась на результатах экспериментальной экономики. Позднее уже непосредственно в рамках поведенческой экономики начали проводить эксперименты, причем в больших количествах. Знаковым стало вручение в 2002 году Нобелевской премии по экономике «за предпринятое утверждение лабораторных исследований в качестве инструмента эмпирического экономического анализа, в особенности, что касается изучения альтернативных рыночных механизмов» Вернону Смиту, родоначальнику лабораторного экспериментирования в области экономики

В настоящее время в поведенческой экономике используются методы, присущие таким наукам, как психология, социология, педагогика: эксперименты, полевые исследования, опросы, наблюдения, имитационное компьютерное моделирование, метод семантического дифференциала и т.д.

Метод семантического дифференциала Ч. Осгуда (СД) – это метод количественного и качественного индексирования значения при изменении эмоционального отношения человека к любым объектам. Этот метод достаточно широко используется в исследованиях, связанных с восприятием и поведением человека, с анализом социальных установок и личностных смыслов. Исследуемый объект помещается в экспериментальное пространство, определенное

двенадцатью парами противоположных по смыслу характеристик. Полученные координаты образуют выделенные в факторном анализе ортогональные факторы: «Оценка», «Сила» и «Активность», по выраженности которых происходит сравнение семантического поля объекта у различных групп [47].

Агентное моделирование позволяет понять процесс принятия решения конкретным экономическим субъектом, описать его и создать единую модель поведения, агрегирующую индивидуальный выбор большого числа разрозненных субъектов. Обобщенное поведение системы выводится из отдельных индивидуальных решений, а также взаимодействия между ними.

При помощи агентного моделирования можно определить, каким образом небольшие, незначительные факторы поведения и взаимодействия отдельных агентов приводят к значительным последствиям. Агентом при этом называется индивидуальный потребитель, социальная группа, организация, автономно принимающие решение. Этот вид моделирования описывает процессы «снизу-вверх»: в основе модели лежит набор основных параметров, которые характеризуют агентов и алгоритм принятия индивидуальных решений. Обобщенное поведение системы выводится из этих индивидуальных решений, а также взаимодействия между агентами [39, с. 23–24].

В ряде работ по поведенческой экономике описываются лабораторные эксперименты, т.е. исследования, которые проводились в искусственных условиях, в игровой ситуации. На наш взгляд, более достоверными являются полевые эксперименты, т.е. исследования, проводимые в реальных (или естественных) условиях. Поскольку несомненно на принятие решения влияет место: учебная лаборатория, в которой проводится эксперимент или реальный торговый зал магазина, состояние человека: спокойное и сосредоточенное во время эксперимента или обеспокоенное необходимостью не забыть купить все, что нужно и т.д. Именно поэтому, представляется, что одним из наиболее достоверных методов исследования в поведенческой экономике является полевой эксперимент.

Поведенческая экономика – отрасль науки, развитие которой тесно связано с другими отраслями. Вклад в развитие современной поведенческой экономики неизменно вносят [48]:

1) нейроэкономика – изучение реакции отдельных участков головного мозга человека на окружающую среду и ее изменения, в том числе в области экономики;

2) изучение поведения животных – подход, основанный на изучении реакции животных, поведение которых наиболее приближено к поведению человека, а также на изучении эволюции живых существ и их поведения;

3) компьютерные симуляции – имитация на компьютере ситуаций, максимально адаптированных к реальным, в ходе которых участники должны принимать какие-либо решения;

4) проведение экспериментов – используются полевые и мысленные эксперименты, а также опросы участников.

Таким образом, предмет исследования поведенческой экономики – влияние психологических, когнитивных, социальных и эмоциональных факторов на принятие экономических решений отдельными субъектами экономических отношений. Область исследования поведенческой экономики – изучение и моделирование реакций на определенные стимулы в процессе выбора, выявление отклонений в поведении экономического субъекта от рациональной модели поведения. Поведенческая экономика – наука, использующая значительное количество экспериментов, которые объясняют поведение экономических субъектов и служат инструментом анализа реального поведения людей в области экономических отношений. В поведенческой экономике используются эксперименты, полевые исследования, опросы, наблюдения, имитационное компьютерное моделирование, агентное моделирование, метод семантического дифференциала и др. Представляется, что именно эксперименты, проводимые в рамках поведенческой экономики, имеют большую практическую ценность.

Исследование поведенческой экономики будет неполным без обзора основных поведенческих теорий, который представлен в следующем разделе.

Глава 4. ПОВЕДЕНЧЕСКИЕ ТЕОРИИ

4.1. Обзор поведенческих теорий

Обзор поведенческих теорий, предлагаемый в данной работе, основывается на исследовании Х.Р. Квон (H.R. Kwon) и Е.А. Силва (E.A. Silva) [161, с. 161–179], проведенном в 2020 г., в котором на основе анализа наиболее значимых и актуальных статей за последние годы, были отобраны шестьдесят две поведенческие теории, которые могут быть применимы к областям социальных наук, таких как психология, социология, экономика, политика, науки и географии.

Понимание и применение поведенческих теорий может быть очень полезным во многих дисциплинах. Во-первых, поведенческие теории могут учитывать множество факторов, влияющих на процесс принятия решений людьми [186]. Во-вторых, поведенческие теории могут обеспечить основу для моделирования, объяснения и прогнозирования поведения, что в свою очередь повысит эффективность разработки политики и вмешательства в поведение.

Хотя некоторые из теорий о человеческом поведении существуют уже довольно продолжительное время, например, теория обучения с подкреплением [233], концепция поведения настолько широка, что трудно понять, какие теории можно считать поведенческими теориями во всех областях. Хотя поведенческие теории рассматривались ранее, в литературе имеется пробел, поскольку они в основном ограничиваются конкретными областями с упором на изменение поведения и вмешательство. В секторе здравоохранения С. Мичи (S. Michie) и соавт. [180, с. 26–33] определили тридцать три психологические теории изменения поведения на основе консультаций с экспертами, а С. Манро (S. Munro) и соавт. [188, с. 1–16] представили девять теорий изменения поведения, проанализировав базы данных журналов, связанных со здоровьем. Также, Р. Дэвис (R. Davis) и соавт. [102, с. 323–344] проанализировали девять медицинских журналов и выявили 276 журналов и восемьдесят две теории поведения и изменения поведения. В области науки об окружающей среде в отчете исследовательской организации Комиссии по лесному хозяйству Великобритании был проведен поиск по ключевым словам в библиографических базах данных, рассмотрено 87 ключевых документов и отобраны пять ключевых теорий

поведения и изменения поведения, классифицированных как индивидуальные и социальные [186]. В 2017 г. М. Шлютер (M. Schlüter) и соавт. [210, с. 21–35] рассмотрели поведенческие теории как теории принятия решений человеком, выбрали шесть ключевых теорий из различных областей исследований и типов поведения (индивидуального, социального и экологического) и поместили их в структуру, пытаясь облегчить их применение в моделировании социально-экологических систем.

В некоторой литературе предпринимались попытки обзора поведенческих теорий для общего применения; тем не менее, еще на сегодняшний день, как отмечают Х.Р. Квон и Е.А. Силва [161, с. 161–179], отсутствует систематический анализ базы данных академических журналов по всем дисциплинам, обеспечивающий всеобъемлющий охват поведенческих теорий. Например, правительством Великобритании проведены социальные исследования, которые позволили подготовить обзор данных об изменении поведения. В данном обзоре описано более 60 социально-психологических моделей с разбивкой их на модели поведения и теории изменений, но это было основано на контактах с ключевыми отдельными экспертами с целью получения соответствующих источников (Darnton [100]).

Х.Р. Квон и Е.А. Силва в своем исследовании [161, с. 161–179] используют определение термина «поведение» как «способ, которым животное или человек ведет себя в ответ на определенную ситуацию или раздражитель» (Oxford Dictionaries [197]).

Х.Р. Квон и Е.А. Силва проводили анализ на базе данных WoS, используя при этом ключевое слово поиска «бихевиоральная теория ИЛИ поведенческие теории ИЛИ поведенческая теория ИЛИ поведенческие теории» (далее «бихевио(у)ральные теории») только для заголовка и получили 963 результата во временные рамки с 2000 по 2017 год. В то время как психология, поведенческие науки и экономика бизнеса вошли в тройку основных областей исследований, семь областей из двадцати пяти были тесно связаны со здоровьем, например, медицинские услуги и психиатрия (рис. 1). Авторы пришли к выводу, что многие публикации касаются конкретных видов поведения, например, дисциплины, связанные со здоровьем, в основном касаются поведения пациентов в отношении лекарств или лечения.

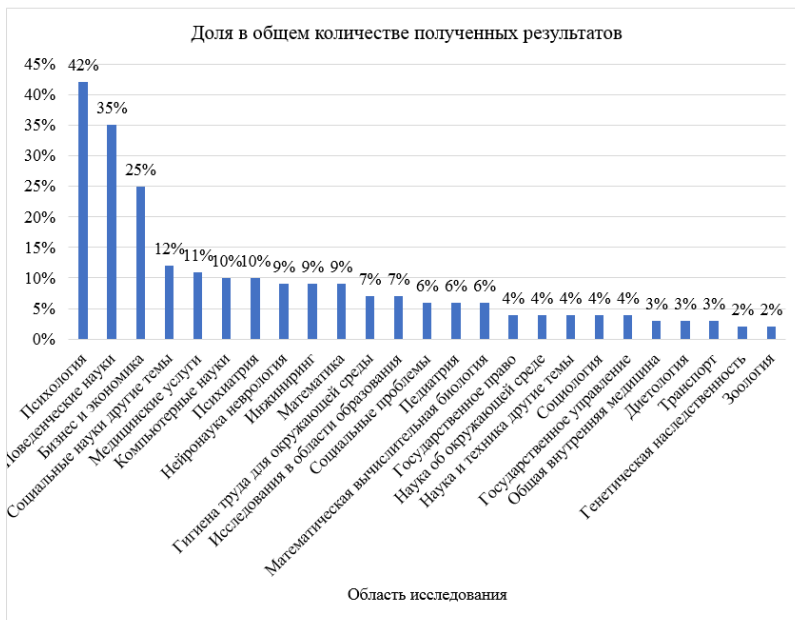


Рис. 1. Двадцать пять основных областей исследований по ключевому слову поиска «бихевиоральные теории (и)» (2000–2017 гг.) (по Х.Р. Кwon и Е.А. Силва [161])

Далее, авторы использовали разные пороги для времени цитирования в зависимости от года публикации и сузили результаты до 467: 0+ за 2016–2017 гг. (209 результатов), 5+ за 2012–2015 гг. (105 результатов), 10+ за 2008–2011 гг. (75 результатов), 15+ за 2004–2007 гг. (53 результата) и 20+ за 2000–2003 гг. (25 результатов). В данные для анализа были включены более свежие публикации для того, чтобы проследить текущую тенденцию в методе исследования, что касается более старых публикаций, то в анализ были включены только те, которые были справедливо признаны другими исследователями.

При изучении тезисов полученных 467 результатов, авторы отобрали 156 публикаций, установив рамки этого обзора литературы на «общее человеческое поведение». Из результатов были исключены публикации о поведении животных, данных, рынка и фирмы, если только они не связаны напрямую с человеческим поведением.

Авторами было выявлено в общей сложности восемьдесят семь теорий, использованных в 156 релевантных результатах, со следующей информацией: основатель, год публикации, количество результатов поиска WoS (2000–2017) и используемые ключевые слова поиска, пять основных областей исследований, лучшие три года публикации и краткое определение теорий, основанное на обзоре литературы.

Из восьмидесяти семи теорий были сохранены только те, у которых было более десяти результатов поиска WoS (2000–2017 гг.), в результате чего было получено шестьдесят две теории (табл. 1). Из 156 публикаций 47, которые охватывают все шестьдесят две теории, были выбраны в качестве ключевых публикаций, при этом предпочтение отдавалось эмпирическим статьям, тем, которые охватывают несколько теорий, более поздним статьям и тем, которые имеют более высокий уровень цитирования.

Методология выбора представлена на рисунке 2.

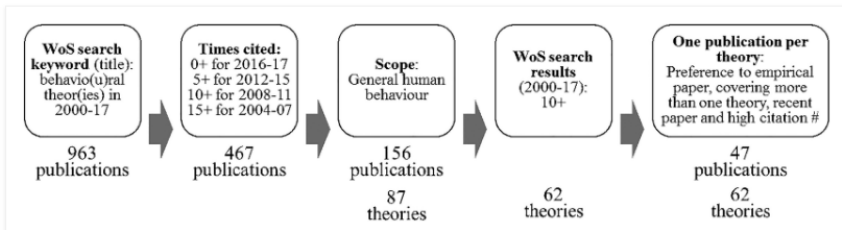


Рис. 2. Резюме методологии отбора публикаций и теорий
(по Х.Р. Квон и Е.А. Силва [161])

Список из шестидесяти двух теорий общего человеческого поведения по результатам поиска Web of Science (2000–2017 гг.)
(по Х.Р. Квон и Е.А. Силва [161])

№	Теория	Результаты поиска
1	2	3
1	Теория нейросетей (Hebb, 1949 [143])	97,571
2	Теория обучения с подкреплением (Thorndike, 1898 [233])	5,043
3	Теория игр (Von Neumann and Morgenstern, 1944 [190])	3,520
4	Теория планируемого поведения (I. Ajzen, 1985 [69])	1,965
5	Теории коллективных действий (Olson, 1965 [195]; Ostrom, 1997 [195])	1,886
6	Теория транзакционных издержек (Coase, 1937 [96])	1,744
7	Теория дисконтирования с задержкой (Mazur, 1987 [178])	988
8	Теория подталкивания (Thaler and Sunstein, 2008 [229])	969
9	Теория принятия решений (Knight, 1921 [158])	907
10	Коннекционизм (Thorndike, 1898 [233])	900
11	Теория самодетерминации (Deci and Ryan, 1985 [103])	688
12	Теория нечетких множеств (Zadeh, 1965 [245])	615
13	Эволюционная теория (Hamilton, 1964 [141])	566
14	Классическая теория условных рефлексов (Pavlov, 1927 [198])	553
15	Теория перспектив (Kahneman and Tversky, 1979 [152])	537
16	Теория представлений о здоровье (Rosenstock, 1966 [208])	514
17	Теория сложности (Kauffman, 1993 [155])	487
18	Кластерная теория (Marshall, 1890 [172])	466
19	Теория ограниченной рациональности (Simon, 1982 [216])	433
20	Теория распространения инноваций (E. Rogers, 1962 [205])	394
21	Акторно-сетевая теория (Latour, 2005 [164])	371
22	Теория оперантного обусловливания (Skinner 1938, [218])	351
23	Теория когнитивного диссонанса (Festinger, 1957 [119])	325

Продолжение таблицы 1

1	2	3
24	Бихевиоризм (Watson, 1913 [238])	321
25	Эволюционная теория игр (J. Smith and Price, 1973 [194])	295
26	Социально-когнитивная теория (Bandura, 1986 [79])	292
27	Агентская теория (Jensen and Meckling, 1976 [147])	227
28	Портфельная теория (Markowitz 1952 [170])	199
29	Теория адаптивного резонанса (Carpenter and Grossberg, 1987 [92])	191
30	Теория заинтересованных сторон (Freeman, 1984 [124])	191
31	Теория обнаружения сигналов (Tanner and Swets, 1954 [224])	185
32	Теория обоснованного действия (Fishbein and Ajzen, 1975 [121]).	183
33	Теория защитной мотивации (R. Rogers, 1975 [206])	139
34	Теория общих ресурсов (Ostrom, 1990 [196])	152
35	Теория рационального выбора (A. Smith 1759 [219])	147
36	Теория социального научения (Bandura, 1977 [79])	103
37	Теория обучения на основе примеров (Gonzalez, Lerch, and Lebiere, 2003 [135])	101
38	Теория поведенческих решений (Edwards, 1961 [110]).	93
39	Теория социального капитала (Putnam, 1993 [203]).	80
40	Единая теория принятия (Venkatesh and Davis, 2000 [237])	74
41	Теория ожидаемой полезности (Bernoulli, 1738, пер. 1954 [86])	67
42	Теория социального выбора (Arrow, 1951 [78]).	66
43	Теория ожидания-опровержения (Oliver, 1980 [193])	69
44	Теория конструктивного уровня (Lieberman and Trope, 1998 [168])	60
45	Теория ведущего пользователя (Von Hippel, 1986 [145])	55
46	Теория поведенческого перелива (Dickinson and Oxbury 2011 [105])	54
47	Теория сожаления (Bell 1982 [84])	40
48	Теория поведенческого прайминга (Lashley, 1951 [163]).	39
49	Теория самоконтроля (Gottfredson and Hirschi, 1990 [136])	38

Окончание таблицы 1

<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>
50	Теория ресурсной зависимости (Pfeffer and Salancik, 1978 г. [199])	31
51	Теория динамического поля (Spencer et al, 2007 [222])	31
52	Теория взаимозависимости (Thibaut and Kelley, 1959 [231]).	28
53	Поведенческая теория игр (Allais 1953 [73])	22
54	Теория ценности-убеждения-нормы (Stern et al, 1999 [223])	21
55	Теория реализации (Maskin and Sjöström, 2002 [174])	21
56	Теория когнитивной иерархии (Camerer, Ho, and Chong, 2004 [89])	20
57	Теория поведенческого агентства (Wiseman and Gomez-Mejia, 1998 [242]).	18
58	Теория социальной практики (Shove, Pantzar, and Watson, 2012 [213])	17
59	Теория поведенческого мышления (Westaby, 2005 [240])	17
60	Теория однократных решений (Guo 2011 [139])	17
61	Теория поведенческого портфеля (Shefrin and Statman, 2000 [212])	15
62	Теория оптимального налогообложения (Baumol and Bradford, 1970 [83])	14

В таблице 2 представлены десять лучших теорий по количеству поисковых запросов, а также пять основных областей исследований в классификации WoS.

Таблица 2

Список теорий по областям исследований, годам публикации и классификации (десять лучших)
(по Х.Р. Квон и Е.А. Силва [161])

№	Теория	Пять лучших областей исследований	Три лучших опубликованных года	Относится к
1	Теория нейронных сетей (Hebb, 1949 [143])	Информатика, инженерия, математика, системы автоматического управления и робототехника	2017, 2016 и 2015 гг.	Моделирование
2	Теория обучения с подкреплением (Thorndike, 1898 [233])	Информатика, инженерия, системы автоматического управления, математика и робототехника	2017, 2016 и 2015 гг.	Обучение и кондиционирование
3	Теория игр (Von Neumann and Morgenstern, 1944 [190])	Математика, информатика, инженерия, экономика бизнеса и телекоммуникации	2016, 2015 и 2017 годы	Моделирование
4	Теория запланированного поведения (I. Ajzen, 1985 [69])	Психология, поведенческие науки, медицинские науки, общественная гигиена окружающей среды и социальные науки, другие темы	2015, 2017 и 2016 гг.	Отношение и субъективная норма
5	Теория коллективного действия (Olson, 1965 [194]; Ostrom, 1997 [195])	Государственное право, экономика бизнеса, государственное управление, другие социальные науки и социология	2016, 2015 и 2017 годы	Учреждения

Окончание таблицы 2

№	Теория	Пять лучших областей исследований	Три лучших опубликованных года	Относится к
6	Теория транзакционных издержек (Coase, 1937 [96])	Экономика бизнеса, инженерия, информатика, государственное управление и наука об управлении исследованиями операций	2015, 2016 и 2013 гг.	Учреждения
7	Теория дисконтирования с задержкой (Mazur, 1987 [178])	поведенческие науки, психология, нейронауки, неврология, психиатрия и токсикология	2017, 2016 и 2015 гг.	Психологическая дистанция
8	Теория подталкивания (Thaler and Sunstein, 2008 [229])	Экономика бизнеса, государственное управление, общественная гигиена окружающей среды, научные технологии, другие темы и социальные науки, другие темы	2017, 2016 и 2015 гг.	Стратегии
9	Теория принятия решений (Knight, 1921 [158])	Математика, экономика бизнеса, информатика, инженерия и социальные науки, другие темы	2016, 2015 и 2013 гг.	Рациональность и полезность
10	Коннекционизм (Thorndike, 1898 [233])	Информатика, психология, науки о поведении, нейробиология, неврология и инженерия	2000, 2003 и 2002 гг.	Обучение и кондиционирование

Анализ данных позволяет оценить в какой мере эти теории использовались в академическом мире в последние годы и в каких областях исследований. Некоторые области исследований могут быть очень широкими в отношении типов поведения, с которыми они имеют дело. Например, психология может иметь дело с разнообразным поведением от личности до агрессивного поведения, а социология может иметь дело с поведением от злоупотребления психоактивными веществами до антиобщественного поведения. Многие темы являются междисциплинарными и часто включают несколько областей исследований. Три самые популярные теории по количеству поисковых запросов: теория нейронных сетей, теория обучения с подкреплением. Семь ведущих областей исследований из шестидесяти двух теорий: «экономика бизнеса (41)», «информатика (37)», «психология (30), «инженерия (26)», «науки о поведении (25)», «математика (22)» и «другие социальные науки (16)».

4.2. Анализ классификаций поведенческих теорий

Х.Р. Квон и Е.А. Силва в своем исследовании [161, с. 161–179] справедливо отмечают, что подробная классификация поведенческих теорий может быть очень полезна исследователям, чтобы определить, какие теории можно использовать для различных типов поведения, различных исследовательских вопросов, а также чтобы понять, какие типы данных требуются исследования.

Так, Р. Дэвис (R. Davis) и соавт. [102, с. 323–344] и М. Шлютер (M. Schlüter) и соавт. [210, с. 21–35] предложили два типа поведения в отношении здоровья: индивидуальное и иногда межличностное (например, способности и мотивация) и более широкое социальное и экологическое (например, контекст, подобный сообществу). При такой классификации вполне вероятно, что теории психологии и экономики сосредоточатся на первом, а теории социологии – на втором.

Другая группировка может состоять из индивидуального и группового, коллективного или социального поведения (Р. Дэвис (R. Davis) [102, с. 323–344]; Дж. Моррис (J. Morris) [186]; М. Шлютер (M. Schlüter) [210, с. Р. 21–35]). В дальнейшем рамки исследований могут быть расширены, и будут включать также непреднамеренное поведение, которое привлекает все большее внимание во

многих областях, например, непреднамеренное коллективное поведение, сложности, связанные с процессами самоорганизации (С. Миттал (S. Mittal) и Дж.Л. Риско-Мартин (J.L. Risco-Martin) [184, с. 127–150]).

В свою очередь, анализируя поведение в отношении здоровья, С. Мии (S. Michie) и соавт. [180, с. 26–33] разделили 33 психологические поведенческие теории на три группы: мотивационную (теории, объясняющие поведение людей, у которых еще не сформировалось намерение), действие (теории, объясняющие поведение тех, кто мотивирован на изменение) и организационную (теории, объясняющие изменения на социальном и системном уровне).

Для моделирования социально-экологических систем М. Шлютер (M. Schlüter) и соавт. [210, с. 21–35] вывели шесть поведенческих теорий, предложив структуру с пятью элементами: восприятие, оценка, выбор, состояние и предполагаемые варианты поведения.

Х.Р. Квон (H.R. Kwon) и Е.А. Силва (E.A. Silva) [161, с. 161–179] разделили 62 теории, которые выделили на основе ключевых публикаций, на четыре группы в зависимости от их направленности:

- 1) факторы, влияющие на намерение или мотивацию (семнадцать факторов);
- 2) стратегии, влияющие на намерение или мотивацию;
- 3) обучение и обусловливание, которое может изменить реакцию или решение;
- 4) подход к моделированию, который может представить реакцию или решение.

Первая группа фокусируется на факторах, влияющих на процесс принятия решений внутри человеческого мозга. Теории психологии имеют тенденцию сосредотачиваться на более субъективных и личных факторах, таких как отношение, субъективная норма, психологическая дистанция, апелляция к страху, убеждения и ценности, причины, интерес и удовлетворение, вероятности, риск и эвристика, а также конфликтующие интересы (например, У. Фидлер (K. Fiedler) [120, с. 101–106]; К.Дж. ван Рипер (C.J. van Van Riper) и Дж.Т. Кайл (G.T. Kyle) [204, с. 288–297]; Д. Уэбб (D. Webb) и соавт. [239, с. 59–66]; Д. Канеман (D. Kahneman) [151, с. 1449–1475]), в то время как социологические теории, как правило, сосредотачиваются на социальном взаимодействии (например, Б. Латур (B. Latour) [164]). С другой стороны, теории экономики, бизнеса,

менеджмента и финансов, как правило, сосредотачиваются на несколько более объективных и неличных факторах, таких как различные интересы, институты, рациональность и полезность, воображаемый сценарий, ответственность и внешняя среда (например, К.Ф. Юэнь (K.F. Yuen) и соавт. [244, с. 18–35]; Э.В.К. Цанг (E.W.K. Tsang) [234, с. 999–1011]; Ф. Монжен (P. Mongin) [185]). Существует разница между дисциплинами, из которых берут свое начало теории, и дисциплинами, в которых они используются чаще всего. Например, теория перспектив является одной из основных теорий, используемых в поведенческой экономике или в общих вопросах городского и экологического планирования, однако ее основатели Д. Канемана (D. Kahneman) и А. Тверски (A. Tversky) [152, с. 263–291] являются психологами. На самом деле, анализ, проведенный Х.Р. Квон (H.R. Kwon) и Е.А. Силва (E.A. Silva) [161, с. 161–179], показал, что огромное количество областей исследований поведенческой экономики в значительной степени связано с применением психологических теорий к экономике, таких как теория перспектив (например, Р. Дасгупта (R. Dasgupta) [101, с. 103–126]), теория дисконтирования с задержкой и теория когнитивного диссонанса (например, Р. Лааядж (R. Laajaaj) [162, с. 187–208]), теория концептуального уровня (К. Фидлер (K. Fiedler) [120, с. 101–106]), теория поведенческих решений (например, А. Мортон (A. Morton) и Б. Фасоло (B. Fasolo) [187, с. 268–275]) и теория поведенческих рассуждений (например, М.К. Клоди (M.C. Claudy), М. Петерсон (M. Peterson) и Э. О'Дрисколл (A. O'Driscoll) [94, с. 273–287]).

Вторая группа фокусируется на стратегиях вмешательства, направленных на изменение поведения, и широко используется в государственной политике для воздействия на проэкологическое и просоциальное поведение, в частности, теория подталкивания (например, Ш. Абдукадилов (S. Abdulkadirov) [67]) и теория поведенческих вторичных эффектов (например, Н. Нэш (N. Nash) и соавт. [189, с. 1–20]) и управление бизнесом для влияния на поведение потребителей, сотрудников и бизнеса, например, теория поведенческого прайминга (например, Э. Минтон (E.A. Minton), Т. Беттина Корнуэлл (T. Bettina Cornwell), Линн Р. Кале (L.R. Kahle) [183, с. 309–321]) и распространение теории инноваций (например,

К. Вольске (K.S. Wolske), П.С. Стерн (P.C. Stern), Т. Дитц (T. Dietz) [243, с. 134–51]).

Третья группа касается теорий обучения и обусловленности из психологии, которые в последнее время широко применяются в информатике для тем искусственного интеллекта и машинного обучения (например, Э.Ф. Эртугрул (Ö.F. Ertuğrul) и М. Таглюк (M.E. Tağluk) [114, с. 3921–3939]; Дж. А. Марсан (G.A. Marsan), Н. Белломо (N. Bellomo), Л. Гибелли (L. Gibelli) [171, с. 1051–1093]).

Наконец, четвертая группа фокусируется на моделировании процессов реагирования и принятия решений и включает больше математических элементов по сравнению с другими группами (например, Д.С. Хусто (D.S. Justo) и соавт. [148, с. 483–493]; И.Х. Мартинес-Мояно (I.J. Martinez-Moyano) [173, с. 1–27]). Такие теории моделирования используются в областях компьютерных наук и нейронауки, в большей степени для таких методов моделирования, как машинное обучение, агентное моделирование, динамический сетевой анализ и микромоделирование (например, Х. Хашана (K. Khashanan), Т. Алсулейман (T. Alsulaiman) [156, с. 530–554]; Дж. П. Спенсер (J.P. Spencer) и соавт. [221, с. 339–362]). Эти теории включены в число теорий поведения, потому что, хотя они и не дают прямого объяснения того, как работает поведение, они помогают моделировать и понимать процесс реагирования или принятия решений и являются важными теориями, которые могут связать поведенческий подход с подходами, основанными на аналитике больших данных.

Теории всех четырех групп можно комбинировать для применения в практике моделирования.

Помимо рассмотренных оснований для классификации Х.Р. Квон и Е.А. Силва [161, с. 161–179] предлагают и другие.

Например, с точки зрения области применения. Такие теории, как теория игр и теория принятия решений, гораздо шире по своему охвату по сравнению с более конкретными теориями, такими, как теория оптимального налогообложения. Такие теории с большим охватом, как правило, имеют подтеории, например, теорию когнитивных иерархий можно рассматривать как подтеорию теории игр.

Кроме того, генеалогическое древо теорий может быть идентифицировано. Многие теории имеют развивающийся характер, и новые теории часто возникают путем добавления нового элемента

или точки зрения к существующей теории. Например, большинство теорий обучения и обусловливания восходят к классической теории обусловливания И.П. Павлова [198]. Теория запланированного поведения – это теория, которая добавила концепцию воспринимаемого поведенческого контроля к существующей теории обоснованного действия (И. Айзен (I. Ajzen) [70, с. 179–211]; Э. Аджей (E. Adjei), Р. Беренс (R. Behrens) [68, с. 55–69]). Кроме того, можно утверждать, что теория общих ресурсов уходит корнями в теорию коллективных действий. Кроме того, многие теории, такие как поведенческая теория принятия решений и поведенческая теория игр, являются добавлением поведенческих элементов к существующим теориям. В области планирования многие из этих поведенческих теорий связаны с развитием теорий планирования, например, рациональной теории планирования и ее критики (например, А. Фалуди (A. Faludi) [116]; Ф. Аллмендингер (P. Allmendinger) [74]; Дж. Форестер (J. Forester) [122, с. 23–31]).

Имеются также пересекающиеся концепции среди теорий. Теории одного и того же генеалогического древа по своей сути разделяют некоторые ключевые концепции. Даже теории, которые разрабатывались независимо в разных дисциплинах, часто разделяют некоторые ключевые концепции, такие как социальная норма, воспринимаемый поведенческий контроль, ограниченная рациональность, полезность, убеждения, ценности, эвристика и предвзятость. Это может помочь определить возможные зависимости между теориями, когда в модели используется комбинация нескольких теорий.

Теории можно также классифицировать в зависимости от областей исследований, тем и типов поведения, к которым они применяются. Но многие теории более активно применяются не в тех дисциплинах, в рамках которых они изначально появились. Например, хотя теория перспектив была основана психологами, она в основном применяется в поведенческой экономике, а нейронные сети и теория обучения с подкреплением в основном применяются в компьютерных науках и технике.

Классификация типов поведения важна, потому что на разные типы поведения влияют разные переменные. Например, в то время как поведение потребителей может в значительной степени зависеть от привычек или эмоциональных состояний, на поведение в защиту окружающей среды могут больше влиять убеждения или рефлексивные мыслительные процессы.

Глава 5. СТАТИСТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ НАУЧНЫХ ПУБЛИКАЦИЙ В ОБЛАСТИ ПОВЕДЕНЧЕСКОЙ ЭКОНОМИКИ

Поведенческая экономика и поведение потребителей все чаще становятся темами научных публикаций. В продолжение обзора теоретических аспектов данной проблемы мы проанализировали частоту упоминания данных словосочетаний в качестве ключевых слов в публикациях, представленных в единой библиографической и реферативной базе данных рецензируемой научной литературы Scopus, Google Scholar, а также в научной электронной библиотеке eLIBRARY.RU. Для этого был использован количественный (алгоритмический) анализ источников на основе ключевых слов [43, с. 7–43].

Результат поиска Scopus по ключевым словам «behavioral economics» показывает 18065 статей (на 04.12.2022) [211] (рис. 3). Первая публикация датируется 1954 г., это статья К.В. Карп «Economics and the behavioral sciences» [154, с. 205–225].

Кроме того, вышло 5287 вспомогательных документов и было зарегистрировано 3740 патентов.

Результаты поиска в научной электронной библиотеке eLIBRARY.RU по запросу с ключевыми словами «поведенческая экономика» выдают 11 145 результатов.



Рис. 3. Распределение публикаций с ключевыми словами «behavioral economics» в базе данных Scopus по годам

Анализ данных, представленных на рисунке 4, показывает, что подавляющее большинство публикаций с ключевыми словами «behavioral economics» выходит в США.

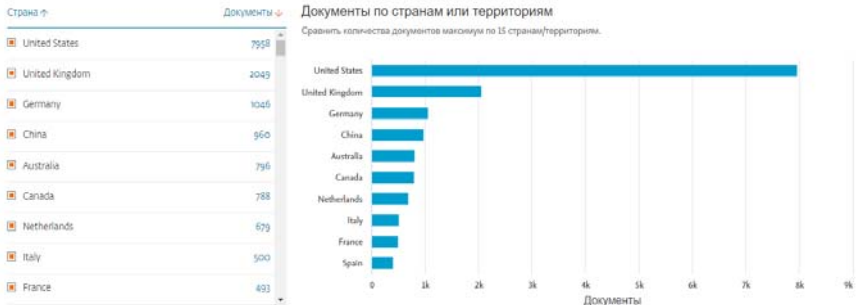


Рис. 4. Распределение публикаций с ключевыми словами «behavioral economics» в базе данных Scopus по странам

Эти результаты подтверждают данные об организациях, которые чаще других публикуют исследования с ключевыми словами «behavioral economics» (рис. 5).



Рис. 5. Распределение публикаций с ключевыми словами «behavioral economics» в базе данных Scopus по организациям

С заметным отрывом лидирует Пенсильванский университет (University of Pennsylvania) (США), опубликовавший 337 работ по рассматриваемой тематике.

В Гарвардском университете (Harvard University) (США) вышло 203 работы.

На третьем месте Университетский колледж Лондона (University College London) (Великобритания) с 193 публикациями.

Далее Медицинская школа Перельмана Пенсильванского университета (University of Pennsylvania Perelman School of Medicine) (США), 172 публикации и Медицинская школа Гарварда (Harvard Medical School) (США), 171 публикация.

Наиболее цитируемые авторы: Дж.Дж Мерфи (J.G. Murphy) (Университет Мемфиса (University of Memphis), США) (95 публикаций), В.К. Бикель (W.K. Bickel) (Политехнический институт и государственный университет Вирджинии (Virginia Polytechnic Institute and State University), США) (87), Дж. МакКиллоп (J. MacKillop) (Университет Макмастера (McMaster University), Канада) (76), К.Г. Волпп (K.G. Volpp) (Пенсильванский университет (University of Pennsylvania), США) (65), Д.Д. Рид (Reed D.D.) (Университет Канзаса (University of Kansas), США) (59) (рис. 6).

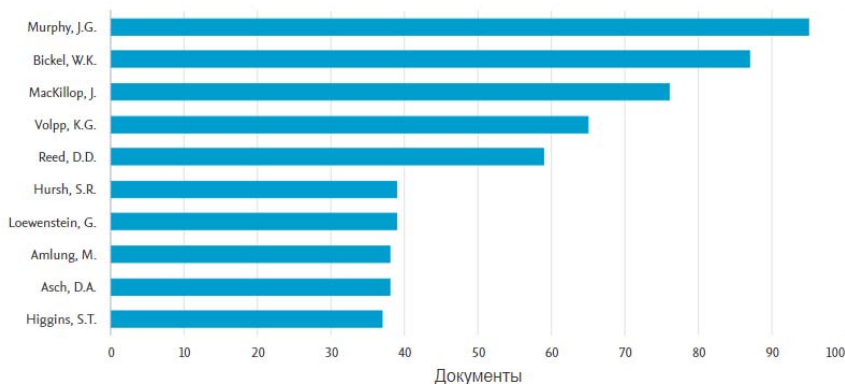


Рис. 6. Распределение публикаций с ключевыми словами «behavioral economics» в базе данных Scopus по авторам

Исследования этих и других авторов касаются различных сфер применения поведенческой экономики и относятся к различным отраслям знаний.

Так, Дж.Дж Мерфи (J.G. Murphy) и соавт. в одной из статей, которая вышла в 2022 г. [129, с. 2816–2825] обобщает результаты перспективного когортного исследования, посвященного прогнозированию еженедельных объемов потребления алкоголя, а также по-

следствий, связанных с употреблением алкоголя, и критериев расстройства, связанного с потреблением алкоголя DSM-5. Еще в одной статье Дж.Дж Мерфи (J.G. Murphy) и соавт. анализируют связь между поведенческим экономическим спросом и различными последствиями употребления алкоголя, а также изучают, происходят ли изменения в спросе после кратковременного вмешательства алкоголя, и предсказывает ли это изменение последствия употребления алкоголя в долгосрочной перспективе. Другие исследования автора связаны, в частности, с воздействием употребления алкоголя, табака, запрещенных препаратов, с психическим здоровьем населения, стрессом, зависимостями. Исследует автор и социальные вопросы: жестокое обращение, употребление спиртных напитков в колледжах.

В.К. Бикель (W.K. Bickel) и соавторы [125, с. S214–S222] исследуют взаимосвязь ограничительной политики в отношении электронных сигарет на вероятное увеличение закупок из незаконных источников. Другие работы этого автора также посвящены исследованию рынка табачных изделий [126, с. 415–423]. В своем исследовании [98, с. 500–506] В.К. Бикель (W.K. Bickel) и соавторы показывают, что воображаемые нарративы, связанные с внезапным экономическим дефицитом, приводят к увеличению ставок дисконтирования в связи с задержкой. В статье [97, с. 692–700] обобщаются результаты исследования отношения между дисконтированием задержки, тяжестью боли и COVID-19 воспринимаемым стрессом у людей с хронической болью. Пандемия коронавирусной болезни 2019 года (COVID-19) представляет собой всемирную угрозу здоровью населения, которая существенно затронула Соединенные Штаты. Пандемия создает целый ряд рисков для здоровья, включая стрессовые нарушения в социальной и экономической деятельности. Понимание последствий пандемии для уже уязвимых групп населения, таких как люди с хронической болью, может помочь в подготовке здравоохранения к будущим катастрофическим событиям.

Проблемы курения [77, с. 111555], употребления психоактивных веществ [160, с. 303], последствий пандемии COVID-19 [132, с. 665–672] и др. с точки зрения поведенческой экономики поднимаются в публикациях Дж. МакКиллопа (J. MacKillop).

Пандемия коронавируса вызвала целую волну исследований, экспериментов и, как следствие, большое число публикаций. Так, еще

один широко цитируемый автор, К.Г. Волпп (K.G. Volpp) с соавторами, в числе которых Р. Тайлер (R.H. Thaler), провели исследование роли лотерей, нацеленных на географию, в качестве мотивационного фактора для взрослых филаделфийцев на получение вакцины COVID-19 [181, с. 1515–1524], а также оценке эффективности общеамериканских программ стимулирования программ вакцинации COVID-19 [232]; также было проведено исследование системы уведомлений Google и Apple (ENS), которая была разработана в начале пандемии COVID-19, чтобы дополнить существующие усилия по отслеживанию контактов [106]. Автор исследует и другие вопросы, связанные с вакцинацией, с коронавирусом, экономикой медицины, организацией медицинского обслуживания и др.

Д.Д. Рид (Reed D.D.) исследует спрос на алкоголь, табачные изделия и другие товары [247, с. 105789]. Темой исследований Д.Д. Рид (Reed D.D.) также является дисконтирование с задержкой важности – поведенческий экономический индекс импульсивных предпочтений в отношении меньших немедленных или больших вознаграждений с задержкой, который, по мнению автора, является трансдиагностическим процессом в зависимости от состояния здоровья. Исследования Д.Д. Рид (Reed D.D.) показывают, что некоторые психические расстройства связаны с различиями в дисконтировании по сравнению с контрольной группой, но также сообщалось о нулевых результатах [76, с. 1176–1186].

В России по данным Scopus вышло 214 публикаций начиная с 2003 года (рис. 7, 8) [211].

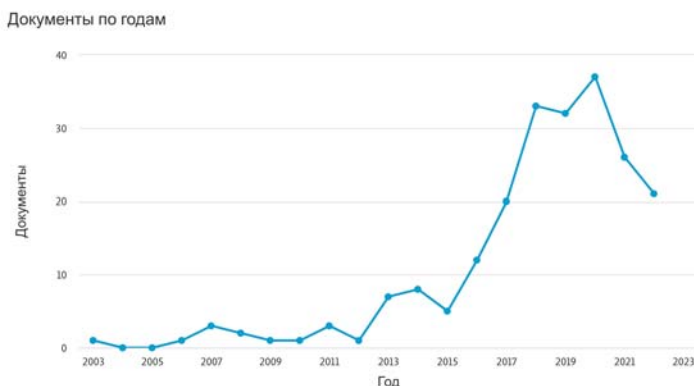


Рис. 7. Количество публикаций с ключевыми словами «behavioral economics» в базе данных Scopus, вышедших в России

Как видно из данных, представленных на рисунке 7, более активно начали появляться публикации начиная с 2015 г. Тем не менее, количество публикаций несопоставимо мало по сравнению с мировыми тенденциями на усиление интереса к данной тематике.

В разрезе отдельных организаций статистика публикаций представлена на рисунке 8.

Документы по организациям

Сравнить количества документов максимум по 15 организациям.

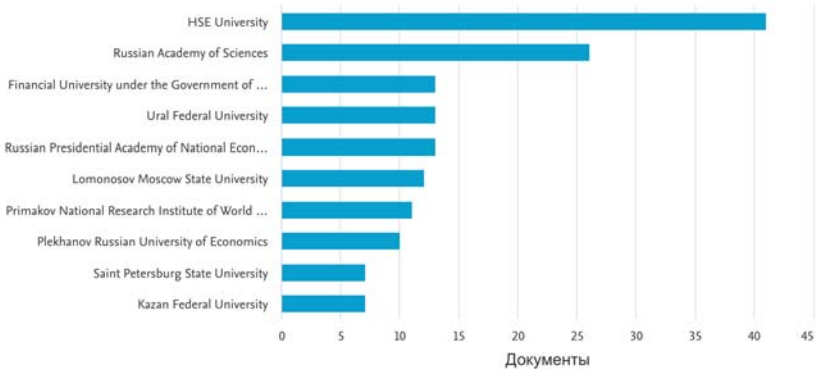


Рис. 8. Количество публикаций с ключевыми словами «behavioral economics» в базе данных Scopus, вышедших в России, по организациям

Как видно из данных, представленных на рисунке 8, наибольшее количество публикаций с ключевыми словами «behavioral economics» вышло в НИУ РЭШ и в Академии наук РФ.

Наиболее цитируемыми авторами являются А.А. Тарасов, Г.А. Агарков, В.А. Кокшаров, О.Р. Меньшикова, В.В. Волчик (рис. 9).

Документы по авторам

Сравнить количества документов максимум по 15 авторам.

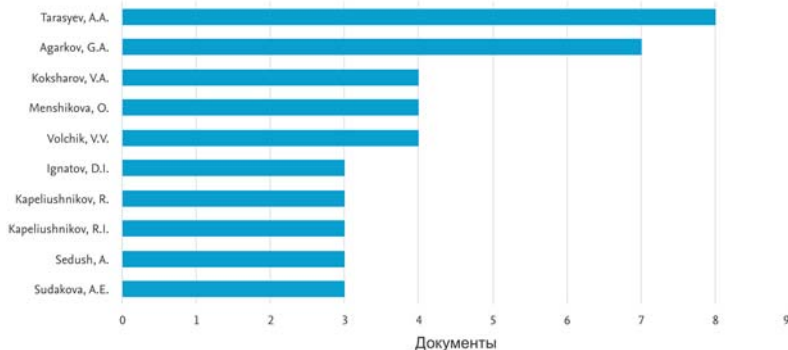


Рис. 9. Количество публикаций с ключевыми словами «behavioral economics» в базе данных Scopus, вышедших в России, по авторам

А.А. Тарасов в своих публикациях затрагивает проблемы экономического роста, устойчивого развития, защиты прав потребителей, экономической безопасности, инвестиционной привлекательности и др.

Г.А. Агарков проводит исследования в области устойчивого развития, инвестиционной привлекательности, деятельности агропромышленного комплекса, экономического роста, защиты прав потребителей, экономической безопасности и др.

А.А. Тарасов и Г.А. Агарков в соавторстве с другими авторами часто обращаются к теме высшего образования и его связи с рынком труда

В статье [226, с. 511–516.] А.А. Тарасов, Г.А. Агарков и соавт. анализируют комплекс экономических факторов, влияющих на решение студента об изменении образовательного пути. Для описания экономических мотивов человека путем изменения образовательного пути авторы разработали математическую экономическую модель оптимизации и протестировали ее на реальных данных более чем на 5,3 тысячи студентов. Согласно полученным данным, главным образом, выбор образовательного пути рациональным индивидуумом определяется экономическими мотивами и его

знаниями относительно ожидаемого уровня доходов после окончания школы. Тема места высшего образования в целом и комплектов образовательных программ в частности в новых условиях рынка образовательных услуг с учетом трансформации современной экономики продолжена А.А. Тарасовым и Г.А. Агарковым в ряде других работ. В статье «Modeling the Choice of an Optimal Educational Trajectory in the Conditions of Digital Transformation of the Economy» [227, с. 382–387] А.А. Тарасов и соавт. поднимают вопрос оптимизации подбора студентов по необходимым для рынка областям, предлагая для этого следующие инструменты: определение ценностных ориентиров и стимулов для абитуриентов в процессе выбора программ бакалавриата и прием соискателей степени магистра, проявивших склонность к профессиональной деятельности в области бакалавриата. При этом используется метод исследования, сочетающий в себе модель, основанную на агентах, с эконометрическим моделированием для определения максимальной ожидаемой заработной платы после окончания школы. Первый этап моделирования предполагает использование эконометрической модели для адаптации образовательных траекторий студентов к их предпочтениям. На втором этапе моделирования используется агентная модель, которая позволяет определить поведение студентов в рамках общей выборки. Для определения вероятности изменения образовательной траектории студентом была разработана нечеткая логическая модель.

Изменения в тенденциях рынка труда в связи с цифровым преобразованием экономики, изменениями в уровне безработицы, переходом профессиональных групп на дистанционный формат работы в связи с внешней необходимостью изоляции для минимизации распространения Covid-19, которые стали следствием пандемии, также нашли отражение в работах А.А. Тарасова и Г.А. Агаркова. Неопределенность условий развития рынка труда, а также изменения в уровне безработицы среди молодежи трудоспособного населения вызвали, по мнению автора, появление различных форм нестабильной занятости, наличие высоких социальных рисков, необходимость разработки механизмов повышения уровня защиты населения, обеспечения роста благосостояния молодежи и формирования политики энергосбережения, направленной, в частности,

на инновационное развитие экономики труда, определили актуальность разработки набора моделей для прогнозирования прекаризации рынка труда. Для описания динамики развития рынка труда была построена модель оценки рисков для молодых специалистов из ключевых секторов экономики, которые попадают в прекариат во время пандемии. На основе положений теории позиционных игр и поведенческой экономики разработана многофакторная динамическая модель для прогнозирования профессиональной мобильности и прекаризации рынка труда, учитывая выполнение условий равновесия Нэша. Модель позволяет отслеживать и прогнозировать профессиональную мобильность квалифицированной молодежи в зависимости от интенсивности рынка труда, уровня заработной платы и степени цифровой зрелости компаний региона [225, с. 388–393].

Область научных интересов В.А. Кокшарова включает научное сотрудничество, вопросы высшего образования, в т.ч. университетский рейтинг, финансирование высшего образования, плата за обучение и др. Автор поднимает проблему усиления вертикальной дифференциации российского высшего образования, анализирует меры изоляции и их экономические последствия для различных типов университетов, а также возможные пути и конкретные соображения для расширения межучрежденческого сотрудничества и привлечения заинтересованных сторон к развитию университетов [159]. Среди публикаций В.А. Кокшарова имеются совместные с А.А. Тарасовым и Г.А. Агарковым – все указанные авторы являются сотрудниками Уральского Федерального университета (Екатеринбург).

В большинстве публикаций, связанных с «behavioral economics», были определены ключевые слова. В таблице 3 показаны наиболее часто используемые слова наряду «behavioral economics», например, «behavioral AND economics AND Economics» и т.д. В следующей первые 50 наиболее часто используемых ключевых слов.

Таблица 3

Наиболее часто используемые ключевые слова в публикациях, связанных с «behavioral economics»

№	Ключевые слова		Количество публикаций	№	Ключевые слова		Количество публикаций
1	2	3	4	5	6	7	8
1	Economics	Экономика	7,895	26	Organization And Management	Организация и управление	856
2	Human	Человеческий	6,694	27	Motivation	Мотивация	831
3	Humans	Люди	5,894	28	Financial Management	Финансовое управление	830
4	Article	Статья	5081	29	Randomized Controlled Trial	Рандомизированное контролируемое исследование	825
5	Behavioral Economics	Поведенческая экономика	3,821	30	Methodology	Методика	726
6	Female	Женский	3,078	31	Economics, Behavioral	Экономика, Поведенческий	716
7	Male	Мужской	3,028	32	Child	Ребенок	667
8	Adult	Взрослый	2,544	33	Health Care Delivery	Медицинское обслуживание	644
9	Behavioral Research	Поведенческие исследования	2,395	34	Human Experiment	Человеческий эксперимент	641

Продолжение таблицы 3

1	2	3	4	5	6	7	8
10	United States	Соединенные Штаты	2,384	35	Cost Effectiveness Analysis	Анализ эффективности затрат	637
11	Decision Making	Принятие решений	2,259	36	Behavioural Economics	Поведенческая экономика	617
12	Controlled Study	Контролируемое исследование	1,771	37	Ethics	Этичность	617
13	Priority Journal	Журнал приоритетов	1,612	38	Behavior	Поведение	614
14	Psychology	Психология	1,341	39	Socioeconomics	Социоэкономика	594
15	Middle Aged	Средний возраст	1,303	40	Clinical Trial	Клиническое испытание	587
16	Cost Benefit Analysis	Анализ затрат и выгод	1,100	41	Health Insurance	Медицинское страхование	580
17	Major Clinical Study	Основное клиническое исследование	1,049	42	Health Care Policy	Политика в области здравоохранения	575
18	Adolescent	Подросток	1,042	43	Questionnaire	Вопросник	560
19	Health Care Cost	Стоимость медицинского обслуживания	1,037	44	Treatment Outcome	Результат лечения	539
20	Procedures	Процедуры	997	45	Health Behavior	Поведение человека	528

Окончание таблицы 3

<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>	<i>7</i>	<i>8</i>
21	Biomedical And Behavioral Research	Биомедицинские и поведенческие исследования	982	46	Commerce	Коммерция	518
22	Cost-Benefit Analysis	Анализ затрат и результатов	925	47	Animals	Животные	515
23	Review	Обзор	924	48	Mental Health Service	Служба охраны психического здоровья	502
24	Aged	Пожилой	917	49	Government	Правительство	496
25	Young Adult	Молодой взрослый	909	50	Risk Assessment	Оценка риска	484

Как видим, ключевые слова «поведенческая экономика» присутствуют в исследованиях по совершенно разным направлениям. Об этом можно судить по тем ключевым словам, которые представлены в результатах поисковых запросов. Проанализируем отрасли знания, в исследованиях по которым используется понятие «поведенческая экономика» (рис. 10): медицина, общественные науки, экономика, эконометрика и финансы, бизнес управление и бухгалтерский учет, компьютерные науки – именно в этих отраслях науки чаще проводятся исследования, в которых упоминается поведенческая экономика.

Потребительское поведение – еще одно понятие, которые мы рассматриваем в своем исследовании.

Результат поиска Scopus по ключевым словам «consumer behavior» показывает 96 893 публикации на 06.12.2022. Причем первая публикация датируется 1927 г. [108, с. 405–440] (рис. 11).

Анализ данных, представленных на рисунке 11, позволяет условно выделить несколько периодов изучения потребительского поведения: с момента первых зарегистрированных в базе публикаций до 1970-х гг., затем до конца XX века и уже после 2000 г. существенный рост интереса к данной теме.

Чаще вопросы потребительского поведения исследуются в США (рис. 12).

Ведущими организациями являются (рисунок 13): Университет Сиднея (The University of Sydney) (Австралия), Вагенингенский университет и научно-исследовательский центр (Wageningen University & Research) (Нидерланды), Университет Миннесоты (University of Minnesota Twin Cities) (США), Университет Квинсленда (The University of Queensland) (Австралия), Университет Пенсильвании (University of Pennsylvania) (США).

Наиболее публикуемые авторы (рис. 14): В. Вербеке (W. Verbeke), Г. Фоксалл (G.R. Foxall), Г. Арес (G. Ares), Д. Хэммонд (D. Hammond).



Рис. 10. Распределение публикаций с ключевыми словами «behavioral economics» в базе данных Scopus по отрасли знаний

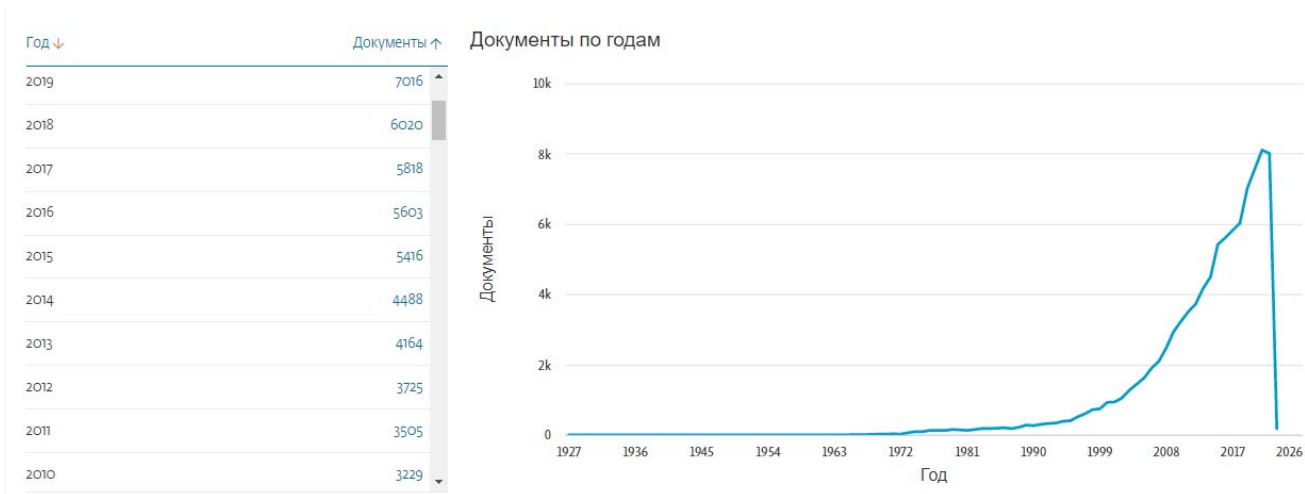


Рис. 11. Распределение публикаций с ключевыми словами «consumer behavior» в базе данных Scopus по годам

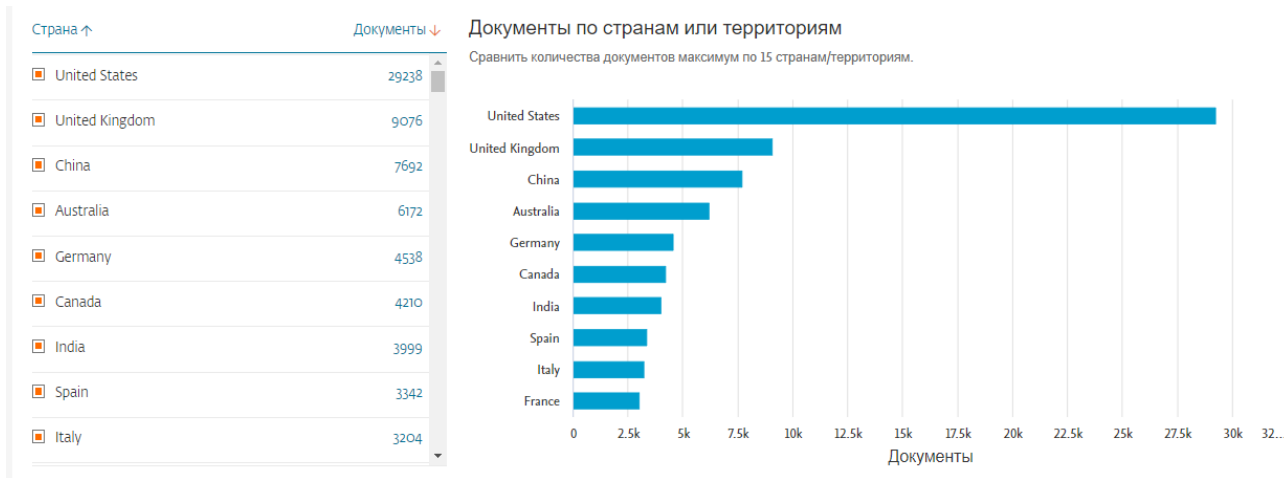


Рис. 12. Распределение публикаций с ключевыми словами «consumer behavior» в базе данных Scopus по странам

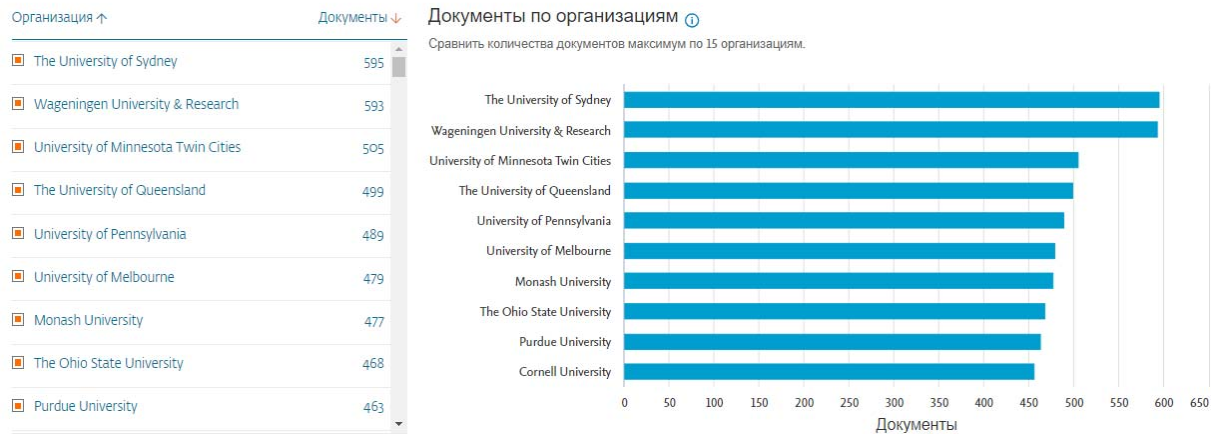


Рис. 13. Распределение публикаций с ключевыми словами «consumer behavior» в базе данных Scopus по организациям

Автор ↑	Документы ↓
Verbeke, W.	125
Foxall, G.R.	103
Ares, G.	85
Hammond, D.	82
Mattila, A.S.	73
Siegrist, M.	73
Grunert, K.G.	72
Laroche, M.	69
Hercberg, S.	63

Документы по авторам

Сравнить количества документов максимум по 15 авторам.

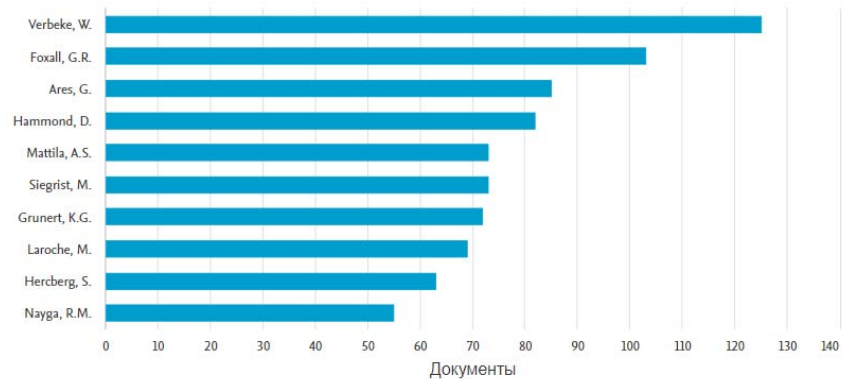


Рис. 14. Распределение публикаций с ключевыми словами «consumer behavior» в базе данных Scopus по авторам

В. Вербеке (W. Verbeke) исследует поведение потребителей и потребление отдельных продуктов, в частности, мяса – натурального и культивируемого, пищевые предпочтения, предпочтения в отношении торговых марок, национальных производителей, особенности фермерских рынков и другие вопросы [236].

Г. Фоксалл (G.R. Foxall), в частности, проводит исследования на тему: какие показатели благосостояния стран определяют влияние маркетинговых инвестиций на финансовые результаты корпораций [200, с. 2941–2954]. Исследует причины отказа от вакцины, который, по мнению автора, вознаграждается «информационным подкреплением», ведущим к повышенному возбуждению, наряду с повышением самооценки в результате «отклонения тенденции», утверждения о «превосходстве» понимания и «племенной идентичности» в нарушение социальных норм. Эти факторы дают общее вознаграждение, равное удовлетворению, которое перевешивает хорошо известные последствия инфекций COVID-19 [87].

Г. Арес (G. Ares) и соавт., в частности, провели интересное исследование, в котором анализировали влияние подсветки текста на восприятие потребителями содержание текста, которое им соответственно нравится и не нравится. Было установлено, что потребители подходят к тексту, в котором основное внимание уделяется поставленной задаче, логически и систематически, и результаты, как было показано, позволяют получить представление об отношении к основной теме, которая соответствует ожиданиям. Опираясь на ранние успехи в исследовании освещения текста, было очевидным шагом к тому, чтобы попытаться распространить его на приложения в продуктовых исследованиях, которые играют центральную роль в сенсорно-потребительских исследованиях [146]. В другой статье анализируется распространенность и убедительная сила цифрового маркетинга ультра-обработанных продуктов. Автор проводит анализ содержания постов Instagram ультра-обработанных продуктов через объектив эвристико-систематической модели и оценку влияния содержания постов на взаимодействия пользователей [138].

По данным Scopus в России опубликовано 794 статьи с ключевыми словами «consumer behavior» (рис. 15). Начиная с 2011 г. заметен существенный рост числа публикаций.

Наибольшее количество публикаций с ключевыми словами «consumer behavior» также, как и с ключевыми словами «behavioral economics» вышло в НИУ РЭШ и в Академии наук РФ (рис. 16).

Наиболее цитируемые авторы: Е.В. Носкова и И.М. Романова, Дальневосточный федеральный университет, Е.В. Забелина, Челябинский федеральный университет (рис. 17).

Таким образом, российские авторы в своих исследованиях используют различные теории модели и методы поведенческой экономики, проблемы потребительского поведения также поднимаются в отечественных исследованиях. Можем предположить, что разработка данных направлений получит в дальнейшем все большее развитие.

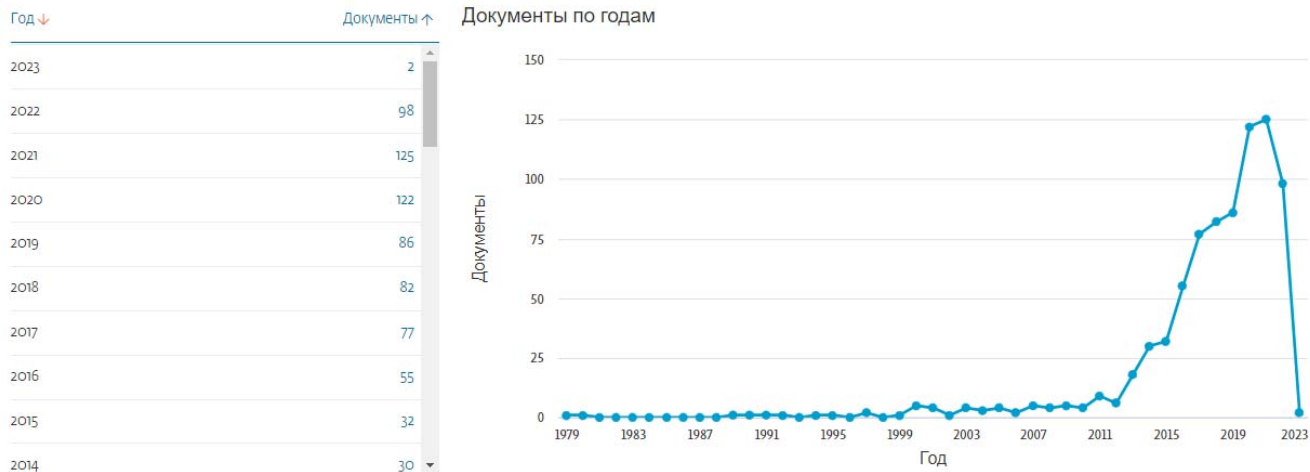


Рис. 15. Распределение публикаций с ключевыми словами «consumer behavior» в базе данных Scopus по годам в России

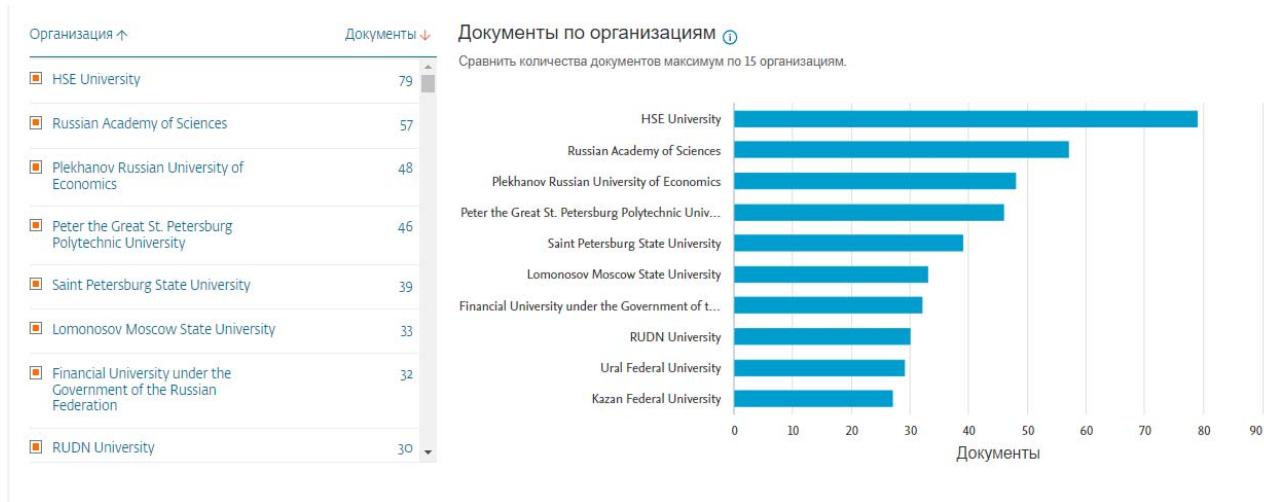


Рис. 16. Количество публикаций с ключевыми словами «consumer behavior» в базе данных Scopus, вышедших в России, по организациям



Рис. 17. Количество публикаций с ключевыми словами «consumer behavior» в базе данных Scopus, вышедших в России, по авторам

Глава 6. ПРАКТИЧЕСКИЙ ОПЫТ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ДОСТИЖЕНИЙ ПОВЕДЕНЧЕСКОЙ ЭКОНОМИКИ КАК ОСНОВЫ ДЛЯ РАЗРАБОТКИ ПРОТОТИПА СИСТЕМЫ ОЦЕНКИ ЭМОЦИОНАЛЬНОГО СОСТОЯНИЯ ЧЕЛОВЕКА НА ОСНОВЕ ТЕХНОЛОГИЙ ГИБРИДНОГО ИНТЕЛЛЕКТА ДЛЯ ПЛАТФОРМЫ РАЗВИТИЯ ЭМОЦИОНАЛЬНОГО ИНТЕЛЛЕКТА И SOFT SKILLS SKILLFOLIO

Ценность поведенческой экономики в ее прикладном характере. Эксперименты, проводимые в рамках поведенческой экономики, позволяют объяснить действия экономических субъектов и их мотивы. И все чаще это становится основой для конкретных прикладных разработок. Говоря о когнитивно-психологических детерминантах потребительского поведения (глава 2), мы называли, в том числе и те, которые связаны с эмоциями. Кроме того, как отмечает ряд исследователей, эмоциональное состояние влияет на особенности экономического выбора [91, с. 1211–1254]. Именно изучение эмоционального состояния человека, отдельных его составляющих представляется весьма актуальным направлением поведенческой экономики.

Достижения поведенческой экономики наряду с достижениями других отраслей знаний о человеке и его поведении все чаще используются при разработке приложений, которые призваны привести к позитивным изменениям в поведении (например, похудеть, бросить курить, выучить новый язык или сократить количество отходов) [241, с. 102449]. Такие приложения называют приложениями для изменения поведения, потому что они были явно разработаны для содействия изменению поведения и поддержания [144, с. 3307–3316]. Приложения для изменения поведения используют множество стратегий для изменения поведения пользователя.

Имеются исследования, которые показывают, что более 100 000 приложений для здоровья доступны по всему миру для смартфонов; самые популярные приложения предназначены для физических упражнений, диеты и управления весом, а 500 миллионов пользователей используют мобильные приложения для здоровья [109, с. e012447]. Причина такого роста очевидна: смартфоны

широко распространены и предоставляют уникальную возможность охватить широкую аудиторию пользователей. Кроме того, приложения для изменения поведения все чаще используются в программах укрепления здоровья на основе приложений, что могло способствовать их распространению [166, с. 2838].

Как утверждают в своем исследовании Г. Вильялобос-Суньиго (G. Villalobos-Zúñiga) и М. Черубини (M. Cherubini), психологические теории могут предложить новые возможности для дизайнеров и выявить новые области исследований исследователям. Психологические теории могут определять характеристики, которыми приложения для изменения поведения должны обладать для поддержки вмешательств по изменению поведения [241, с. 102449].

Так, например, Социальная когнитивная теория (или SCT) [80, с. 23–28], Теория планируемого поведения (или TPB) [69, с. 11–39], Транстеоретическая модель (или ТТМ) [201, с. 390], Модель убеждения в здоровье (или НВМ) [207, с. 354–386] – сосредоточены на *наблюдаемом поведении*: они предсказывают, могут ли люди совершать целевые действия (например, выполнять физическую активность, регулярно пить чистую воду) на основе различных конструкций (конструкции являются основными детерминантами или механизмами, которые теория постулирует для влияния на поведение) [144, с. 3307–3316]. Многие конструкции перечисленных теорий связаны с *мотивацией*, которая побуждает людей к действию. В этих теориях концепция мотивации является унитарной концепцией.

Эти и другие теории используются в качестве основы для разработки различных приложений. Одним из важных навыков человека является эмоциональный интеллект. Исследованием эмоционального интеллекта занимается, в частности, «SkillFolio» – цифровой университет диагностики и развития EQ и SOFT SKILLS [217]. Цифровая платформа SkillFolio выступает в качестве инструмента для работы психологов, педагогов и HR-специалистов, используется для целей самоопределения, эмоционального развития и развития гибких компетенций. Компания «SkillFolio» является участником фонда «Сколково».

Программы диагностики и развития SOFT SKILLS: эмоциональный интеллект, работа в команде, коммуникация, креативное,

критическое, системное и цифровое мышление. Целевой аудиторией продукта являются частные пользователи, компании и образовательные организации. Skillfolio – платформа для развития эмоционального интеллекта и навыков XXI века. Преимуществами являются полностью автоматизированный процесс диагностики и динамически изменяемая персонализированная траектория обучения, а также непрерывный мониторинг эмоционального состояния пользователя при помощи фитнес-трекеров.

Основными этапами при использовании платформы является следующее:

- диагностика гибких навыков;
- составление цифрового профиля навыков и компетенций;
- составление персональной траектории обучения на основе искусственного интеллекта;
- мониторинг обучения, отслеживание прогресса и динамическая корректировка траектории обучения;
- тьюторский доступ.

В основе данной системы лежит методика измерения уровня эмоционального интеллекта (EQ) В. Шиманской.

Эмоциональный интеллект (ЭИ) – это качественная система навыков и умений, включающая в себя восприятие, переработку информации и реагирование на эту информацию с учетом эмоционального фактора. Качественное соединение эмоциональных и умственных процессов помогает повысить эффективность реакций и действий. Человек с высокоразвитым эмоциональным интеллектом вернее воспринимает реальность и находит максимально адекватные и эффективные пути реагирования на нее и взаимодействия с ней [133; 134; 175–177].

Для изучения данного конструкта В. Шиманской предложена модель, в которой выделены ключевые драйверы эмоционального интеллекта: Осознанность, Самооценка, Мотивация, Адаптивность. Эта модель предполагает, что взаимодействие с информацией, с самим собой и окружающим миром строится в зависимости от степени развития этих драйверов. Они не являются неизменными и могут быть развиты. Для более наглядного представления на рисунке 18 предложена схема – основной двухмерный график модели.



Рис. 18. Основной двухмерный график модели

Модель В. Шиманской была также описана математически как площадь изображенной фигуры, таким образом, было получено количественное определение эмоционального интеллекта (ЭИ). Данный параметр в 1988 г. Рувенем Бар-Оном был определен как коэффициент эмоционального интеллекта EQ [81; 179].

Зависимость между измеряемыми величинами может быть нелинейной, поэтому площадь указанного многоугольника равна сумме интегралов функций $A(C)$, $A(S)$, $M(C)$ и $M(S)$ соответственно.

$$EQ = \int_0^C AdC + \int_0^S AdS + \int_0^S MdS + \int_0^C MdC \quad (1)$$

Однако для удобства вычислений и ввиду условного представления измеряемых величин отличаем от линейной зависимости можно пренебречь. Поэтому, как видно из графика (рис.1), EQ представляет собой сумму площадей треугольников $C0A$, $A0S$, $S0M$ и $M0C$.

$$EQ = \frac{1}{2}AC + \frac{1}{2}AS + \frac{1}{2}MS + \frac{1}{2}MC \quad (2)$$

Если произвести простые преобразования полученной формулы, то она примет вид:

$$EQ = \frac{1}{2}A(C + S) + \frac{1}{2}M(C + S),$$
$$EQ = \frac{1}{2}(A + M)(C + S), \quad (3)$$

Данное математическое выражение является формулой для вычисления уровня ЭИ индивидуума по текущему срезу его личностных характеристик.

Важно отметить, что эмоциональный интеллект не существует отдельно от интеллекта и профессиональных навыков. А описанная выше модель выступает составной частью профессионально-эмоционального профиля личности РЕРР. И хотя на взаимодействие РQ (уровень профессионального развития) и EQ обращают внимание многие исследователи, это первая модель, которая наглядно показала данное взаимодействие. Коэффициент эмоционального интеллекта EQ и коэффициент профессионализма РQ не только не конфликтуют друг с другом, но и не могут быть определены отдельно или приоритетно относительно друг друга. EQ является очевидной базой, без достаточного развития которой использование РQ индивидуума не может осуществляться эффективно. То же справедливо и для взаимодействия EQ и IQ (коэффициент интеллекта), и эффективное применение ресурсов интеллектуальных способностей в социуме сопряжено с уровнем ЭИ.

Количественное определение профессионально-эмоционального профиля личности РЕРР равно объему пирамиды, в основании которой лежит четырехугольник, определяющий коэффициент эмоционального интеллекта EQ, а высота которой – профессиональное развитие и умственный коэффициент индивидуума РQ. И чем больше «объем пирамиды», формирующийся из платформы основания EQ и вертикального вектора РQ, тем больше внутреннее пространство реализуемого потенциала обследуемого. Для наглядной демонстрации рисунке 19 предложено графическое трехмерное изображение модели на.

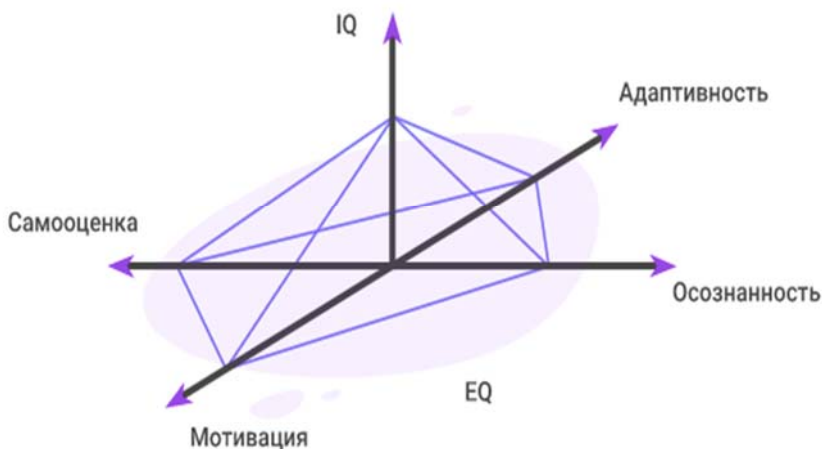


Рис. 19. Трёхмерный график модели

На основе этой модели разработана методика измерения уровня ЭИ в виде личностного теста, позволяющая построить эмоционально-личностный профиль обследуемого.

Опросник состоит из 96 утверждений (рис. 4), описывающих 4 драйвера (каждый из которых включает в себя 4 навыка) и степень их развития у человека. Таким образом, участнику предлагается 96 утверждений, с которыми он может согласиться либо не согласиться. Всего в профиле результатов 16 навыков. Каждый из 16 навыков оценивается через 6 вопросов. Таким образом, каждая из характеристик: Осознанность, Самооценка, Мотивация и Адаптивность – получают совокупную оценку по 24 утверждениям.

Каждый драйвер также образован 4 навыками:

- осознанность – умение осознавать свои мысли, чувства, эмоции и поведение;
- самооценка – принятие, асертивность, позитивное восприятие мира и решительность;
- мотивация – открытость новому, целеполагание, переживание неудач, стремление к самоактуализации и детерминации;
- адаптивность – эмпатия, стрессоустойчивость, принятие решений и коммуникабельность.

Утверждения представляются в случайном порядке. Утверждения составлены таким образом, чтобы были как прямые, так и обратные высказывания. Т.е. есть утверждения, положительный ответ на которые, приносит бал, а есть утверждения, отрицательный ответ на которые, дает бал. Это повышает достоверность ответов.

Таким образом, формируется профиль из 16 навыков. Эти навыки становятся теми рычагами, которые позволяют индивидууму развивать свой эмоциональный интеллект и занимать желаемое место среди своего окружения.

Формирование каждого из этих навыков способствует совершенствованию драйвера в целом. Практика показывает, что навыки улучшают друг друга: совершенствование одного навыка влечет за собой совершенствование других – смежных навыков.

Кроме того, эмоциональный интеллект и интеллект существуют неразрывно друг от друга. Эмоциональный интеллект является составляющей интеллектуально-эмоционального профиля личности. И хотя на взаимодействие IQ и EQ обращают внимание многие исследователи, это первая модель, которая наглядно показала данное взаимодействие. EQ является очевидной базой, без достаточного развития которой использование IQ индивидуума не может осуществляться эффективно.

Данная методика является средством диагностики, отбора, адаптации целого спектра личностных и эмоциональных характеристик. В сфере бизнеса эта процедура может применяться для решения практических задач

- по профориентации и реализации программ, смежных со сферой образования;
- в рамках реализации различных программ подбора, адаптации и поддержки персонала, для сохранения ценных сотрудников;
- для оптимизации рабочего процесса и повышения эффективности его результатов;
- для решения вопросов о повышении квалификации кадров, их переквалификации и возможности получения дополнительного образования в смежной области или области, которую компания собирается развивать в перспективе;
- для подготовки сотрудников к участию и ведению встреч как внутри компании, так и за ее пределами;
- в практике психологов и психотерапевтов.

Также в индивидуальном порядке ее можно применять как средство самопознания и саморазвития.

По завершении диагностической процедуры на экран выводятся схемы, отражающие оценки по всем измеряемым параметрам (рисунок 20). Выделяются высокоразвитые характеристики и также маркируются отстающие параметры. Все результаты прокомментированы.



Рис. 20. Результаты теста ЭИ

Показатель EQ до 31 – соответствует низкому развитию ЭИ (эмоциональный интеллект).

Показатель EQ от 32 до 43 – соответствует среднему низкому развитию ЭИ.

Показатели EQ от 44 до 51 – соответствует среднему развитию ЭИ.

Показатели EQ от 52 до 68 – соответствует высокому среднему ЭИ.

Показатели от 69 до 79 – соответствует высокому ЭИ.

Показатели свыше 80 – соответствуют очень высокому развитию ЭИ.

Можно говорить о том, что показатель в 50 – соответствует среднему уровню развития ЭИ.

Кроме того, специалистами SkillFolio был разработан еще один диагностический инструмент – Методика оценки уровня развития мягких навыков (soft skills) – для определения уровня сформированности системного, критического, креативного мышления, коммуникации, кооперация, эмоционального интеллекта и сетевой грамотности. Все описанные характеристики являются метапредметными навыками (soft-skills) или навыками будущего, или гибкими навыками, или надпрофессиональными компетенциями.

Системное мышление – способность к целостному восприятию предметов и явлений, умение видеть множественные связи между элементами и объединять их в нечто единое или же, наоборот, делить системы на составные части. Возможность замечать закономерности системы и ее изменение во времени и пространстве.

Критическое мышление – способность осмысливать факты, ясно и четко формировать вопросы и проблемы, собирать всю необходимую информацию для более эффективной работы, принимать осознанные, взвешенные решения, проверять предложенные идеи на надежность и соответствие их критериям и стандартам.

Креативное мышление – способность нестандартно мыслить и принимать решения, используя творческий потенциал, что позволяет находить неординарные решения и создавать новое.

Коммуникация – способность к установлению и поддержанию межличностных связей, контактов. Она предполагает умение поддерживать разговор, общаться свободно, договариваться с людьми различных возрастных групп.

Кооперация – это умение хорошо координировать команды, собирать, структурировать и использовать поступающую информацию для решения задач. Способность технично организовать процесс отбора и обработки большого количества входящей информации. Возможность ставить разные виды целей, делить задачи на подзадачи и делегировать их, расставляя приоритеты.

Эмоциональный интеллект – это способность человека правильно интерпретировать свои и чужие эмоции, а также управлять ими для решения производственных задач и эффективного взаимодействия с обществом. Другими словами, то, как мы воспринимаем информацию, какое придаем значение словам, событиям и какой способ реагирования выбираем, зависит от уровня развития эмоционального интеллекта.

Сетевая грамотность – хорошая адаптивность к цифровой среде, грамотное использование цифровых инструментов и технологий. Возможность обрабатывать большие массивы данных, выделяя из них главное. Умение использовать Интернет, как место для совместной работы и образования, а не только для общения и развлечений.

Участнику тестирования предлагают вспомнить ситуацию из своего опыта и выбрать наиболее подходящий вариант ответа: нет/иногда/ да.

Расчет баллов производится в соответствии с специально разработанным ключом. На основе баллов строится индивидуальный профиль, отражающий структуру вклада каждого навыка в индивидуальное поведение человека, и определяется ведущий метапредметный навык (имеющий наибольший вес в профиле).

Данная методика является средством определения и описания личностных компетенций. В сфере бизнеса она может быть применена для решения практических задач

- по профориентации и реализации программ, смежных со сферой образования;
- в рамках реализации различных программ подбора, адаптации и поддержки персонала, для сохранения ценных сотрудников;
- для оптимизации рабочего процесса и повышения эффективности его результатов;
- для решения вопросов о повышении квалификации кадров, их переквалификации и возможности получения дополнительного образования в смежной области или области, которую компания собирается развивать в перспективе;
- для подготовки сотрудников к участию и ведению встреч как внутри компании, так и за ее пределами.

Также в индивидуальном порядке ее можно использовать как средство самопознания и саморазвития.

Обратную связь участник получает сразу по прохождении тестирования. По завершении диагностической процедуры на экран выводится индивидуальный профиль выраженности метапредметных компетенций с пояснениями к нему. Также предоставляются рекомендации по развитию данных умений и возможные стратегии роста.

Помимо оценки, обучения, психологической помощи и других услуг, SkillFolio предлагает полностью автоматизированный процесс диагностики и динамически изменяемую персонализированную траекторию обучения, а также непрерывный мониторинг эмоционального состояния пользователя при помощи фитнес-треке-

ров. Специалистами SkillFolio разрабатывается мобильное приложение для отслеживания и коррекции психоэмоционального состояния на основании физических показателей с фитнес-браслета.

Прототип системы оценки эмоционального состояния человека на основе технологий гибридного интеллекта предназначен для:

- анализа эмоционального состояния человека;
- прогнозирования стресса и эмоционального выгорания;
- построения персональной траектории развития эмоционального интеллекта человека с помощью оптимального алгоритма рекомендаций образовательного контента – для повышения эффективности обучения человека;
- повышения личной эффективности человека за счет снижения влияния эмоционального выгорания и стресса на профессиональную деятельность.

Пользователями прототипа могут быть:

- частные лица, заинтересованные в развитии эмоционального интеллекта и повышения личной и профессиональной эффективности;
- компании, заинтересованные в оценке эмоционального состояния своих сотрудников для улучшения эмоционального климата в трудовом коллективе и оценки текущей способности человека выполнять определенные виды работ, связанные с общением с людьми (в частности, продажи, преподавательская деятельность).

Данная система позволяет:

- анализировать эмоциональное состояние человека;
- прогнозировать стресс и эмоциональное выгорание;
- выдавать рекомендации по регуляции эмоционального состояния, работе со стрессом, развитию эмоциональной сферы человека.

Прототип системы оценки эмоционального состояния человека на основе технологий гибридного интеллекта позволит обеспечивать выполнение функций по выявлению и присвоению численных метрик для эмоциональных состояний человека по следующим параметрам:

- креативное, творческое состояние;
- аналитическое, системное, критическое мышление;
- эмоциональный интеллект: эмпатия, понимание эмоций;

- цифровое мышление: ориентация в киберпространстве, способность к цифровому сотрудничеству, открытость к новому в сфере технологий;

- межличностное взаимодействие: коммуникация и кооперация;

- общее эмоциональное состояние: спокойствие, радость, фрустрация.

Прототип системы оценки эмоционального состояния человека на основе технологий гибридного интеллекта позволит обеспечивать выполнение функций по выдаче рекомендаций по регуляции эмоционального состояния, построения персональной траектории развития эмоционального интеллекта человека.

Прототип системы позволит обеспечивать выполнение следующих вспомогательных функций:

- ведение репозитория для сбора и структурированного хранения информации по пользователям системы (таких как имя пользователя, идентификационная информация, пользователя, контактные данные, пол, возраст, а также другая информация, необходимая оценки эмоционального состояния, история оценок эмоционального и психофизического состояния пользователя, история выданных рекомендаций, история пройденных занятий и др.;

- ведение репозитория паттернов психофизиологических состояний человек;

- ведение репозитория обучающих курсов, материалов;

- снятие, передачи и хранения психофизиологических данных пользователя с различных мобильных устройств;

- взаимодействие с пользователем с использованием интерфейса на различных мобильных устройствах.

Система БОС (биологическая обратная связь) доказала, что человек способен влиять и корректировать свое состояние, если может его осознать. В предлагаемом SkillFolio мобильном приложении используются формы обнаружения эмоций через измерение изменений в речевых паттернах и мониторинг биомаркеров, таких как вариабельность сердечного ритма, для измерения уровня стресса.

В результатах пользователь будет видеть:

- эмоциональное состояние человека в реальном времени;

- интенсивность и валентность переживаемого эмоционального состояния;
- актуальный уровень стресса и рекомендации по работе с этим состоянием;
- актуальный уровень утомления;
- анализ динамики эмоциональных состояний за день/неделю/месяц/год;
- анализ динамики стресса и утомления за день/неделю/месяц/год;
- сопоставление уровня стресса и геолокации;
- анализ и рекомендации по сну;
- баланс работы физиологических систем.

Программа включает несколько модулей. Так, модуль «Анализ данных» предназначен для анализа собранных данных о физиологическом состоянии пользователя и его активностей. Анализ данных производится при каждом обновлении значений показателя. Значение показателя вычисляется по разработанной формуле на основании значений других показателей (или исторических значений того же показателя). Вычисленное значение показателя должно сравниваться с нормативами с учетом пола и возрастной группы пользователя.

Модуль «Рекомендации» предназначен для формирования рекомендаций по улучшению психоэмоционального состояния пользователя на основе целей, поставленных пользователем, а также анализа показателей состояния пользователя. Рекомендации могут формироваться автоматически как на основе показателей состояния пользователя, так и вручную (рис. 21).

По мере достижения пользователем 100% выполнения рекомендаций и составляющих элементов выполняется учет наград: начисление баллов, присвоение достижений, аватаров, разблокировка дополнительного контента и прочее. Пользователю демонстрируется уведомление о награде и, дополнительно, демонстрация ролика, если он определен для награды.

Модуль «Задания» предназначен для формирования структуры целей, практик, заданий, предназначенных для улучшения психоэмоционального состояния пользователя, а также для фиксации хода выполнения заданий пользователем (рис. 22).

Модуль «Задания» реализует следующие функции.

1. Ведение справочника целей пользователей (пример: Я хочу быть уверенным в себе). Формирование для цели описания, медиаматериалов, наград за достижение, набора и последовательности практик для выполнения.

2. Ведение справочника практик (пример: Улучшение стрессоустойчивости). Формирование для практики описания, медиаматериалов, наград за достижение, набора и последовательности заданий для выполнения.

3. Ведение справочника заданий (пример: пройти тест, упражнение в релаксации, вести дневник, прочитать статью, посмотреть видеоматериал). Формирование для задания описания, текста задания, медиаматериалов, наград за достижение.

4. Фиксация хода выполнения заданий, практик, целей пользователем.

5. Учет наград пользователя (баллы, достижения, значки и пр.) за выполнение целей, практик, заданий.

Цель – формулировка желаемого результата активности пользователя. Цель должна иметь позитивное наименование, сопровождаться описанием или метаматериалом (роликом или видео). Цель может включать в себя одну или несколько последовательных практик. Достижение цели сопровождается наградой пользователю.

Задание – упражнение для самостоятельного выполнения пользователем, выполнение которого улучшает его психоэмоциональное состояние. Заданием может быть прохождение теста, чтение статьи, просмотр видеоматериала, сбор мнения окружающих и т.п. Для задания должна быть определена награда за выполнение.

Пользователь должен активировать (подтвердить принятие в работу) цель, практику или задание при получении их в составе рекомендации или при самостоятельном выборе. Цель, практика или задание после активации должны отображаться в списке незавершенных активностей пользователя. По таким активностям могут генерироваться напоминания пользователю. Пользователь также может досрочно (не достигнув 100% выполнения) деактивировать цель, практику или задание, тогда задание должно отображаться в списке завершенных, и напоминания по нему приходиться не может. В системе ведется учет выполнения целей, заданий, практик.

Обязательным модулем является «Справка и поддержка», который предназначен для ведения справочной системы приложения и управления обращениями пользователей в службу технической поддержки (СТП) (рис. 23).

В системе реализована возможность получения пользователем справки по функциям приложения, а также обращения пользователем в службу технической поддержки (СТП). Справка приложения организована с использованием иерархических разделов и подразделов, соответствующие функциям приложения, например, «Счета и оплата», «Задания» и т.п. Разделы и подразделы содержат статьи справочной системы.

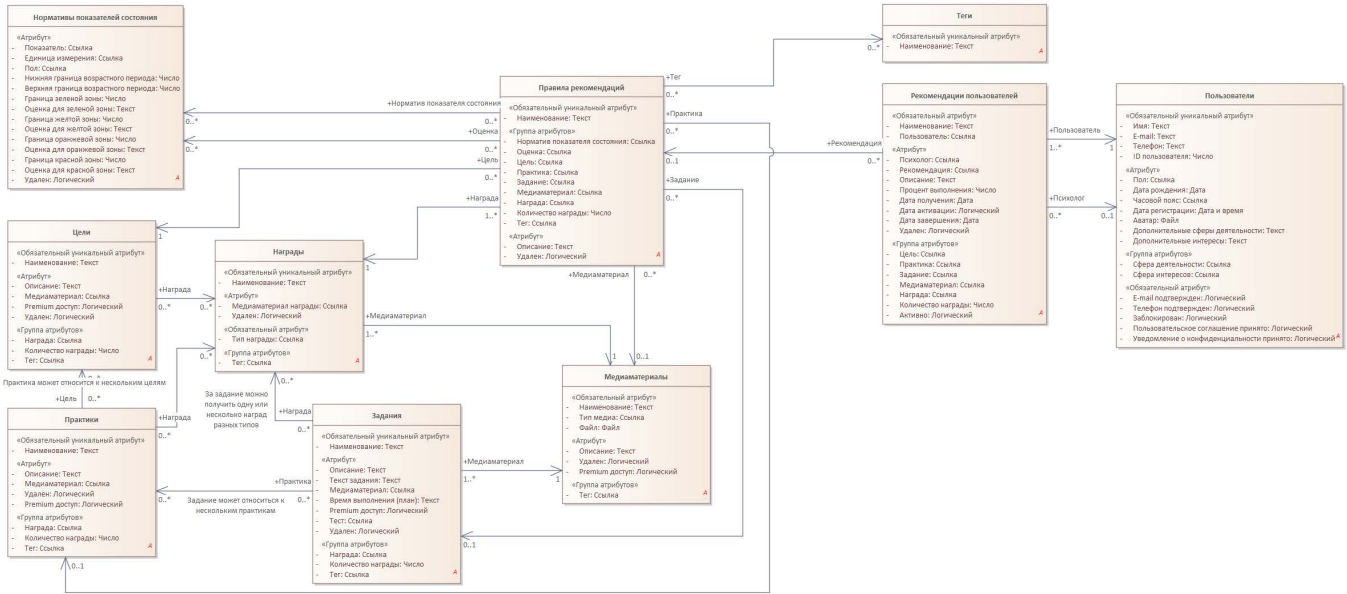


Рис. 21. Модуль «Рекомендации»

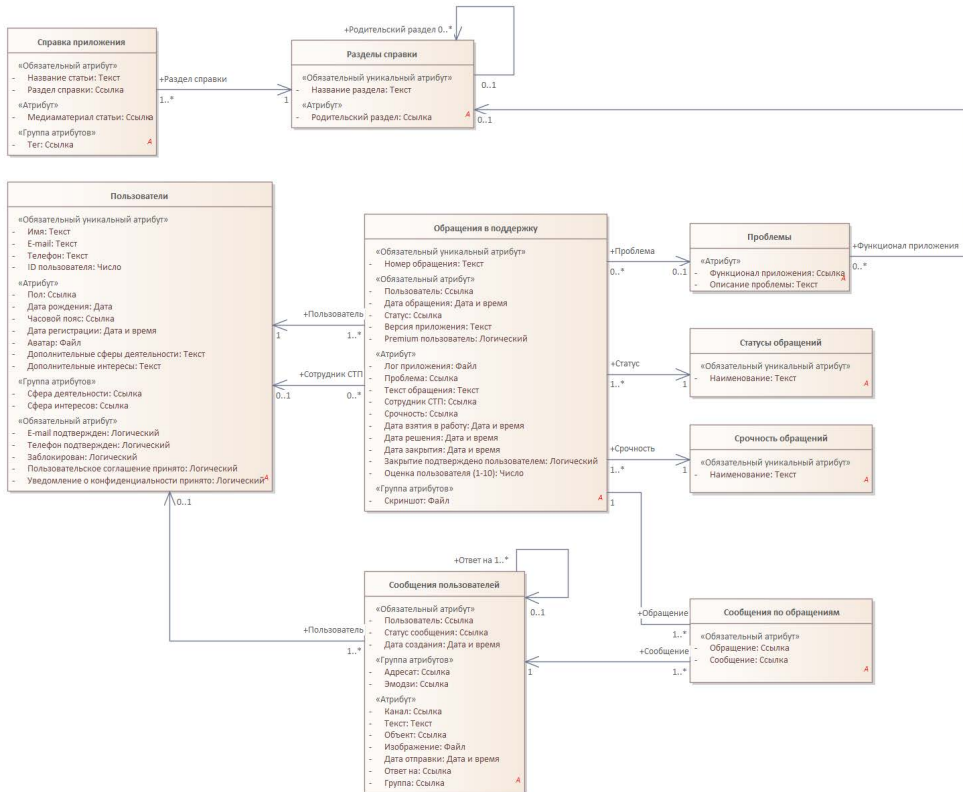


Рис. 23. Модуль «Справка и поддержка»

Заключение

На протяжении развития экономической мысли подходы к роли и месту индивидуума в экономических отношениях менялись.

Классическая экономическая теория исходит из предположения о том, что все экономические субъекты имеют свободный доступ к информации, а также способность к обработке этой информации и не совершают ошибок при анализе выгод и издержек при выборе решения, т.е. из представления о рациональной природе человека. Такой подход удобен для выстраивания общих экономических теорий, но реальность в отличие от теории не так идеальна, наличие отклонений может привести к неверным выводам и необратимым ошибкам в прогнозировании.

Поведенческая экономика доказывает иррациональность поведения человека при принятии экономических решений и показывает важность учета факторов экономической и психологической природы, а также ситуации, в которой эти решения принимаются, для прогнозирования поведения человека как субъекта экономических взаимоотношений. В условиях реальных экономических взаимоотношений даже рациональные по своей природе люди склонны действовать иррационально, в ущерб собственным долгосрочным интересам. Динамика ситуации приводит к изменению ответной реакции и в целом экономического поведения.

На выбор модели поведения помимо экономических факторов, оказывают влияние психологические: эмоции, чувства, привычки, когнитивные ограничения. Поведенческая экономика рассматривает все экономические явления с точки зрения психологии, рациональности/иррациональности и поведенческих механизмов.

Таким образом, поведенческая экономика близка нам, в первую очередь, тем, что во главу угла, а точнее на место объекта изучения она ставит человека. Возможно, именно это делает ее такой популярной не только и не столько в академической среде, сколько среди сопряженных научных сфер. Этот интерес выражается, в том числе в появлении в учебных заведениях отдельных программ и курсов, посвященных изучению поведенческой экономики. Множество публикаций в научных, научно-популярных и глянцевого изданиях, все большая популяризация работ исследователей первой волны (Д. Ариели, Д. Канеман, Дж. Катона, Р. Талер, А. Тверски и др.) дают ложное представление о том, что о поведенческой экономике все давно все знают.

Но сам факт того, что название «поведенческая экономика» все чаще упоминается как в научных исследованиях, так и в научно-популярной литературе, что при произнесении этих слов возникает ассоциативный ряд: Нобелевская премия, современная наука, ограниченная рациональность, подталкивание, патернализм и т.д. еще не делает поведенческую экономику наукой в академическом представлении.

Можно говорить о росте интереса к данному направлению, но в то же время следует констатировать отсутствие системности. Как любая достаточно новая дисциплина поведенческая экономика пока не получила академической, методологической поддержки в форме разработанной методологии, а также системы учебно-тематических планов и программ.

Поведенческая экономика как отрасль науки сложилась на рубеже XX и XXI веков, но публикации, посвященные особенностям поведения человека при принятии экономических решений, работы, в которых ставилась под сомнение рациональность экономического поведения человека и т.д. появились раньше (в ряде случаев – гораздо раньше). Тем не менее, уже в начале XXI века в экономической среде распространилось понимание возможности объединения психологии и классической экономической теории с целью изучения поведения реальных людей с экономической точки зрения [29].

Как отмечает С.М. Гуриев, экономика по меркам точных наук только преодолевает первые ступени развития. Она уже сформировалась как наука со своим аппаратом и методологией проверки гипотез, но пока не в состоянии ответить на самые важные из стоящих перед ней вопросов [21]. На наш взгляд, еще в более полной мере это относится к поведенческой экономике.

Особая ценность поведенческой экономики в ее прикладном характере. Результаты экспериментов поведенческой экономики позволяют разъяснить поведение экономических субъектов, что может быть использовано как в научных исследованиях, так и в реальной деятельности различных сфер экономики.

Но при этом имеется насущная необходимость в подведении серьезной методологической базы в качестве фундамента под дальнейшее развитие дисциплины поведенческой экономики. Представляется, что дальнейшие исследования должны вестись именно в этом направлении.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Австрийская школа в политической экономии [Текст] / К. Менгер, Е. Бем-Баверк, Ф. Визер, пер. с нем.; предисл., коммент., сост. В.С. Автономова. – М.: Экономика, 1992. – 496 с.
2. Автономов, В.С. Модель человека в экономической науке [Текст] / В.С. Автономов. – СПб.: Экономическая школа, 1998. – 232 с.
3. Акерлоф, Дж. Spiritus Animalis, или Как человеческая психология управляет экономикой и почему это важно для мирового капитализма / Дж. Акерлоф, Р. Шиллер; пер. с англ. Д. Прияткина; под научн. ред. А. Суворова; вступ. ст. С. Гуриева. – М.: Юнайтед Пресс, 2010. – 273 с.
4. Антонович, Ю.Н. Австрийская теория капитала и капитальных благ [Текст] / Ю.Н. Антонович // Посткризисный мир: глобализация, многополярность, модернизация, институты: материалы Международной научно-практической конференции (Ростов-на-Дону, 20–22 мая 2010 г.) / под ред. А.Ю. Архипова, Ю.М. Осипова, В.А. Алешина, В.Н. Овчинникова. – В 3 т. Т. 1. – М.: Вузовская книга, 2010. – С. 87–98.
5. Ариэли, Д. Предсказуемая иррациональность. Скрытые силы, определяющие наши решения / Д. Ариэли. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2010. – 296 с.
6. Беккер, Г.С. Человеческое поведение: экономический подход. Избранные труды по экономической теории [Текст] / Г.С. Беккер.; пер. с англ.; сост., науч. ред., послесл. Р.И. Капелюшников; предисл. М.И. Левин. – М., 2003. – 672 с.
7. Беликова, С.В. Поведенческие эффекты при формировании предпочтений экономического выбора хозяйствующего субъекта [Текст] / С.В. Беликова // Journal of economic regulation (Вопросы регулирования экономики). – 2017. – №1. – Vol. 8. – С. 26–34.
8. Благих, И.А. История экономических учений: учебник для академического бакалавриата [Текст] / И.А. Благих, А.Н. Дубянский; под ред. А.Н. Дубянского. – М.: Юрайт, 2019. – 611 с.
9. Блауг, М. Маржиналистская революция [Текст] / М. Блауг // Экономическая мысль в ретроспективе = Economic Theory in Retrospect. – М.: Дело, 2014. – С. 275–305.

10. Блауг, М. Госсен, Герман Генрих [Текст] / М. Блауг // 100 великих экономистов до Кейнса = Great Economists before Keynes: An introduction to the lives & works of one hundred great economists of the past. – СПб.: Экономикс, 2008. – 352 с.

11. Бодрийяр, Ж. Общество потребления. Его мифы и структуры [Текст] / Ж. Бодрийяр. – М.: Культурная революция; Республика, 2006. – 269 с.

12. Бодрийяр, Ж. Система вещей [Текст] / Ж. Бодрийяр. – М.: Руцимино, 1999. – 256 с.

13. Борисов, А.Ю. Поведенческая экономика как направление современной экономической мысли [Текст]: дис. ... канд. эк. Наук / А.Ю. Борисов. – М., 2018. – 175 с.

14. Брагинский, С.В. Политическая экономия: дискуссионные проблемы, пути обновления [Текст] / С.В. Брагинский, А.Я. Певзнер. – М., 1991. – 304 с.

15. Бурдые, П. Практический смысл [Текст] / П. Бурдые; под ред. Н.А. Шматко. – СПб.: Алетейя, 2001. – 562 с.

16. Бурдые, П. Различение: социальная критика суждения [Текст] / П. Бурдые; пер. с фр. О.И. Кирчик // Западная экономическая социология: Хрестоматия современной классики / сост. и науч. ред. В.В. Радаев; Пер. М.С. Добряковой и др. – М.: Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН), 2004. – 680 с.

17. Бьюкенен, Дж. Конституция экономической политики [Текст] / Дж. Бьюкенен // Вопросы экономики. – 1994. – №4. – С. 104–113.

18. Вебер, М. Класс, статус и партия [Текст] / М. Вебер // Социальная стратификация. – М.: ИНП РАН, 1992. – Вып. 1.

19. Веблен, Т. Теория праздного класса: The theory of the leisure class. An economic study of institutions [Текст] / Т. Веблен; пер. с англ., вступ. ст. и примеч. С.Г. Сорокиной; общ. ред. В.В. Мотылева. – М.: ЛИБРОКОМ, 2011. – 194 с.

20. Воронина, Л.А. Научные подходы и генезис методологии поведенческой экономики [Текст] / Л.А. Воронина, А.М. Шапошников // Экономика: теория и практика. – 2019. – № 3 (55). – С. 3–13.

21. Гуриев, С.М. Мифы экономики. Заблуждения и стереотипы, которые распространяют СМИ и политики [Текст] / С.М. Гуриев. – М., 2020. – 270 с.

22. Джевонс, У. Краткое сообщение об общей математической теории политической экономии [Текст] / У. Джевонс; под ред. В.М. Гальперина // Вехи экономической мысли. Теория потребительского поведения и спроса. – Т. 1. – СПб., 2000.

23. Зиммель, Г. Избранное. Том 2. Созерцание жизни [Текст] / Г. Зиммель. – М.: Юрист, 1996. – 607 с.

24. Злотников, А.Г. Социологическая составляющая концепций нобелевских лауреатов по экономике [Текст] / А.Г. Злотников // Наука и инновации. – 2018. – №4 (182). – С. 44–49.

25. Иванюков, И.И. Основные положения теории экономической политики с Адама Смита до настоящего времени [Текст] / И.И. Иванюков. – М.: Н.И. Мамонтов, 1881. – 208 с.

26. Ильин, В.И. Поведение потребителей [Текст] / В.И. Ильин. – М.: Питер, 2003. – 223 с.

27. Иноземцев, В.Л. Класс «интеллектуалов» в постиндустриальном обществе [Текст] / В.Л. Иноземцев // Социологические исследования. – 2000. – №6. – С. 67–77.

28. История экономических учений [Текст] / под ред. В.Д. Базилиевича. – В 2 ч. Ч. 1. – К., 2015. – 583 с.

29. Как поведенческая экономика меняет представление о человеке [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.hse.ru/news/edu/211223816.html>

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

31. Капелюшников, Р.И. Поведенческая экономика и новый патернализм / Р.И. Капелюшников. – М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2013. – 76 с.

32. Капелюшников, Р.И. Экономический подход Гэри Беккера к человеческому поведению [Текст] / Р.И. Капелюшников // США: экономика, политика, идеология. – 1993. – №11. – С. 17–32.

33. Китов, А.И. Психология хозяйственного управления [Текст] / А.И. Китов. – М.: Академия МВД, 1979. – 248 с.

34. Китов, А.И. Экономическая психология [Текст] / А.И. Китов. – М.: Экономика, 1987. – 304 с.

35. Комаровская, Н.В. Эволюция «homo economicus» / Н.В. Комаровская // Вестник МГИМО Университета. – 2016. – №46 (1). – С. 129–142.

36. Лейбенштайн, Х. Эффект присоединения к большинству, эффект сноба и эффект Веблена в теории покупательского спроса [Текст] / Х. Лейбенштайн; пер. с англ. И. Попович. В кн.: Вехи экономической мысли / сост. и общ. ред. В.М. Гальперина. – Т. 1. Теория потребительского поведения и спроса. – СПб., 1999. – С. 304–325.

37. Макконнелл, К.Р. Экономикс: Принципы, проблемы и политика [Текст] / К.Р. Макконнелл, С.Л. Брю; пер. с англ. – М.: Инфра-М, 2022. – 1152 с.

38. МакФадден, Д. Проблема экономического выбора / Мировая экономическая мысль. Сквозь призму веков / Д. МакФадден. – Т. 5. Кн. 2. – М., 2005. – 813 с.

39. Манахова, И.В. Поведенческая экономика: учеб. пособие для студентов специальности 38.05.01 Экономическая безопасность, специализация «Экономико-правовое обеспечение экономической безопасности» / И.В. Манахова. – Саратов: Саратовский социально-экономический институт (филиал) РЭУ им. Г.В. Плеханова, 2017. – 120 с.

40. Маршалл, А. Принципы экономической науки [Текст] / А. Маршалл. – Т. 1. – М., 1993. – 336 с.

41. Маршалл, А. Принципы политической экономии. [Текст] / А. Маршалл. – М.: Прогресс, 1983.

42. Миль, Дж.С. Основы политической экономии [Текст] / Дж.С. Миль. – Т. 1. – М.: Прогресс, 1980. – 496 с.

43. Моисеев, С.П. Отбор источников для систематического обзора литературы: сравнение экспертного и алгоритмического подходов [Текст] / С.П. Моисеев, Д.В. Мальцева // Социология: методология, методы, математическое моделирование. – 2018. – Т. 47. – С. 7–43.

44. Мэнкью, Н.Г. Принципы макроэкономики [Текст] / Н.Г. Мэнкью; пер. с англ. – СПб., 2004. – 736 с.

45. Олейнов, А.Г. Экономическая модель человека: от максимизации полезности к удовлетворению потребностей [Текст] / А.Г. Олейнов // Вестник МГИМО-Университета. – 2010. – №6. – С. 240–247.

46. Осипов, Ю.М. Философия хозяйства [Текст] / Ю.М. Осипов. – М.: Юристь, 2001. – 624 с.

47. Петренко, В.Ф. Основы психосемантики: учебное пособие для студ. вузов; Моск. гос. ун-т им. М.В. Ломоносова / В.Ф. Петренко. – М.: Эксмо, 2010. – 480 с.
48. Поведенческая экономика [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://epee.hse.ru/prov>
49. Рикардо, Д. Сочинения [Текст] / Д. Рикардо. – Т. 1. – М.: Политиздат, 1955. – 1544 с.
50. Роббинс, Л. Предмет экономической науки [Текст] / Л. Роббинс // THESIS. – 1993. – Вып. 1. – С. 10–23.
51. Саймон, Г. Рациональность как процесс и продукт мышления [Текст] / Г. Саймон // THESIS. – 1993. – Вып. 3. С. 16–38.
52. Самуэльсон, П.А. Экономика [Текст] / П.А. Самуэльсон, В.Д. Нордхаус. – М., 1997. – 800 с.
53. Смит, А. Исследование о природе и причинах богатства народов [Текст] / А. Смит. – М.: АСТ, 2019. – 1072 с.
54. Столяров, А.М. Становление концепции экономического человека: от классики до неоклассики [Текст] / А.М. Столяров // Проблемы современной экономики. – 2008. – №2 (26). – С. 20–21.
55. Талер, Р. Новая поведенческая экономика: почему люди нарушают правила традиционной экономики и как на этом заработать [Текст] / Р. Талер. – М.: Эксмо, 2018. – 550 с.
56. Тироль, Ж. Рынки и рыночная власть: теория организации промышленности [Текст] / Ж. Тироль; под ред. В.М. Гальперина, Н.А. Зенкевича; пер. с англ. Ю.М. Донца, М.Д. Факировой. – Т. 2. – СПб.: Экономическая школа, 2000. – 450 с.
57. Франк, Р.Х. Микроэкономика и поведение / Р.Х. Франк. – М.: Инфра-М, 2000. – 696 с.
58. Фрис, Я. Революция трудолюбия. Потребительское поведение и экономика домохозяйств с 1650 года до наших дней [Текст] / Я. Фрис. М.: Дело, 2016. – 464 с.
59. Чупров, А.И. Курс политической экономии [Текст] / А.И. Чупров. – М., 1918. – 352 с.
60. Шапошников, А.М. Влияние последствий пандемии коронавируса на потребительское поведение [Текст] / А.М. Шапошников // Друкерровский вестник. – 2021. – №1 (39). – С. 77–95.

61. Шульгин, М.В. Предпосылки становления психолого-экономического метода анализа поведения [Текст] / М.В. Шульгин // Известия Байкальского государственного университета. – 2013. – №2 (88). – С. 118–123.

62. Шульгин, М.В. Экономическое поведение в фокусе междисциплинарных исследований [Текст] / М.В. Шульгин // Вестник Иркутского государственного технического университета. – 2011. – №10 (57). – С. 266–270.

63. Шумпетер, Й.А. История экономического анализа. [Текст] / Й.А. Шумпетер; пер. с англ, под ред. В.С. Автономова – В 3 т. Т. 3. – СПб.: Экономическая школа, 2004. – 678 с.

64. Щербаков, И.В. Мотивация экономической деятельности в процессе эволюции хозяйственных систем [Текст] / И.В. Щербаков // Философия хозяйства. – 2015. – №3. – С. 112–121.

65. Яковлева, Е.А. Поведенческая экономика как область научного знания в современной экономической науке [Текст] / Е.А. Яковлева // Journal of economic regulation (Вопросы регулирования экономики). – 2014. – Т. 5. №2. – С. 62–69.

66. Ясинский, Ю.М. Новая информационно-поведенческая парадигма: конец равновесной теории или ее второе дыхание? [Текст] / Ю.М. Ясинский, А.О. Тихонов // Вопросы экономики. – 2007. – №7. – С. 35–58.

67. Abdulkadrirov, S. *Nudge Theory in Action. Behavioral Design in Policy and Markets. Palgrave Advances in Behavioural Economics* / S. Abdulkadrirov. – Basingstoke, United Kingdom: Palgrave, 2016.

68. Adjei, E. Travel Behaviour Change Theories and Experiments: A Review and Synthesis / E. Adjei, R Behrens // 31st Southern African Transport Conference (SATC 2012). – 2012. – №. July. – P. 55–69.

69. Ajzen, I. From Intentions to Actions: A Theory of Planned Behavior / I. Ajzen / In *Action Control: From Cognition to Behavior*, edited by Kuhl J., Beckmann J. – New York: Springer-Verlag, 1985. – P. 11–39.

70. Ajzen, I. Theory of Planned Behavior / I. Ajzen // *Organizational Behavior and Human Decision Processes*. – 1991. – №50 (2). – P. 179–211.

71. Akerlof, G.A. The Fair Wage-Effort Hypothesis and Unemployment / G.A., Akerlof, L.Y. Janet // *Quarterly Journal of Economics*. – 1990. – №105 (2). – P. 255–283.

72. Allais, M. Expected Utility Hypotheses and the Allais Paradox / M. Allais, O. Hagen. – Hingham, Mass.: D. Reidel Publishing. 1979.
73. Allais, M. Le comportement de l'homme rationnel devant le risque: critique des postulats et axiomes de l'école américaine / M. Allais // *Econometrica*. – 1953. – V. 21. №2. – P. 503–549.
74. Allmendinger, P. *Planning Theory*, 2nd ed. / P Allmendinger. – Basingstoke. United Kingdom: Palgrave Macmillan, 2009.
75. AminiLari, M. Benefits and Concerns regarding Use of Cannabis for Therapeutic Purposes Among People Living with Chronic Pain: A Qualitative Research Study / M. AminiLari [et al.] // *Pain medicine* (Malden, Mass.). – 2022. – №23(11). – P. 1828–1836.
76. Amlung, M. Delay Discounting as a Transdiagnostic Process in Psychiatric Disorders: A Meta-analysis / M. Amlung [et al.] // *JAMA Psychiatry*. – 2019. – V. 76 (11). – P. 1176–1186.
77. Amlung, M. Neuroeconomic predictors of smoking cessation outcomes: A preliminary study of delay discounting in treatment-seeking adult smokers / M. Amlung [et al.] // *Psychiatry Research - Neuroimaging*. – 2022. – №327. – P. 111555.
78. Arrow. The Types of Social Choice. // *Journal of Chemical Information and Modeling*. – 1951. – №53 (9). – P. 1–33.
79. Bandura, A. *Social Learning Theory* / A. Bandura. – Oxford, United Kingdom: Prentice Hall, 1977.
80. Bandura, A. Social foundations of thought and action / A. Bandura. – Englewood Cliffs. NJ. 1986. – P. 23–28.
81. Bar-On, R. The development of a concept of psychological well-being / R. Bar-On / Doctoral dissertation. – Rhodes University, South Africa, 1988.
82. Baudrillard, J. *Selected Writings*. Edited by Mark Poster / J. Baudrillard. – Cambridge, UK: Polity Press, 1996.
83. Baumol, W.J. Optimal Departures from Marginal Cost Pricing / W.J. Baumol, D.F. Bradford // *American Economic Review*. – 1970. – №60 (3). – P. 265–83.
84. Bell, D.E. Regret in Decision Making under Uncertainty / D.E. Bell // *Operations Research*. – 1982. – №30 (5). – P. 961–81.
85. Benartzi, S. Save More Tomorrow: Using Behavioral Economics to Increase Employee Savings / S. Benartzi, R.H. Thaler // *Journal of Political Economy*. – 2004. – Vol. 112.1. – Part. 2. – P. S164–S187.

86. Bernulli, D. Exposition of a new theory on the measurement of risk / D. Bernulli // *Econometrica*. – 1954. – V. 22. – P. 23–36.

87. Brakel, L.A.W. Vaccine Refusal: A Preliminary Interdisciplinary Investigation / L.A.W. Brakel, G.R. Foxall // *Frontiers in Public Health*. – 2022. – V. 10. – №917929.

88. Camerer, C.F. *Advances in Behavioral Economics* / C.F. Camerer et al., editors. – Princeton University Press, 2004.

89. Camerer, C.F. A Cognitive Hierarchy Model of Games / C.F. Camerer, T.-H. Ho, J.-K. Chong // *The Quarterly Journal of Economics*. – 2004. – №119 (3). – P. 861–98.

90. Camerer, C.F. Behavioral Economics: Past, Present, Future / C.F. Camerer, G. Loewenstein // *Advances in behavioral economics*. – 2004. – №1.

91. Camerer, C.F. Regulation for Conservatives: Behavioral Economics and the Case for «Asymmetric Paternalism» / C.F. Camerer [et al.] // *University of Pennsylvania Law Review*. – 2003. – Vol. 151. – №3. – P. 1211–1254.

92. Carpenter, G.A. A Massively Parallel Architecture for a Self-organizing Neural Pattern Recognition Machine / G.A. Carpenter, S. Grossberg. // *Computer Vision, Graphics and Image Processing*. – 1987. – №37 (1). – P. 54–115.

93. Charness, G. Understanding Social Preferences with Simple Tests G. Charness, M. Rabin // *Quarterly Journal of Economics*. – 2002. – №117. – P. 817–869.

94. Claudy, M.C. Understanding the Attitude-behavior Gap for Renewable Energy Systems Using Behavioral Reasoning Theory / M.C. Claudy, M. Peterson, A. O'Driscoll // *Journal of Macromarketing*. – 2013. – №33 (4). – P. 273–287.

95. Cliffe Leslie, T.E. The Political Economy Of Adam Smith / T.E. Cliffe Leslie [Электронный ресурс]. – Режим доступа <http://socserv2.socsci.mcmaster.ca/~econ/ugcm/3ll3/leslie/leslie01.html>

96. Coase, R.H. The Nature of the Firm / R.H. Coase // *Economica*. – 1937. – №4 (16). – P. 386–405.

97. Craft, W.H. Chronic pain and COVID-19: The association of delay discounting with perceived stress and pain severity / W.H. Craft, A.N. Tegge, W.K. Bickel // *Experimental and clinical psychopharmacology*. – 2022. – №30(5). – P. 692–700.

98. Craft, W.H. Narrative theory IV: Within-subject effects of active and control scarcity narratives on delay discounting in alcohol use disorder / W.H. Craft, A.N. Tegge, W.K. Bickel / *Experimental and clinical psychopharmacology*. – 2022. – №30(5). – P. 500–506.

99. Crawford, V.P. Theory and Experiment in the Analysis of Strategic Interaction / V.P. Crawford / In *Advances in Economics and Econometrics: Theory and Applications, Seventh World Congress*. Vol 1, edited by D. Kreps and K. Wallis, 1997.

100. Darnton, A. GSR Behaviour Change Knowledge Review–Reference Report: An Overview of Behaviour Change Models and Their Uses / A. Darnton. // *Government Social Research*. – 2008. – №81.

101. Dasgupta, R. Behavioral Implications of Risk-return Associations: An Application of Prospect Theory on CNX NIFTY Companies / R. Dasgupta. // *Business and Finance Journal*. – 2017. – №11 (3). – P. 103–126.

102. Davis, R. Theories of Behaviour and Behaviour Change across the Social and Behavioural Sciences: A Scoping Review / R. Davis [et al.] // *Health Psychology Review*. – 2015. – №9 (3). – P. 323–344.

103. Deci, E.L. The General Causality Orientations Scale: Self-determination in Personality / E.L. Deci, R.M. Ryan // *Journal of Research in Personality*. – 1985. – №19 (2). – P. 109–34.

104. Diamond, P.A. National Debt in Neoclassical Growth Model / P.A. Diamond // *American Economic Review*. – 1965. – V. 5. №5. – P. 1126–1150.

105. Dickinson, D.L. Cognitive Dissonance, Pessimism, and Behavioral Spillover Effects / D.L. Dickinson, R.J. Oxoby // *Journal of Economic Psychology*. – 2011. – №32 (3). – P. 295–306.

106. Dixon, E.L. COVID-19 contact tracing app reviews reveal concerns and motivations around adoption / E.L. Dixon [et al.] // *PLoS ONE*. – 2022. – №17 (99). – P. e0273222.

107. Duesenberry, J.S. *Income, Saving and the Theory of Consumer Behavior* / J.S. Duesenberry. – Cambridge: Harvard University Press, 1949. – 128 p.

108. Edie, L.D. Some positive contributions of the institutional concept / L.D. Edie // *Quarterly Journal of Economics*. – 1927. – №41 (3). – P. 405–440.

109. Edwards, E.A. Gamification for health promotion: systematic review of behaviour change techniques in smartphone apps / E.A. Edwards [et al.] // *BMJ open*. – 2016. – № 6 (10). – P. e012447.

110. Edwards, W. Behavioral Decision Theory / W. Edwards. // *Annual Review of Psychology*. – 1961. – №12. – P. 473–98.

111. Eldar, S. Money Illusion / S. Eldar, P. Diamond, A. Tversky // *Quarterly Journal of Economics*. – 1997. – №112 (2). – P. 341–374.

112. Elsevier. Except certain content provided by third parties [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://scival.com/trends/summary?uri=Topic/59897>

113. Epstein, L.G. Substitution, Risk Aversion, and the Temporal Behavior of Consumption and Asset Returns: An Theoretical Framework / L.G. Epstein, S.E. Zin. // *Journal of Political Economy*. – 1991. – Vol. 99. №2. – P. 263–286.

114. Ertuğrul, Ö.F. A Novel Machine Learning Method Based on Generalized Behavioral Learning Theory / Ö.F. Ertuğrul, M.E. Tağluk // *Neural Computing and Applications*. – 2017. – №28. – P. 3921–3939.

115. «Fairness in the Labour Market – A Survey of Experimental Results», in: Friedel Bolle & Marco Lehmann-Waffenschmidt (eds.): *Surveys in Experimental Economics*. – Bargaining, Cooperation and Election Markets, Physica-Verlag, 2002 (with Ernst Fehr).

116. Faludi, A. *A Decision-centred View of Environmental Planning* / A. Faludi. – Oxford, United Kingdom: Pergamon Press, 1987.

117. Fehr, E. Fairness and Retaliation: The Economics of Reciprocity / E. Fehr, S. Gächter // *Journal of Economic Perspectives*. – 2000. – №14 (3). – P. 159–181.

118. Fehr, E. A Theory of Fairness, Competition and Cooperation / E. Fehr, K.M. Schmidt // *Quarterly Journal of Economics*. – 1999. – №117 (3). – P. 817–868.

119. Festinger, L. *A Theory of Cognitive Dissonance* / L. Festinger. – Stanford, CA: Stanford University Press, 1957.

120. Fiedler, K. Construal Level Theory as an Integrative Framework for Behavioral Decision-making Research and Consumer Psychology Construal Level Theory and Decision Making / K. Fiedler // *Journal of Consumer Psychology*. – 2007. – 17 (2). – P. 101–106.

121. Fishbein, M. *Belief, Attitude, Intention and Behaviour: An Introduction to Theory and Research* / M. Fishbein, I. Ajzen. – Reading, MA: Addison-Wesley, 1975.

122. Forester, J. Bounded Rationality and the Politics of Muddling Through / J. Forester // *Public Administration Review*. – 1984. – №44 (1). – P. 23–31.

123. Fox, S. Mobile health / S. Fox, M. Duggan. – Washington, DC: Pew Internet & American Life Project, 2010.

124. Freeman, R.E. *Strategic Management: A Stakeholder Approach* / R.E. Freeman. – Boston, MA: Pitman, 1984.

125. Freitas-Lemos, R. Ilegal Experimental Tobacco Marketplace II: effects of vaping product bans-findings from the 2020 International Tobacco Control Project / R. Freitas-Lemos [et al.] // *Tobacco Control*. – 2022. – №31. – P. S214–S222.

126. Freitas-Lemos, R. Understanding data quality: Instructional comprehension as a practical metric in crowdsourced investigations of behavioral economic cigarette demand / R. Freitas-Lemos [et al.] // *Experimental and clinical psychopharmacology*. – 2022. – №30 (4). – P. 415–423.

127. Friedman, M.B. Economic Implications of Extraordinary Movements in Stock Prices / M.B. Friedman, D. Laibson // *Brookings Papers on Economic Activity*. – 1989. – №1989 (2). – P. 137–189.

128. Fudenberg, D. *Game Theory* / D. Fudenberg, J. Tirole. – Cambridge, MA: MIT Press, 1991.

129. Gaume, J. Behavioral economics indices predict alcohol use and consequences in young men at 4-year follow-up / J. Gaume [et al.] // *Addiction*. – 2022. – №117(11). – P. 2816–2825.

130. Gneezy, U. A Fine is a Price / U. Gneezy, A. Rustichini // *Journal of Legal Studies*. – 2000. – №29. – P. 1–17.

131. Gneezy, U. A Pay Enough or Don't Pay at All / U. Gneezy, A. Rustichini // *Quarterly Journal of Economics*. – 2000. – P. 791–810.

132. Gohari, M.R. Examining the Impact of the COVID-19 Pandemic on youth Alcohol Consumption: longitudinal Changes From Pre- to Intra-pandemic Drinking in the COMPASS Study / M.R. Gohari [et al.] // *Journal of Adolescent Health*. – 2022. – №71 (6). – P. 665–672.

133. Goleman, D. *Emotional intelligence* / D. Goleman. – New York, USA: Bantam Books, Inc, 1995.

134. Goleman, D. *Working with emotional intelligence* / D. Goleman. – New York, USA: Bantam Books, 1998.

135. Gonzalez, C. Instance-based Learning in Dynamic Decision Making / C. Gonzalez, J.F. Lerch, C. Lebiere // *Cognitive Science*. – 2003. – №27 (4). – P. 591–635.

136. Gottfredson, M.R. *A General Theory of Crime. A General Theory of Crime* / M.R. Gottfredson, Travis. H. – Stanford, CA: Stanford University Press, 1990.

137. Gregory, R. Measure of Consumer's Surplus: Reasons for the Disparity in Observed Values. Unpublished manuscript, Keene State College / R. Gregory. – Keene, N.H. 1983.

138. Gugliucci, V. The content of Instagram posts featuring ultra-processed products through the lens of the heuristic-systematic model / V. Gugliucci [et al.] // *Appetite*. – 2023. – V. 1811. – № 106393.

139. Guo, P. One-shot Decision Theory // *IEEE Transactions on Systems, Man, and Cybernetics–Part A: Systems and Humans*. – 2011. – №41 (5). – P. 917–26.

140. Halladay, J. Individual-and school-level patterns of substance use and mental health symptoms in a population-based sample of secondary students: A multilevel latent profile analysis / J. Halladay [et al.] // *Drug and Alcohol Dependence*. – 2022. – №240. – P. 109647.

141. Hamilton, W.D. The Genetical Evolution of Social Behaviour. I / W.D. Hamilton // *Journal of Theoretical Biology*. – 1964. – №7. – P. 1–16.

142. Hammock, J. Waterfowl and Wetlands: Toward Bioeconomic Analysis / J. Hammock, O.M. Brown Jr. – Baltimore: Johns Hopkinsee. University Press., 1974.

143. Hebb, D.O. *Organization of Behavior* / D.O. Hebb. – New York: Wiley, 1949.

144. Hekler, E.B. Mind the theoretical gap: interpreting, using, and developing behavioral theory in HCI research / E.B. Hekler, P. Klasnja, J.E. Froehlich, M.P Buman / In Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems, 2013. – P. 3307–3316.

145. Hippel, E.V. Lead Users: A Source of Novel Product Concepts / E.V. Hippel. // *Management Science*. – 1986. – №32 (7). – P. 791–805.

146. Jaeger, S.R. Using text highlighting in product research: Case study with kiwifruit in Singapore and Malaysia / S.R. Jaeger, S.L. Chheang, G. Ares // *Food Quality and Preference*. – 2023. – V. 104. №104741.

147. Jensen, M.C. Theory of the Firm: Managerial Behavior, Agency Costs and Ownership Structure / M.C. Jensen, W.H. Meckling // *Journal of Financial Economics*. – 1976. – №3 (4). – P. 305–360.

148. Justo, D.S. Behavioral Similarity of Residential Customers Using a Neural Network Based on Adaptive Resonance Theory / D.S. Justo [et al.] // *Sustainable Cities and Society*. – 2017. – №35. – P. 483–493.

149. Kahneman, D. Experimental Tests of the Endowment Effect and the Coase Theorem / D. Kahneman, J.L. Knetsch, R.H. Thaler // *Journal of Political Economy* 98. – 1990. – №6. – P. 1325–1348.

150. Kahneman, D. Judgment under Uncertainty: Heuristics and Biases / D. Kahneman, A. Tversky // *Science. New Series*. 1974. – Vol. 185. – №4157. – P. 1124–1131.

151. Kahneman, D. Maps of Bounded Rationality: Psychology for Behavioral Economics / D. Kahneman. // *The American Economic Review*. – 2003. – №93 (5). – P. 1449–1475.

152. Kahneman, D. Prospect Theory: An Analysis of Decision under Risk / D. Kahneman, A. Tversky // *Econometrica*. – 1979. – 47 (2). – P. 263–291.

153. Kaplan, B.A. Understanding alcohol motivation using the alcohol purchase task: A methodological systematic review / B.A. Kaplan [et al.] // *Drug and Alcohol Dependence*. – 2018. – №1 (191). – P. 117–140.

154. Kapp, K.W. Economics and the behavioral sciences / K.W. Kapp // *Kyklos*. – 1954. – №7 (3). – P. 205–225.

155. Kauffman, S.A. *The Origins of Order* / S.A. Kauffman. – Oxford, United Kingdom: Oxford University Press, 1993.

156. Khashanan, K. Network Theory and Behavioral Finance in a Heterogeneous Market Environment / K. Khashanan, T. Alsulaiman // *Complexity*. – 2016. – №21. – P. 530–554.

157. Knetsch, J. Willingness to pay and compensation demanded: Experimental evidence of an unexpected disparity in measures of value / J. Knetsch, J. Sinden // *Quarterly J. of Economics*. 1984.

158. Knight, F. *Risk, Uncertainty and Profit* / F. Knight. – Boston, MA: Houghton Mifflin Harcourt, 1921.

159. Koksharov, V.A. The Pandemic as a Challenge to the Development of University Networks in Russia: Differentiation or Collaboration? / V.A. Koksharov [et al.] // *Mir Rossii*. 2021. – V. 30. – I. 12021.

160. Kuhathasan, N. An investigation of cannabis use for insomnia in depression and anxiety in a naturalistic sample / N. Kuhathasan [et al.] // *BMC Psychiatry*. – 2022. – №22 (1). – P. 303.

161. Kwon, H.R. Mapping the Landscape of Behavioral Theories: Systematic Literature Review / H.R. Kwon, E.A. Silva // *Journal of Planning Literature*. – 2020. – 35 (2). – P. 161–179.

162. Laajaj, R. Endogenous Time Horizon and Behavioral Poverty Trap: Theory and Evidence from Mozambique / R. Laajaj // *Journal of Development Economics*. – 2017. – №127. – P. 187–208.

163. Lashley, K. The Problem of Serial Order in Behavior / K. Lashley / In *Cerebral Mechanisms in Behavior: The Hixon Symposium*, edited by Jeffress L. A. 112–46. – Oxford, United Kingdom: Wiley, 1951.

164. Latour, B. *Reassembling the Social: An Introduction to Actor-network-theory* / B. Latour. – Oxford, United Kingdom: Oxford University Press, 2005.

165. Leclerc, F. Decision Making and Waiting Time: Is Time like Money? / F. Leclerc, B. Schmidt, L. Dube // *Journal of Consumer Research*. – 1995. – №22. – P. 110–119.

166. Lee, M. Mobile app-based health promotion programs: a systematic review of the literature / M. Lee [et al.] // *International journal of environmental research and public health*. – 2018. – №15 (12). – P. 2838.

167. Leibenstein, H. Bandwagon, snob and veblen effects in the theory of consumer's demand / H. Leibenstein // *Quarterly Journal of Economics*. – 1950. – Vol. LXIV. №2. – P. 183–207.

168. Liberman, N. The Role of Feasibility and Desirability Considerations in Near and Distant Future Decisions: A Test of Temporal Construal Theory / N. Liberman, Y. Trope // *Journal of Personality and Social Psychology*. – 1998. – №75 (1). – P. 5–18.

169. Lizin, S. The state of the art of discrete choice experiments in food research / S. Lizin [et al.] // *Food Quality and Preference*. – 2022. – V. 102. №104678.

170. Markowitz, H.M. Portfolio Selection / H.M. Markowitz. // *The Journal of Finance*. – 1952. – №7 (60). – P. 77–91.

171. Marsan, G.A. Stochastic Evolutionary Differential Games toward a Systems Theory of Behavioral Social Dynamics / G.A. Marsan, N. Bellomo, L. Gibelli. // *Mathematical Models and Methods in Applied Sciences*. – 2016. – №26 (6). – P. 1051–1093.

172. Marshall, A. *Principles of Economics*. – London, United Kingdom: Macmillan, 1890.
173. Martinez-Moyano, I.J. A Behavioral Theory of Insider-threat Risks: A System Dynamics Approach / I.J. Martinez-Moyano // *ACM Transactions on Modeling and Computer Simulation*. – 2008. – №18 (7). – P. 1–27.
174. Maskin, E. Chapter 5 Implementation Theory / E. Maskin, T. Sjöström / In *Handbook of Social Choice and Welfare*. Vol. 1, edited by Arrow Kenneth J., Sen Amartya K., Suzumura Kotaro, 237–88. Boston, MA: Elsevier, 2002.
175. Matthews, G. Emotional intelligence: Science and myth / G. Matthews, M. Zeidner, R.D. Roberts. – Cambridge, MA: MIT Press, 2003.
176. Matthews, G. Measuring emotional intelligence: Promises, pitfalls, solutions, A.D. Ong, M. Van Dulmen (eds.). *Handbook of methods in positive psychology* / G. Matthews, M. Zeidner, R.D. Roberts. – Oxford, The United Kingdom: Oxford University Press (in press). 2007.
177. Mayer, J.D. Modeling and measuring emotional intelligence with the MSCEIT V2.0. / J.D. Mayer [et al.] // *Emotion*. – 2003. – №3. – P. 97–105.
178. Mazur, J.E. An Adjusting Procedure for Studying Delayed Reinforcement / J.E. Mazur // In *The Effect of Delay and of Intervening Events on Reinforcement Value. Quantitative Analyses of Behavior*. 1987. Vol. 5, edited by Commons M.L., Mazur J.E., Nevin J.A., Rachlin H., 55–73. – Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates,
179. McCown, K. The Self-Science approach to social-emotional learning / K. McCown [et al.] // *Educating people to be emotionally intelligent*. – Westport, CT: Praeger, 2007. – P. 109–121.
180. Michie, S. Making Psychological Theory Useful for Implementing Evidence Based Practice: A Consensus Approach / S. Michie [et al.] // *Quality and Safety in Health Care*. – 2005. – №14. – P. 26–33.
181. Milkman, K.L. A citywide experiment testing the impact of geographically targeted, high-pay-off vaccine lotteries / K.L. Milkman [et al.] // *Nature Human Behaviour*. – 2022. – №6 (11). – P. 1515–1524.
182. Milton, F. *A Theory of the Consumption Function* / F. Milton. – Princeton University Press, 1957.

183. Minton, E.A. A Theoretical Review of Consumer Priming: Prospective Theory, Retrospective Theory, and the Affective–Behavioral–Cognitive Model / E.A. Minton, T. Bettina Cornwell, L.R. Kahle // *Journal of Consumer Behaviour*. – 2017. – №16 (4). – P. 309–321.

184. Mittal, S. Simulation-based Complex Adaptive Systems / S. Mittal, J.L. Risco-Martin. / In *Guide to Simulation-based Disciplines*, edited by Mital Saurabh, Ören Tuncer, Umut Durak. – New York: Springer, 2017.

185. Mongin, P. Expected Utility Theory / P. Mongin / In *Handbook of Economic Methodology*, edited by Davis J., Hands W., Maki U., 1997. P. 342–50. – London, United Kingdom: Edward Elgar. Accessed April 21, 2018.

186. Morris, J. Theories and Models of Behaviour and Behaviour Change / J. Morris, M. Marzana, N. Dandy, L. O'Brien // Accessed. – 2012. – January. – 6.

187. Morton, A. Behavioural Decision Theory for Multi-criteria Decision Analysis: A Guided Tour / A. Morton, B. Fasolo. // *The Journal of the Operational Research Society Journal of the Operational Research Society Journal of the Operational Research Society*. – 2009. – №60 (2). – P. 268–275.

188. Munro, S. A Review of Health Behaviour Theories: How Useful Are These for Developing Interventions to Promote Long-term Medication Adherence for TB and HIV/AIDS? / S. Munro, S. Lewin, T. Swart, J. Volmink // *JBMC Public Health*. – 2007. – №7 (104). – P. 1–16.

189. Nash, N. Climate-relevant Behavioral Spillover and the Potential Contribution of Social Practice Theory / N. Nash [et al.] // *Wiley Interdisciplinary Reviews: Climate Change*. – 2017. – №8 (e481). – P. 1–20.

190. Neumann, J.V. *Theory of Games and Economic Behavior* / J.V. Neumann, O. Morgenstern. – Princeton, NJ: Princeton University Press, 1944.

191. Odean, T. Are Investors Reluctant to Realize Their Losses? / T. Odean // *Journal of Finance*. – 1998. – №53 (5). – P. 1775–1798.

192. O'Donoghue, T. Doing It Now or Later / T.O'Donoghue, M. Rabin // *American Economic Review*. – 1999. – №89. – P. 103–124.

193. Oliver, R.L. A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisions / R.L. Oliver // *Source Journal of Marketing Research*. – 1980. – №17 (4). – P. 460–69.

194. Olson, M. *The Logic of Collective Action. Public Goods and the Theory of Groups* / M. Olson. – Cambridge, MA: Harvard University Press, 1965.

195. Ostrom, E. A Behavioral Approach to the Rational Choice Theory of Collective Action: Presidential / E. Ostrom // *American Political Science Association American Political Science Review*. – 1997. – №92 (1). – P. 1–22.

196. Ostrom, E. *Governing the Commons: The Evolution of Institutions in Collective Action* / E. Ostrom. – Cambridge, United Kingdom: Cambridge University Press, 1990.

197. Oxford, Dictionaries. *Behaviour Dictionaries*. – *Oxford University Press*, 2018.

198. Pavlov, I.P. *Conditioned Reflexes* / I.P. Pavlov. – New York: Dover, 1927.

199. Pfeffer, J. *The External Control of Organizations: A Resource Dependence Perspective* / J. Pfeffer, G.R. Salancik. – New York: Harper & Row, 1978.

200. Porto, R.B. The marketing-finance interface and national well-being: An operant behavioral economics analysis / R.B. Porto, G.R. Foxall // *Managerial and Decision Economics*. – 2022. – V. 43. – I. 7. – P. 2941–2954.

201. Prochaska, J.O. Stages and processes of self-change of smoking: toward an integrative model of change / J.O. Prochaska, C.C. DiClemente // *Journal of consulting and clinical psychology*. – 1983. – № 51(3). – P. 390.

202. Proto, E. A reassessment of the Relationship between GDP and Life Satisfaction / E. Proto, A. Rustichini // *PLOS One*. – 2013. – №8. – P. 11.

203. Putnam, R.D. *Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy* / R.D. Putnam. – Princeton, NJ: Princeton University Press, 1993.

204. Riper, C.J. van Understanding the Internal Processes of Behavioral Engagement in a National Park: A Latent Variable Path Analysis of the Value-belief-norm Theory / C.J. van Riper, G.T. Kyle. // *Journal of Environmental Psychology*. – 2014. – №38. – P. 288–297.

205. Rogers, E.M. *Diffusion of Innovations* / E.M. Rogers. – New York: Free Press of Glencoe, 1962.

206. Rogers, R.W. A Protection Motivation Theory of Fear Appeals and Attitude Change / R.W. Rogers // *The Journal of Psychology*. – 1975. – №91 (1). – P. 93–114.

207. Rosenstock, I.M. The health belief model and preventive health behavior / I.M. Rosenstock. // Health education monographs. – 1974. – №2 (4). – P. 354–386.

208. Rosenstock, I.M. Why People Use Health Services / I.M. Rosenstock // *Mibank Memorial Fund Quarterly*. – 1966. – №44 (3). – P. 94–127.

209. Shaposhnikov, A.M. Behavioral economics and financial globalization: essence and basic concepts / A.M. Shaposhnikov // Materials of the International Conference «Process Management and Scientific Developments» (Birmingham, United Kingdom, November 14, 2019). – P. 35–42.

210. Schlüter, M. A Framework for Mapping and Comparing Behavioural Theories in Models of Social-ecological Systems / M. Schlüter [et al.] // *Ecological Economics*. – 2017. – №131. – P. 21–35.

211. Scopus. Expertly curated abstract & citation database [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.scopus.com/results/results.uri?sort=plf-f&src=s&st1=behavioral+economics&sid=4c726400670daad63f16f23bcb43f041&sot=b&sdt=b&sl=35&s=TITLE-ABS-KEY%28behavioral+economics%29&origin=search-basic&editSaveSearch=&yearFrom=Before+1960&yearTo=Present>.

212. Shefrin, H. Behavioral Portfolio Theory / H. Shefrin, M. Statman. // *The Journal of Financial and Quantitative Analysis*. – 2000. – №35 (2). – P. 127.

213. Shove, E. *The Dynamics of Social Practice: Everyday Life and How It Changes* / E. Shove, M. Pantzar, M. Watson. – Thousand Oaks, CA: Sage, 2012.

214. Simon, H.A. A behavioral model of rational choice / H.A. Simon // *Quarterly Journal of Economics*. – 1955. – Vol. 69.

215. Simon, H.A. Behavioral Economics / H. Simon // *The New Palgrave* / ed. by J. Eatwell, M. Milgate and P. Newman. – N.Y.: W.W. Norton, 1987.

216. Simon, H.A. *Models of Bounded Rationality* / H.A. Simon. – Cambridge, MA: The MIT Press, 1982.

217. SKILLFOLIO. Цифровой университет новых гуманитарных профессий и SOFT SKILLS [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://skillfolio.ru/>.

218. Skinner, B.F. *The Behavior of Organisms: An Experimental Analysis* / B.F. Skinner. – New York: D. Appleton-Century Company, 1938.

219. Smith, A. *The Theory of Moral Sentiments* / A. Smith. – London, United Kingdom: Printed for A. Millar, and A. Kincaid and J. Bell, 1759.

220. Smith, J.M. *The Logic of Animal Conflict* / J.M. Smith, G.R. Price. // *Nature*. – 1973. – № 246 (5427). – P. 15–18.

221. Spencer, J.P. Behavioral Dynamics and Neural Grounding of a Dynamic Field Theory of Multi-object Tracking / J.P. Spencer [et al.] // *Journal of Integrative Neuroscience*. – 2012. – №11 (3). – P. 339–362.

222. Spencer, J.P. What Does Theoretical Neuroscience Have to Offer the Study of Behavioral Development? Insights from a Dynamic Field Theory of Spatial Cognition / J.P. Spencer [et al.] / In *The Emerging Spatial Mind*, edited by Plumert J.M., Spencer J.P., 320–61. – New York: Oxford University Press, 2007.

223. Stern, P. A Value-belief-norm Theory of Support for Social Movements: The Case of Environmentalism / P. Stern [et al.] // *Research in Human Ecology*. – 1999. – №6 (2). – P. 81–97.

224. Tanner, W.P. A Decision-making Theory of Visual Detection / W.P. Tanner, J.A. Swets. // *Psychological Review*. – 1954. – №61 (6). – P. 401–09.

225. Tarasyev, A.A. Dynamic Modeling of Professional Mobility in the Context of Labor Market Precarization // A.A. Tarasyev [et al.] // IFAC-PapersOnLine. – 2022. – V. 55. – Is. 16. – P. 388–393.

226. Tarasyev, A.A. Fuzzy Logic and Optimization of Educational Paths / A.A. Tarasyev [et al.] // IFAC-PapersOnLine. – 2018. – №51 (2). – P. 511–516.

227. Tarasyeva, T.V. Modeling the Choice of an Optimal Educational Trajectory in the Conditions of Digital Transformation of the Economy / T.V. Tarasyeva [et al.] // IFAC-PapersOnLine. – 2022. – V. – 55. – I. 16. – P. 382–387.

228. Thaler, R.H. *Misbehaving: The Making of Behavioral Economics* / R.H. Thaler. – New York: W. W. Norton & Company. 2015.

229. Thaler, R.H. *Nudge: Improving Decisions about Health, Wealth, and Happiness* / R.H. Thaler, C.R. Sunstein. – New Haven, CT: Yale University Press, 2008.

230. Thaler, R. Using mental accounting in a theory of consumer behavior / R. Thaler // *J. of Marketing*. – 1984.

231. Thibaut, J.W. *The Social Psychology of Groups* / J.W. Thibaut, H.H. Kelley. – New York: Wiley, 1959.

232. Thirumurthy, H. Association between statewide financial incentive programs and COVID-19 vaccination rates / H. Thirumurthy [et al.] // *PLoS ONE*. – 2022. – 17 (3 March). – e0263425.

233. Thorndike, E.L. Animal intelligence: An experimental study of the associative processes in animals / E.L. Thorndike. // *The Psychological Review: Monograph Supplements*. – 1898. – V. 2. №4. – P. i.

234. Tsang, E.W.K. 2006. Behavioral Assumptions and Theory Development: The Case of Transaction Cost Economics / E.W.K. Tsang // *Strategic Management Journal*. – 2006. – V. 27. – P. 999–1011.

235. Tversky, A. Rational choice and the framing of decisions / A. Tversky // *Journal of Business*. – 1986. – Vol. 59. – P. 251–278.

236. Van, Loo E.J. Consumer preferences for private label brand vs. National brand organic juice and eggs: A latent class approach / E.J. Van Loo, F. Minnens, W. Verbeke // *Sustainability (Switzerland)*. – 2021. – V. 13 (13). – №7028.

237. Venkatesh, V A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies / V. Venkatesh, F.D. Davis. // *Management Science*. – 2000. – №46 (2). – P. 186–204.

238. Watson, J.B. Psychology as the Behaviorist Views It / J.B. Watson. // *Psychological Review*. – 1913. – № 20 (2). – P. 158–77.

239. Webb, D. Self-determination Theory and Consumer Behavioural Change: Evidence from a Household Energy-saving Behaviour Study / D. Webb [et al.] // *Journal of Environmental Psychology*. – 2013. – №35. – P. 59–66.

240. Westaby, J.D. Behavioral Reasoning Theory: Identifying New Linkages Underlying Intentions and Behavior / J.D. Westaby // *Organizational Behavior and Human Decision Processes*. – 2005. – №98. – P. 97–120.

241. Villalobos-Zúñiga, G. Apps That Motivate: a Taxonomy of App Features Based on Self-Determination Theory / G. Villalobos-Zúñiga, M. Cherubini // *International Journal of Human-Computer Studies*. – 2020. – V. 140. – P. 102449.

242. Wiseman, R.M. A Behavioral Agency Model of Managerial Risk Taking / R.M. Wiseman, L.R. Gomez-Mejia // *Academy of Management Review*. – 1998. – №23 (1). – P. 133–53.

243. Wolske, K.S. Explaining Interest in Adopting Residential Solar Photovoltaic Systems in the United States: Toward an Integration of Behavioral Theories / K.S. Wolske, P.C. Stern, T. Dietz // *Energy Research & Social Science*. – 2017. – №25. – P. 134–51.

244. Yuen, K.F. Antecedents and Outcomes of Sustainable Shipping Practices: The Integration of Stakeholder and Behavioural Theories / K.F. Yuen [et al.] // *Transportation Research Part*. – 2017. – №E 108. – P. 18–35.

245. Zadeh, L.A. Fuzzy Sets / L.A. Zadeh // *Information and Control*. – 1965. – №8. – P. 338–53.

246. Zhang, S. A Bayesian hierarchical model for individual participant data meta-analysis of demand curves / S. Zhang [et al.] // *Statistics in Medicine*. – 2022. – №41 (12). – P. 2276–2290.

247. Zvorsky, I. Sensitivity of hypothetical purchase task indices when studying substance use: A systematic literature review / I. Zvorsky [et al.] // *Preventive Medicine*. – 2019. – №128. – P. 105789.

Научное издание

Шапошников Артем Михайлович

**ГЕНЕЗИС ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ
ПОВЕДЕНЧЕСКОЙ ЭКОНОМИКИ**

Монография

Чебоксары, 2023 г.

Компьютерная верстка *Е. В. Кузнецова*

Дизайн обложки *Н. В. Фирсова*

Подписано в печать 10.10.2023 г.

Дата выхода издания в свет 13.10.2023 г.

Формат 60×84/16. Бумага офсетная. Печать офсетная.

Гарнитура Times. Усл. печ. л. 7,67. Заказ К-1194. Тираж 500 экз.

Издательский дом «Среда»

428005, Чебоксары, Гражданская, 75, офис 12

+7 (8352) 655-731

info@phsreda.com

<https://phsreda.com>

Отпечатано в Студии печати «Максимум»

428005, Чебоксары, Гражданская, 75

+7 (8352) 655-047

info@maksimum21.ru

www.maksimum21.ru