

стрия досуга и развлечений, розничная торговля и т. д.), а в других видах экономической деятельности наблюдался острый дефицит рабочей силы и активное привлечение потенциальных работников (ВПК, службы доставки, курьерские службы, строительство, интернет-торговля, логистика и т.д.).

Изучение состояния и современных тенденций рынка труда Иркутской области позволяет сделать вывод, что факторы, определяющие конъюнктуру этого рынка,

чрезвычайно разнообразны по силе влияния, направлению воздействия и природе. Можно отметить среди устойчивых тенденций этого рынка естественную убыль населения, отрицательное сальдо миграции, неоднозначную динамику численности трудоспособного населения, объясняемую постепенным изменением границ трудоспособного возраста начиная с 2020 года, а также заметные структурные изменения на рынке труда.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Официальная статистика Федеральной службы государственной статистики по Иркутской области. – Текст: электронный. – URL: <http://irkutskstat.gks.ru> (дата обращения: 08.11.2023).

2. Официальный интернет-портал правовой информации Иркутской области. – Текст: электронный. – URL: <https://www.og.irk.ru/pravo/geestr> (дата обращения 08.11.2023).

УДК 334

Зарубина Юлия Владимировна,

к.э.н., доцент, доцент кафедры «Экономика, маркетинг и психология управления»,
ФГБОУ ВО «Ангарский государственный технический университет»,
e-mail: yulzar@mail.ru

ЭВОЛЮЦИЯ МОДЕЛЕЙ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ЧЕЛОВЕКА И ПРАКТИКА ПРИНЯТИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ РЕШЕНИЙ В ПОСТИНДУСТРИАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКЕ

Zarubina Y.V.

EVOLUTION OF ECONOMIC MAN MODELS AND THE PRACTICE OF MAKING CONSUMER DECISIONS IN THE POST-INDUSTRIAL ECONOMY

Аннотация. В статье рассмотрены концептуальные представления об экономическом поведении человека, проанализированы модели человека, принимающего потребительские решения, изучаемые в рамках различных экономических школ и современными исследователями, проведено обобщение и систематизация материалов, посвященных системным отклонениям от рационального выбора в практике принятия потребительских решений. Предложена новая модель человека *homo impresional*, способная внести уточнения в описание потребительского поведения.

Ключевые слова: экономический человек, ограниченная рациональность, поведенческая экономика, выбор, системные отклонения, когнитивные искажения, «экономика впечатлений».

Abstract. The article discusses conceptual ideas about human economic behavior; models of a person making consumer decisions, studied within various economic schools and by modern researchers, were analyzed, materials on systemic deviations from rational choice in the practice of making consumer decisions were summarized and systematized. A new model of the human *homo impresional* is proposed that can clarify the description of consumer behavior.

Keywords: economic man, bounded rationality, behavioral economics, choice, systemic deviations, cognitive distortions, «economics of impressions».

Как известно, ключевым экономическим субъектом является индивид, осуществляющий выбор и принимающий решения.

Концептуальные представления о таком индивиде постоянно менялись и эволюционировали, являясь с одной стороны, результа-

том эволюции экономической мысли, а с другой – отражением экономического развития самого общества.

В рамках данной статьи делается попытка изучить и отследить развитие моделей экономического человека, а также актуализировать теоретическую модель экономического человека с учетом сложившихся в настоящее время социально-экономических трендов.

Исторически первые концепции экономического человека предлагали классики, маржиналисты, неоклассики; в результате их научных изысканий возник обобщающий термин и одноименная модель *homo economicus*. В соответствии с ней человек рассматривался как индивид, максимизирующий свою полезность, реализующий свои эгоистичные интересы, обладающий всей полнотой информации и высокой свободой экономического выбора. Некоторая разница была в том, что у маржиналистов такой индивид руководствуется мотивом максимизации полезности, у классиков и неоклассиков – мотивом максимизации дохода в количественном выражении. Нереалистичность предположения о единственном мотиве поведения индивида при экономическом выборе и отклонение реального поведения людей от поведения, продиктованного моделью *homo economicus* было отмечено сразу, оно отмечалось как самими неоклассиками (А. Маршалл), так и критиками. Длительное время использование модели *homo economicus* обосновывалось необходимостью формализации поведения индивида, что требует абстрагирования от реальных мотивов поведения и выделение абсолютной рациональности как ключевого мотива. Неоклассическая модель человека – это метод анализа, а не предпосылка о мотивах поведения (Г. Беккер) [1]. Многочисленные исследования в области поведения потребителей позволяют сделать обобщение, что индивид в современном мире не способен принимать рациональные решения на постоянной основе. Более того, чаще он не способен на рациональный выбор. Потребитель часто не может правильно интерпретировать ту информацию, что ему доступна, отсекает ту ее часть, которая ему не нравится, которая идет вразрез с его мысленными моделями, также поведение индивида очень сильно зависит от эмоций, опыта и прочих обстоятельств, создающих контекст принятия решений.

Понимание такой абстракции и ее огромного отрыва от реальности привело к появлению других моделей человека, пытающихся преодолеть моноаспектность модели *homo economicus*. Появились модели экономического и социологического человека REMM и SRSM (У. Меклинга и К. Бруннера) Модель REMM (Resourceful, Evaluative, Maximizing Man) характеризует изобретательного, оценивающего, максимизирующего человека. По усложненной версии модель RREEMM (Resourceful, Restricted, Expecting, Evaluating, Maximizing Man) характеризует изобретательного, испытывающего ограничения, имеющего ожидания, оценивающего, максимизирующего человека. Описываемые «обновленные» модели экономического человека базируются на рациональности, но подчеркивают ограниченность сферы применения максимизации, которая ограничена несовершенством информации, нехваткой времени, а также издержками, связанными с принятием решений. Модель SRSM (Socialized, Role-playing, Sanctioned Man) характеризует человека социализированного, человека, исполняющего роль, и человека, который может быть подвергнут санкциям. Такой человек, в отличие от *homo economicus* зависит от общества, даже «запрограммирован» обществом, ориентирован на коллективизм и общественное мнение при принятии решений.

Термин «ограниченная рациональность» ввел Г. Саймон, который говорил, что цели, интересы и мотивы поведения индивида связаны с целями организации (фирмы). В свете сказанного индивид у Г. Саймона получил название *administrative man*.

Описание ограниченной рациональности Д. Канемана, А. Тверски (авторов поведенческой экономики и «пионеров» когнитивной науки) основано на знаниях в области психологии, нейропсихологии и нейробиологии. Действительно, опыт показывает, что человек часто поступает не рационально не только в силу объективных причин (необходимости быстро принимать решения в условиях неопределенности и ограниченной памяти), но и из-за неумения использовать те интеллектуальные инструменты, которыми он обладает. По некоторым оценкам, любая задача с более чем четырьмя переменными выводит рациональный мозг из равновесия, при этом «хорошо себя чувствует» эмоциональный мозг, который и принимает реше-

ние. То есть мы чувствуем, что следует поступить так, а не иначе [2].

Появление термина *homo institutus* обусловлено ростом популярности институционализма как мейнстрима экономической мысли. Модель «институционального человека» предполагает наличие сложной системы мотивов человека, которая определяется усвоенными им институтами, институты задают «правила игры» или поле, влияние которого сильно определяет поведение человека. Таким образом, рационализм человека экономического является производным от задаваемой системы ценностей человека институционального.

Авторы исследования [3] рассматривают интегрирующую модель человека, способную объединить моноаспектные подходы и делают акцент исследования на описании *homo transactus*, человека транзакционного (термин «*homo transactus*» был введен Н. Бартером и Л. Хьютоном). Расширенная трактовка *homo transactus* выдвинута Б. Ерзнкяном, по мнению которого, быть транзактором означает прежде всего быть наделенным транзакционной, институциональной компетентностью, т.е. комплексной способностью адекватно понимать и интерпретировать «правила игры» (институты) и эффективно «вести игру» (осуществлять выгодные транзакции). Таким образом, по сути, транзактор в трактовке Б. Ерзнкяна – это активный *homo institutus*, нацеленный на повышение эффективности транзакций во внешнем институциональном поле, что содержательно близко к концепции человека институционального Г. Клейнера. Принятие решений *homo transactus* происходит в результате взаимодействия двух систем – управляемой и интуитивной. Управляемая система – это активный и рациональный способ поведения, направленный на повышение результативности транзакций и максимизацию их результата в широком смысле слова (рост благосостояния, повышение социального статуса, продвижение по карьерной лестнице). Решения, принятые преимущественно с помощью управляемой системы, на базе осознанных размышлений, коррелируют с теорией ограниченной рациональности Г. Саймона. Очевидно, что режим использования такой системы более «дорогой», поскольку такие решения протекают относительно медленно, требуют всех видов мыслительного участия, таких, как восприятие, память, формирова-

ние понятий, решение задач, воображение и логика, всё это вместе и есть когнитивные процессы, то есть, необходимо непрерывно находиться в состоянии осознанности. Интуитивная система имеет в основе тоже рациональное поведение, но рациональность здесь больше связана с экономией транзакционных издержек. Данная система работает быстро, в ее основе пассивное, полуавтоматическое принятие решений на основе привычек и рутин, позволяющее минимизировать издержки выбора и транзакций (поиск информации, ведение переговоров, контроль за сделками и качеством товаров и услуг).

Важный фактор работы этой системы – эмоции, они помогают и включаются в работу интуитивной системы, так как возможности рационального мозга сильно ограничены.

«Переключающийся режим» ограниченной рациональности человека транзакционного, на наш взгляд, близок к практике принятия реальных потребительских решений и заслуживает отдельного внимания.

Кроме того, выделяют три составляющие ограниченной рациональности *homo transactus*:

1. Институциональная рациональность, когда поведение детерминировано внешними нормами и стереотипами.
2. Социальная рациональность, основанная на интериоризированных ценностях и нормах.
3. Экологическая рациональность, связанная с включенностью в сообщества и социальными сетевыми структурами и следованием их трудно формулируемым неявным правилам [3].

Таким образом, эволюция концептуальных представлений о потребительском поведении идет по пути некоторого синтеза и агрегирования исследований в разрезе различных дисциплин и учета тенденций, происходящих в социально-экономическом развитии общества.

В связи с тем, что изменение модели экономического человека продиктовано более общими изменениями в социально-экономическом устройстве общества, представляется интересным обратить внимание на современную экономическую модель, которую некоторые исследователи называют «экономикой впечатлений или образов». Поведение потребителя в такой экономике направлено не столько на получение товаров и

услуг, а на извлечение из потребления качественных эмоций. Предлагаемая нами модель *homo impresional* (человек, извлекающий эмоции) описывает потребителя в принятии решений у которого в большей степени работает интуитивная система, т.к. для *homo impresional* очень сильно важны переживания, опыт и впечатления, которые всегда личностны и строятся на приобщении к социальным и культурным ценностям и нормам, сообществам, дающим чувство причастности и вовлеченности, сетевым структурам. Перечисленное как раз соответствует описанию ограниченной рациональности *homo transactus*. Кроме того, *homo impresional* находится в современном обществе, как известно, характеризующемся огромными информационными перегрузками и асимметричностью информации с одной стороны и использованием алгоритмов, искусственного интеллекта и больших данных – с другой. Это позволяет сделать предположение, что *homo impresional* принимает интуи-

тивные решения, а активный и рациональный способ поведения вытесняется из практики, либо делегируется искусственному интеллекту. Обработка больших данных и искусственный интеллект сфокусировано и сильно действуют на интуитивную систему принятия решений и обуславливают потребительский выбор *homo impresional*.

В заключении можно отметить, что в ходе эволюции изыскания в области моделей человека все сильнее стали выходить за рамки предметного поля экономики и включать наработки из других наук: менеджмента, социологии и особенно психологии. Отслеживается интересная тенденция все более широкого использования знаний нейрпсихологии и нейробиологии для описания модели человека и принципов принятия им решений. На наш взгляд, существенно и актуально пересматривать модели экономического человека и его принципы принятия потребительских решений.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Беккер, Г. С., Экономический взгляд на жизнь (из нобелевской лекции 9 декабря 1992 г.) / Г. С. Беккер. – Текст : непосредственный // Уровень жизни населения регионов России. – 2006. – С.17-18.

2. Зарубина, Ю. В. Изучение ограниченной рациональности потребителя в практике принятия потребительских решений / Ю.В. Зарубина. – Текст : непосред-

ственный // Вестник АНГТУ. – 2022. – №16. – С. 237-240.

3. Марущак, И. В. Эволюция модели экономического человека в теории человеческого капитала: от *homo economicus* до *homo transactus* / И. В. Марущак. – Текст : непосредственный // Креативная экономика. – 2017. – Т. 11, вып. 8. – С. 840-846.