

УДК 330.88

**Каравашкина Рената Ивановна**<sup>1</sup>, к.э.н., доцент кафедры экономики и менеджмента  
e-mail: ren3004@mail.ru

**Агаева Нармина Отел кызы**<sup>1</sup>, бакалавр 2 курса, 38.03.01. экономика  
e-mail: narmina-agayeva678@bk.ru

<sup>1</sup>Волжский государственный университет водного транспорта, г. Нижний Новгород, Россия.

## ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ПОВЕДЕНЧЕСКОЙ ЭКОНОМИКИ В ЦИФРОВОЙ СРЕДЕ

*Аннотация.* Актуальность исследования сущности поведенческой экономики и сферы ее использования в условиях новой электронно-цифровой экономики обусловлена относительно молодым направлением экономической мысли, которое смогло выйти за рамки обычных вопросов и начало рассматривать важные проблемы с помощью теоретических положений и практических выводов. Как независимая дисциплина, появилась на стыке финансовых и психологических исследований и с самого начала стала прямым вызовом неоклассической экономике, и ее основные положения адекватно отражали вызовы времени, что отмечено многими специалистами и политиками.

*Ключевые слова:* поведенческая экономика, цифровая экономика, иррациональное поведение, модели человека, big data.

Одно из самых заметных событий в экономической науке за последние несколько десятилетий объективно рассматривается как рождение нового направления научных исследований, называемого поведенческой экономикой. Поведенческая экономика — это область экономической теории, которая учитывает психологические характеристики человеческого восприятия и позволяет наиболее точно предсказать поведение человека в данной ситуации.

Основное методическое отличие в этом направлении - активное использование экспериментальных методов. Содержание исследования основано на отказе от общепринятой модели рационального выбора поведения. Научное ядро составляют знания об иррациональной составляющей поведения экономических субъектов.

Различные исследования экономистов показали, что человеческое поведение отличается *homo economicus*. Согласно экономическим теориям, человек должен ориентироваться на получение собственной выгоды, руководствуясь рациональным подходом. Однако в действительности людьми движут незначительные факторы и когнитивные искажения. Изучением этих явлений считает своей основной задачей именно поведенческая экономика.

Рынок формируется людьми. Все люди склонны поступать иррационально. Действия одних уравниваются поведением других. Если бы на финансовом рынке торги вели только *homo economicus*, не было бы единой сделки – равновесной цены.

Знаменитых исследователей Г. Саймона и Дж. Катона можно считать основоположниками «новой» поведенческой экономики. Г. Саймон был одним из первых, кто указал, что люди лишь частично рациональны и эмоциональны или иррациональны в других ситуациях. Ему приписывают введение концепции «ограниченной

рациональности», которая подразумевает, что в процессе принятия решения человек испытывает ряд проблем, связанных с когнитивными искажениями, нехваткой времени и ресурсов, которые влияют на его действия.

Дж. Кэнон первым ввел термин «поведенческая экономика». Как и Саймон, он считал модель рационального человеческого поведения нереалистичной. Он писал, что «в отличие от простых теоретиков мы не предполагаем изначального существования рационального поведения и что это поведение составляет основу экономического анализа только уровень доходов, потребность в сбережениях и другие объективные факторы, но также и субъективные психологические причины».

Считается, что начало современному подходу к поведенческой экономике положила публикация в 1979 году работы известных специалистов - А. Тверски и Д. Канемана "Теория перспектив: анализ принятия решений в условиях риска". Согласно теории, люди выполняют процесс осмысления проблемы в виде набора простых точек зрения, а затем оценивают возможные результаты. Они утверждают, что боль потери гораздо глубже, чем удовольствие от приобретения чего-то столь же ценного. Теория перспектив отличается от стандартной теории ожидаемой полезности неприятием потерь, снижением чувствительности и взвешиванием вероятности.

Обобщив большую часть человеческих аномалий, они обнаружили, что люди часто допускают одинаковые ошибки в процессе принятия экономических решений, что позволяет их систематизировать и прогнозировать. В первую очередь, граждане имеют структурированные нужды и при принятии решений стремятся максимально их удовлетворить. Во-вторых, они не просчитывают выгоды и затраты при выборе вариативности финансовых решений. Наконец, в неопределенных обстоятельствах, весь спектр преимуществ и недостатков обстоятельств, в которых оказались, зачастую совершая иррациональные поступки или траты.

Выделим немного дисфункций, которые влияют на поведение финансовых агентов.

Человеческое общество настроено на ошибки оптимизма и пессимизма. Суть его в недооценке вероятности нежелательных событий, которые могут нанести человеку серьезный, зачастую непоправимый вред.

Влияние оказывается не только на благосостояние людей, но и на производительность труда, например, завышенная самооценка и излишняя самоуверенность могут его повысить. Результаты психологических исследований показывают, что продуктивность людей во многом действительно определяется их представлениями о самих себе. Другой важный случай называется ошибкой статус-кво. Его действие выражается в стремлении людей избегать всего нового. Возможными причинами этого являются тенденция человека больше сожалеть о последствиях своих действий и склонность постоянно откладывать важные решения на будущее.

Примечательна широко распространенная тенденция людей подчиняться властям. Принятие диктата авторитетных фигур часто имеет реальные практические преимущества, но часто приводит к тому, что люди подчиняются авторитетам, когда для этого нет рациональных оснований.

Экономика без учета субъективных факторов и иррационального принципа вводит в заблуждение.

Если сравнивать программы «старой» и «новой» поведенческой экономики, нельзя не заметить, что первая ставит перед собой более амбициозные цели, чем вторая. Можно сказать, что если «старая» поведенческая экономика противопоставляла модель максимизирующего поведения модели и нематимизирующему поведению, то «новая» противопоставляла модель максимизирующего поведения модели и максимизирующему поведению с учетом тех несоответствий, которые возникают при определенных обстоятельствах.

Подводя итог, можно сказать, что поведенческая экономика — это новая многообещающая область исследований, которая во многом привнесла что-то новое в современную экономику. Благодаря поведенческой экономике методы экспериментального анализа нашли свое применение в исследованиях. Она определила и описала многие поведенческие и когнитивные отклонения, связанные с людьми.

Следует усложнить обзор развития данной концепции реалиями сегодняшнего дня. Задачи построения цифровой экономики накладывает отпечаток на методы и принципы реализации походов поведенческой экономики. Конкурентная среда в цифровой экономике значительно меняется, вызывая изменения в процессах, определяющих спрос и потребительский выбор.

Цифровые технологии проникают во все производственно-хозяйственные процессы бесповоротно внося изменения в способы принятия потребительских решений. Новая экономика прежде всего проникла в структуру экономических систем крупных компаний, располагающих финансовыми возможностями для внедрения НИОКР и последних информационных технологий, что безусловно, значительно повысило их эффективность и конкурентоспособность. Согласование работы таких подсистем как логистика, производство, продажи и постпродажное обслуживание значительно улучшилось благодаря формированию и обработке огромных массивов данных. Все это бесповоротно изменило классическую структуру организации производства компаний.

Информационные технологии вносят свои изменения в формирование не только предложения, но и спроса, что оказывает серьезное влияние на структуру потребительского рынка. В настоящее время уже можно говорить об окончательно сформированном глобальном рынке потребительских товаров. Благодаря цифровым торговым площадкам обмен товарами осуществляется легко и с низкими транзакционными издержками. Оптимизация выбора потребителя среди массы субститутов осуществляется легко благодаря последним технологиям. Благодаря им же продавцы анализируют запросы покупателей и могут оперативно реагировать на них. Тогда как раньше компании использовали опросы потребителей для выявления сегментов и товаров повышенного спроса. Современные технологии способны собирать и анализировать информацию в режиме реального времени – big data, которые наряду с другими ресурсами компании становятся важным фактором роста конкурентоспособности. Постоянный анализ big data становится одной из главных задач предпринимателя.

Использование big data предоставляют конкурентные преимущества в многих отраслях, также в ритейле. Современные технологии способны накапливать и анализировать информацию не только о совершенных ранее покупках, но и направления перемещения

покупателя по торговому залу, товарах, которые были положены обратно на полку магазина, а также время, место и дату покупки.

Все это позволяет системе в дальнейшем отправлять покупателю сообщения о скидках на постоянно приобретаемые товары, о товарах-комплиментах, а также различные советы по оптимизации выбора. В некоторых случаях говорят о том, что выбор потребитель уже не совершает самостоятельно – уже и здесь технологии вполне могут осуществить осознанный выбор за человека, опираясь на прошлые предпочтения.

Цифровые технологии однозначно проникли во все сферы жизнедеятельности человека, дальнейшее развитие науки и различных теорий, включая теорию потребительского выбора определенно не могут быть возможны без них.

#### **Список литературы:**

1. Белянин А. Даниэль Канеман и Вернон Смит: экономический анализ человеческого поведения. Нобелевская премия за реализм // Вопросы экономики. - 2003. - № 1. - С. 4–23.

2. Либман А.М. Социальный либерализм, общественные интересы и поведенческая экономика // Социальные науки и современность. - 2013. - № 1. - С. 27–38.
3. Ричард, Талер. Новая поведенческая экономика. Почему люди нарушают правила традиционного бизнеса и как на этом заработать / Талер Ричард. – М.: Эксмо. - 2018. – 384 с.
4. Хайек Ф.А. Индивидуализм и экономический порядок. - М.: Изограф. - 2000.
5. Хэндс В. Нормативно-рациональная теория выбора: прошлое, настоящее и будущее. Вопросы экономики. – 2012. - (10):52-75. <https://doi.org/10.32609/0042-8736-2012-10-52-75>.

## **PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF THE BEHAVIORAL ECONOMY IN THE DIGITAL ENVIRONMENT**

Renata I. Karavashkina, Narmina O. Agaeva

*Annotation.* The relevance of studying the essence of behavioral economics and the scope of its use in the new electronic-digital economy is due to a relatively young direction of economic thought, which was able to go beyond ordinary questions and began to consider important problems with the help of theoretical provisions and practical conclusions. As an independent discipline, it appeared at the intersection of financial and psychological studies and from the very beginning became a direct challenge to neoclassical economics, and its main provisions adequately reflected the challenges of the time, which was noted by many experts and politicians.

*Keywords:* behavioral economics, digital economy, irrational behavior, human models, big data.