

УДК 330.16

**Н. М. Нілова, канд. екон. наук, доц.,**  
**Т. О. Семененко, канд. екон. наук, доц.,**  
**ДВНЗ “Українська академія банківської справи НБУ”**

## **ПОВЕДІНКОВІ ОСОБЛИВОСТІ СПОЖИВАЧІВ**

*У статті досліджується вплив мотиваційних механізмів регулювання поведінки споживачів на локальних ринках. Автори роблять акцент на нетрадиційну передумову прийняття індивідуального рішення – ірраціональність.*

*Ключові слова: сукупний попит, споживачі, споживча поведінка, мотиваційні механізми.*

**Постановка проблеми.** Важливим завданням макроекономічної політики є стабілізація сукупного попиту. Отже, сьогодні особливого значення набувають дослідження питань регулювання споживчого попиту на ринку. Такі дослідження, з одного боку, покликані вивчити потреби, мотиви, очікування індивідів, а також виявити механізми формування свідомості та поведінки людей у ситуації здійснення покупки. З іншого боку, дослідження процесу регулювання споживчої поведінки відкривають можливості для встановлення відносин між суб'єктами, що діють на ринку. І очевидно, що головною метою є ефективна двостороння співпраця між продавцями та покупцями товарів і послуг на будь-якому ринку як складової ефективного функціонування не тільки окремого виробника, а суспільства в цілому.

Споживчу поведінку можна визначити як комплекс дій і реакцій соціального суб'єкта у сфері споживання, що містить економічний інтерес і соціальну взаємодію. Поведінка споживача в останні роки суттєво змінилася і стала значно складнішою. Люди по-іншому сприймають головні рушійні сили суспільства. Економіка почала залежати від очікувань індивідів (раціональних чи ірраціональних), їх здатності долати економічні проблеми та приймати рішення щодо накопичень і витрат. Поведінка споживачів на індивідуальних ринках характеризується як економічними, так і соціальними складовими.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Економічний підхід щодо поведінки споживача на індивідуальних ринках аналізує теорія граничної корисності (У. Джевонс, Л. Вальрас, К. Менгер, Е. Бем-Беварк та ін.), у якій поведінка споживача – це пошук максимальної корисності в процесі придбання тих чи інших матеріальних благ, теорія еластичності потреб і попиту (А. Маршалл, П. Самуельсон) і теорія раціонального споживання (С. Струмлін, В. Немчинов, В. Майер та ін.), у якій у рамках розробки “раціонального споживчого бюджету” враховується можливість визначення цільових орієнтирів споживання.

Маркетинговий підхід до споживчої поведінки має місце в роботах: Дж. Енджела, Д. Коллата, Р. Блекуела, Д. Мовена, Д. Хоккінса, Р. Беста, Ф. Котлера, К. Коні та інших. Теорії А. Маслоу, теорії "X", "Y", "Z", Ф. Тейлора, Д. Мак-Грегора, В. Оучі, "теорії існування, зв'язку і зростання" Альдерфера, "придбаних потреб" Мак-Клеланда, "двох факторів" Герцберга, "очікувань" Врума, психоаналітичної теорії З. Фрейда та інші досліджують мотиваційний механізм поведінки індивіда.

Необхідність, важливість і можливість регулювання споживачів на різних стадіях процесу прийняття рішення визнається в роботах І. В. Альошиної, Р. Блекуела, Ф. Вебстера, І. Вінда, Д. Горварда, В. Зайтамла, П. Мініарді, Дж. Енджела, Д. Шета та інших.

Деніел Канеман, психолог за фахом, на початку 80-х років засумнівався в раціональності економічної поведінки людей і піддав експериментальній перевірці аксіому щодо їх раціональності. У спільних дослідженнях з Амосом Тверські Канеман довів, що люди схильні "економити на мисленні" при прийнятті рішень. Учені дійшли висновку, що найчастіше замість тверезого розрахунку домінують стереотипи, емоції, інтуїція.

Але чому всі люди більшою чи меншою мірою піддаються впливу нераціонального попиту залишається абсолютно незрозумілим.

**Мета статті** – дослідження впливу мотиваційних механізмів регулювання поведінки споживача через аналіз основних положень теорії перспектив, запропонованої Д. Канеманом і А. Тверські, а також теорії ігор у контексті ірраціональної поведінки індивідів.

**Виклад основного матеріалу.** Основою для прийняття будь-яких економічних рішень є передумова про раціональність поведінки індивіда. Агент економічної теорії є раціональним, егоїстичним і його смаки не змінюються, але для психолога Д. Канемана було абсолютно очевидно, що людина не може бути абсолютно раціональною, егоїстичною й її смаки не можуть бути незмінними. Саме з цих позицій Л. Канеман і А. Тверські аналізують теорію споживчого вибору. Ще економіст Річард Таллер і правознавець Кесс Санстейн у роботі "Підштовхування: як поліпшити наші рішення про здоров'я, добробут і щастя" ввели терміни "екон" і "гуман". Раціональність – логічна когерентність. Відповідно до цього визначення еконі є раціональними, не схильними до праймінгу – формуванню установки та до ефекту WYSIATI – What You See Is All There Is ("що ти бачиш, те і є"). Сутність цього підходу полягає в тому, що важливою особливістю будови асоціативного механізму є те, що він подає лише активовані ідеї; інформація, яку не дістають з пам'яті хоча б підсвідомо, може не існувати зовсім. Система чудово справляється з вибудовуванням найкращої з можливих історій, що містить активовані в цей момент ідеї, але не враховує та й не може враховувати інформацію, якої в неї немає.

Мірою успіху для системи є когерентність створеної історії, до того ж кількість і якість даних, на яких вона базується, особливого значення не мають. Коли інформації недостатньо, система працює як механізм для швидких висновків, інтуїтивного мислення – WYSIATI. Саме тому ми думаємо швидко й осмислюємо неповну інформацію в буремному світі. Частіше наші логічно послідовні історії є достатньо наближеними до реалій і слугують основою для раціональних дій.

Але, на противагу екону, ці якості властиві гуману. Визначення раціональності як когерентності вимагає точного виконання логічних правил. Ірраціональність трактується як емоційність та імпульсивність. Виходячи з цього, люди не можуть бути раціональними, але й ірраціональними їх вважати не можна. З цієї точки зору Канеман і Тверські вважають, що їх дослідження не доводить, що вибір індивіда є ірраціональним, а демонструють, що поведінка гуманів невдало описується моделлю “раціонального агента”.

Отже, предметом вивчення Канемана і Тверські стало ставлення індивіда до вибору в умовах ризику: чим керується людина у виборі поміж двома простими “іграми” або між “грою” і гарантованим результатом. Хоча будь-який навіть нібито гарантований результат залишається невизначеним.

Теорія очікуваної корисності, що базується на аксіомах раціональності, є логікою вибору, й економісти розглядають дwoяке її застосування: у сенсі логіки щодо прийняття рішення та послідовності дій екона. Канеман і Тверські починають своє дослідження від протилежного – як роблять ризикований вибір гумани. Упродовж дослідження вибір здійснюється, ґрунтуючись на інтуїції (результат, який відразу здається більш привабливим), а не на раціональності (найвигідніший результат). Тому мета їх роботи “Теорія перспектив: аналіз прийняття рішень в умовах ризику” – роз’яснення систематичних порушень аксіом раціональності при виборі між іграми.

Одним з підходів у дослідженнях був підхід з галузі психофізики, що пов’язує суб’єктивні величини в мозку спостерігача з об’єктивними величинами матеріального світу. З одного боку, існують змінювані фізичні величини (сила світла, частота звуку або кількість грошей), з іншого – суб’єктивне сприйняття яскравості, висоти або цінності. Ще Д. Бернуллі (1738 р.) намагався визначити функціональну залежність між психологічною цінністю (корисністю) грошей та їх реальною кількістю. До Бернуллі математики вважали, що ігри оцінюються за їх очікуваною цінністю – середньозважене значення можливих результатів, а кожен результат зважується за критерієм ймовірності. Нове в підході Бернуллі: людина, яка приймає рішення, схильна до неприйняття ризику через шанс отримати найгірший з можливих результатів і вибере

гарантовану суму, нехай навіть меншу, ніж очікувана цінність, застраховуючись від невизначеності. Отже, рішення базується не на грошовій, а на психологічній цінності результатів, на їх корисності. Такий підхід є актуальним в економічній теорії і сьогодні.

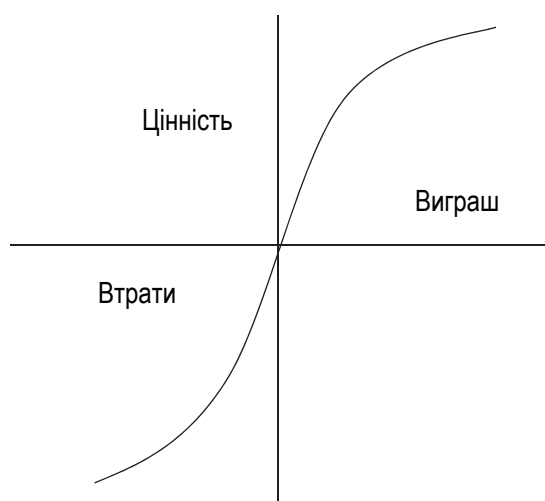
І дійсно, ця позиція відповідає вибору між іграми з високою і низькою ймовірністю виграшу. Якщо ж розглядати програш, то звичне неприйняття ризику змінитися на діаметрально протилежну позицію щодо прагнення до ризиків. Отже, дослідження протилежних поглядів на ризик в умовах сприятливих і несприятливих перспектив дозволило визначити основний недолік теорії Бернуллі. Якщо ж проблема тільки в корисності багатства, тоді еквівалентні формулювання однієї і тієї ж задачі повинні привести до однакового вибору. Порівняння двох завдань підкреслює найважливішу роль точки відліку, з якої оцінюються варіанти. Тому, за Канеманом і Тверські, основним недоліком цієї теорії є відсутність залежності від точки відліку. Ця ж залежність має місце у відчуттях і сприйнятті. Для прикладу: один і той же звук може сприйматися як дуже гучний або досить тихий, залежно від того передував йому шепіт чи рев.

Оскільки в моделі Бернуллі відсутнє поняття точки відліку, теорія очікуваної корисності не відображає очевидного факту: результат, сприятливий для одного індивіда, є неприйнятним для іншого. Отже, простота моделі Бернуллі не робить її універсальною. У ній відсутня точка відліку – попередній стан, стосовно якого оцінюються виграші та втрати. Якщо відповідно до теорії Бернуллі досить знати обсяг багатства, то відповідно до теорії перспектив Д. Канемана і А. Тверські необхідною є інформація ще й про початковий стан.

Ще один недолік теорії споживчого вибору полягає в тому, що, виходячи з кардиналістської концепції споживчої корисності, всі точки на кривій байдужості показують однакову корисність для споживача. Але, повертаючись до помилки Бернуллі, точка відліку на графіку теж відсутня. Подання кривої байдужості імпліцитно передбачає, що корисність повністю визначається поточною ситуацією, що минуле є нерелевантним, переваги з часом не змінюються. Як наслідок, усі ці припущення роблять модель нереалістичною.

Наступним аспектом, який не може пояснити стандартна економічна теорія, є “ефект володіння”, особливо щодо товарів “неповсякденного” попиту. Наприклад, якщо людина володіє цінною для неї річчю, то мінімальна прийнятна продажна і максимальна прийнятна купівельна ціна повинні збігатися. Але насправді мінімальна ціна продажів виявляється непомірно вищою за максимальну ціну покупки. Тобто володіння товаром підвищує його цінність. У рамках теорії перспектив цей ефект можна пояснити функцією цінності при неприйнятті втрат:

бажання купити або продати залежатиме від точки відліку – володіє людина цінною для нього річчю зараз чи ні. Якщо володіє, то оцінює власний сум від розставання з нею, якщо ні – задоволення від придбання. Ці величини не рівні через неприйняття втрат – розставання приносить більше суму, ніж придбання принесе задоволення. Якщо зобразити ситуацію графічно, то нахил кривої буде крутішим у від’ємній ділянці, тобто реакція на втрату є сильнішою, ніж реакція на відповідний виграш (рис. 1).



Гіпотетична функція цінності

**Рисунок 1 – Ілюстрація психологічної цінності виграшів і втрат, які є “носіями” цінності в теорії перспектив**

Поданий на рисунку 1 графік ілюструє психологічну цінність виграшів і втрат, які є “носіями” цінності в теорії перспектив. Як бачимо, лінія має S-подібну форму, що демонструє зниження чутливості як для виграшу, так і для втрат. Існує точка відліку, стосовно якої в I та III чвертях криві несиметричні. Вид кривої ілюструє неприйняття втрат.

Автори теорії перспектив формулюють питання: “Чи завжди діє ефект володіння, наприклад, при елементарній купівлі-продажу товарів? Якщо ж розмежувати товари, призначені для обміну, та товари для особистого споживання, то в разі купівлі-продажу неприйняття втрат просто не існує. Тому основою теорії перспектив в оцінці фінансових результатів є три когнітивні властивості: оцінка проводиться стосовно нейтральної початкової точки, що є наслідками принципу зниження чутливості; принцип неприйняття втрат (втрати здаються більшими, ніж виграш), рівень адаптації.

Порівнюючи теорію перспектив з теорією корисності, можна зробити такі висновки. Тривалість часу існування теорії граничної корисності доводить, що теорія в певних ситуаціях працює досить точно, а в деяких – дає наближений результат. Як основна ознака при побудові, висувається теза про раціональність споживача. У цьому і полягає сутність прийняття економічного рішення – вибрати найбільш вигідний варіант. Крім цього теорія очікуваної корисності створювалася як психологічна модель, вона відображала логіку вибору. З точки зору теорії перспектив, гумани, схильні до ірраціональності, керуються миттєвими емоційними сплесками, а не довгостроковими перспективами і глобальною корисністю. Але навіть найраціональніша людина в певних ситуаціях стає гуманом і більшою чи меншою мірою піддається ірраціональності.

На припущенні ірраціональності поведінки альтернативою теорії корисності, як вважають Д. Канеман і А. Тверські, є теорія перспектив і неприйняття втрат. Чи можна вважати теорію перспектив універсальною? Відповідаючи на це питання, автори критично відмічають недоліки своєї теорії. Зокрема вибір точки відліку, що має нульове значення, може так само приводити до спотворення результатів.

Приклад. Можливі випадки:

- а) один шанс на мільйон виграти 1 тис. гривень;
- б) ймовірність – 90 % виграти 12 гривень і ймовірність – 10 % не виграти нічого;
- в) ймовірність – 90 % виграти 1 тис. гривень і ймовірність – 10 % не виграти нічого.

Як бачимо, варіант “не виграти нічого” присутній у всіх трьох випадках і теорія перспектив присвоює однакову цінність цьому результату, тобто це нульова точка відліку. Але в перших двох випадках не виграти нічого, тобто нульове значення, має сенс, а в третьому – нульовий виграш буде розглядатися як велика втрата. Теорія перспектив не може пояснити цей факт, бо не допускає зміни цінності результату (нульового виграшу) при його низькій вірогідності або в разі високої цінності альтернативного результату. До того ж ефект фреймінгу – значна зміна переваг, що виникають при несуттєвих змінах формулювання завдань, очевидно, можна вважати ознакою універсальності теорії перспектив.

Ми провели апробацію деяких положень теорії перспектив на студентській аудиторії, використовуючи деякі з найбільш популярних ігор, у які “математики грають з нашим розумом і совістю”. Ми скористалися модифікацією гри “дилема ув’язнених”, змінюючи умови гри від групи до групи. Строки ув’язнення відігравали “бали –”, а роль заохочення відігравали “бали +”. Результат: загроза втратити балів

виявилась більш дієвим стимулом, ніж очікування виграшу. Це повністю підтверджує теорію перспектив. Хоча, зрозуміло, що основною проблемою “дилеми ув’язнених” є людська змінна – довіра, яку навряд чи можна ототожнювати із раціональністю.

“Парадокс блондинки”, який достатньо добре спрацьовує в бізнесі, у житті дуже часто не спрацьовує, бо діє ще одна людська змінна – самовпевненість: завжди з’являється декілька молодиків, які порушивши принцип раціональності, починають залицятися до “блондинок”.

У грі “дуель на трьох”, яка була організована на кшталт популярної в минулому телепередачі “Слабка ланка”, не завжди вигравав найслабший (сильні були захоплені боротьбою поміж собою, а слабкі отримували в цей час свій шанс). Результати гри “боротьба ультиматумів”, як це і можна було спрогнозувати заздалегідь, залежали від почуття соціальної справедливості, хоча в багатьох випадках, раціональність перемагала. Отже, таку суб’єктивну складову, як відчуття справедливості, можна тільки поставити в протиположність раціональності.

**Висновки.** На наш погляд, теорії очікуваної корисності та теорії перспектив – це дві різних моделі, що не заперечують, а доповнюють одна одну, тому що при побудові моделей використовувались абсолютно протилежні екзогенні змінні, які, у свою чергу, і призвели до різних результатів. Теорія перспектив все ж пророкує факти, які теорія очікуваної корисності не пояснює.

### *Список літератури*

1. Дегтерев Д. Зарубедные работы по теории игр / Д. Дегтерев // Международные процессы. Журнал теории международных отношений и мировой политики [Електронний ресурс]. – Режим доступа : <http://www.intertrends.ru/twenty/006.htm>.
2. Канеман Даниэль. Думай медленно ... решай быстро : [пер. с англ.] / Даниэль Канеман. – Москва : АСТ, 2014. – 653 с.
3. Ключарев В. В. Нейроекономика: нейробиология принятия решений / В. В. Ключарев, С. А. Шмид, А. Н. Шестаков // Экспериментальная психология. – 2011. – т. 4. – № 2. – С. 14–35.

Отримано 20.07.2014

### *Summary*

Impact of incentive mechanisms to regulate the behavior of consumers in local markets is examined in the article. The authors shift the emphasis on non-traditional premise adoption of individual decisions – irrationality.