

ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ И ПСИХОЛОГИЯ ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЙ

Я. В. Семенькова

*Белорусский государственный университет, пр. Независимости, 4,
220030, г. Минск, Беларусь anasemenkova22@gmail.com
Научный руководитель – О. Е. Трясунова*

В работе рассмотрено понятие «экономическое поведение», а также проведено сравнение поведенческих моделей человека в рамках направлений различных экономических школ. Представлены результаты опроса по особенностям психологического аспекта принятия экономических решений.

Ключевые слова: экономическое потребление; психология выбора; социальные сети; Iphone; Xiaomi.

В течение жизни человеку не раз приходится сталкиваться с выбором. Как правило, люди всегда придерживаются той или иной схемы принятия решений: смотрят на преимущества первой альтернативы, сравнивают их со второй, далее проводят оценку на предмет достаточности бюджета, иногда могут обратиться за советом к специалисту или просто близкому человеку. Весь этот процесс изучает экономическая психология. Целью данной работы является оценка экономического поведения и пути принятия решений с помощью анализа потребителей. Объект исследования является экономическое поведение. Предмет исследования – психология принятия решений.

Экономическая психология – это наука, исследующая поведение людей в условиях экономических отношений [1]. Истоки истории экономической психологии можно найти еще в XVIII веке, когда Адам Смит заложил основу теоретических представлений об «экономическом человеке» как эгоистичном, рациональном, склонном к обмену индивиде. В таблице ниже (таблица) приведены несколько моделей с основными положениями. Можно обратить внимание, что несмотря на разное время их создания, мотивом экономической деятельности являются личные интересы человека [2].

Психология потребления – область экономической психологии, изучающая психологические особенности поведения потребителей и отношения к товарам и услугам [3]. Объектом психологии потребления является потребление как социальный процесс (таблица).

Сравнение поведенческих моделей человека в рамках направлений различных экономических школ

Представитель	Основные положения (по трем признакам: мотивация (М), целевая функция (ЦФ), система ограничений (СО))
А. Смит, Д. Рикардо (классическая школа)	<u>М</u> : 1. Личная денежная выгода (получение денежных доходов) 2. Побочные интересы: «приятность» занятия, легкость обучения, престиж, постоянство занятости, вероятность успеха. <u>ЦФ</u> : Максимизация прибыли путем поиска наиболее выгодного вложения капитала, находящегося в распоряжении человека, реализация неденежных интересов. <u>СО</u> : Влияние эмоций, привычек, предрассудков, ограниченная информированность.
К. Книс (школа историзма)	<u>М</u> : Эгоизм, чувство общности, чувство справедливости. <u>ЦФ</u> : Повышение благосостояния, соблюдение моральных и этических законов жизни. <u>СО</u> : Законы, мораль.
А. Вагнер (социально-правовая школа)	<u>М</u> : 1. Физиологические потребности 2. Эгоистические мотивы (желание выгоды, боязнь нужды, пр.). <u>ЦФ</u> : Удовлетворение потребностей. <u>СО</u> : Общественные нормы поведения.
А. Этциони (социально-экономическое направление)	<u>М</u> : Личные удовольствия, полезность, нравственный долг. <u>ЦФ</u> : Удовлетворение потребностей, достижение душевного равновесия как следствие выполнения нравственного долга. <u>СО</u> : Эмоциональные, этические соображения.

В центре вышеупомянутых моделей – не просто потребитель, так как потребитель – одна из социальных ролей человека, а на потребление влияет тот же комплекс факторов, что и на другие социальные процессы, только в иной степени и иным образом. Предмет психологии потребления – психологические закономерности потребления. Центральной темой психологии потребления является отношение к товару или услуге [4].

В рамках данного исследования был проведен опрос для анализа психологии выбора. Отвечая на один из вопросов, 82 % респондента выбрали логику как ключевой инструмент для принятия решений и всего 13 % – интуицию. Однако, если полученную статистику применить, например, к рынку мобильных телефонов, можно отметить следующее наблюдение. Рассмотрим 2 смартфона: Xiaomi 12S и Iphone 13. Цена первого смартфона – 899 рублей, второго – 2499 рублей. Применив инструмент для сравнения гаджетов Nanoreview.net, получаем 72 балла из 100 для Xiaomi 12S и 73 из 100 для Iphone 13 соответственно. То есть, разница в один балл оценивается в 1600 рублей. Исходя из опроса, большая часть должна была приобрести себе Xiaomi 12S, но исходя из опубликованного исследования Omdia (рисунок), Iphone 13 занимает 4 позицию по продаваемости за 2023 год, в то время как Xiaomi 12S отсутствует в списке (рисунок).

Ranking	Model Name	Brand	1H23	Model Name	Brand	1H22
1	iPhone 14 Pro Max	Apple	26.5	iPhone 13	Apple	33.7
2	iPhone 14 Pro	Apple	21.0	iPhone 13 Pro Max	Apple	23.0
3	iPhone 14	Apple	16.5	Galaxy A13	Samsung	16.2
4	iPhone 13	Apple	15.5	iPhone 13 Pro	Apple	14.8
5	Galaxy A14	Samsung	12.4	iPhone 11	Apple	11.7
6	Galaxy S23 Ultra	Samsung	9.6	Galaxy S22 Ultra 5G	Samsung	9.8
7	Galaxy A14 5G	Samsung	9.0	Galaxy A12	Samsung	9.5
8	Galaxy A54 5G	Samsung	8.8	Galaxy A03 Core	Samsung	7.7
9	Galaxy A34 5G	Samsung	7.1	Redmi Note 11	Xiaomi	7.6
10	iPhone 11	Apple	6.9	Redmi 9A	Xiaomi	7.4

Source: Omdia

© 2023 Omdia

10 самых продаваемых смартфонов в мире

Составлено по: [5].

Но почему же так происходит? Одним из ключевых ответов на данный вопрос предполагается существование и доминирование в процессе принятия экономических решений социальных сетей. Действительно, в социальных сетях очень часто мелькают посты, сторисы популярных блогеров с именно с Iphone. В связи с этим наблюдением проанализируем еще несколько вопросов и ответов на них. Так, на вопрос «Как часто вы принимаете экономические решения на основе информации, полученной из социальных сетей и интернета?» Практически 50 % участников ответили, что часто, а 12 % – очень часто. Сюда так же можно отнести и эмоциональный аспект принятия решений. Так, в опросе 41 % ответили, что часто принимают экономическое решение «на эмоциях». Например, видя нашего любимого блогера, который воодушевлено рассказывает о новой фотографии или видео в хорошем качестве, сделанных на Iphone, мы невольно перенимаем это воодушевление и желаем обладать таким же гаджетом.

Как уже упоминалось ранее, человеку свойственно обращаться за советом к специалисту или просто близкому человеку. Действительно, 60 % респондентов отметили, что мнение друзей, а также их рекомендации могут повлиять на принятие решения. Тут надо отдать должное компании Apple, которая настолько грамотно создала свою экосистему, что большинство людей зачастую не хотят переходить на девайсы других компаний. Поэтому, если у тебя есть друг с Iphone, то велика вероятность, что он посоветует тебе купить именно этот смартфон.

И последний вопрос касался аспекта, который является наиболее сложным при принятии решения. Отвечая на этот вопрос, 35,8 % респондентов отметили в качестве данного аспекта деньги, 18,5 % – соотношение цены и качества, а 39,5% – рациональность решения. Но то-

гда, первые две группы должны приобрести Xiaomi 12S так как iPhone для них будет скорее всего дороже, более того, за свою цену Xiaomi предлагает очень хороший телефон. Остальным же придется проводить более глубокий анализ, чтобы сделать окончательный выбор. Однако, такая структура ответов на данный вопрос несколько противоречит реальной статистике, что лишнее подтверждает наличие психологической составляющей в процессе принятия экономического решения.

Подводя итоги, можно отметить, что в процессе принятия решения значительно недооценивается психологический аспект. То есть ключевую роль играет субъективное отношение к товару или услуге, нежели какое-то рациональное поведение.

Библиографические ссылки

1. Экономическая психология: учебное пособие / Под ред. д-ра экон. наук, проф. В. К. Потемкина. СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2010. 112 с.

2. Анализ моделей поведения человека в экономике [Электронный ресурс] / Смирнова Е. А. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-modeley-povedeniya-cheloveka-v-ekonomike/viewer> (дата обращения: 12.05.2024).

3. *Посыпанова О. С.* Экономическая психология: психологические аспекты поведения потребителей: монография. Калуга: Изд-во КГПУ им. К. Э. Циолковского, 2012. 296 с.

4. *Посыпанова О. С.* Социальная психология потребления [Электронный ресурс]. URL: https://studylib.ru/doc/2202060/posypanova-o.s.—social._naya-psihologiya-potrebleniya (дата обращения: 12.05.2024).

5. iPhone 14 Pro Max is most shipped smartphone in the first half of this year [Electronic resource]. URL: <https://omdia.tech.informa.com/pr/2023/aug/omdia-iphone-14-pro-max-is-most-shipped-smartphone-in-the-first-half-of-this-year> (date of access: 13.05.2024).