

**ՏՆՏԵՍԱԿԱՆ ՎԱՐՔԻ ՄՈԴԵԼՆԵՐԻ ԿԱՌՈՒՑՄԱՆ ԳՈՐԾԸՆԹԱՑՈՒՄ
ՀՈԳԵՔԱՆԱԿԱՆ ԳՈՐԾՈՆՆԵՐԻ ՀԱՇՎԱՌՄԱՆ ԱՐԴԻԱԿԱՆՈՒԹՅՈՒՆԸ**

Ոսկանյան Կ. Վ. (ԵՊՀ, Երևան, Հայաստան)

voskanyankarlen@gmail.com

Ներկայացման ամս.՝ 15.08.2019

գրախոսման ամս.՝ 17.08.2019

տպագրության ընդունման ամս.՝ 13.09.2019

Տնտեսագիտական տեսություններում մեծ տեղ է հատկացվում հասարակական տարբեր միավորների (առանձին անհատների, վերաբերական խմբերի, էթնոսների)՝ որպես տնտեսական սուբյեկտների վարքին և դրա մոդելավորմանը նվիրված հետազոտություններին: Փորձեր են արվում մաթեմատիկական մեթոդների գործադրմամբ կառուցել արդյունավետ տնտեսական վարքի մոդելներ: Այս համատեքստում հոգեբանական գիտության մեջ արդիական են դարձել այնպիսի հիմնախնդիրների լուծումները, որոնցում տնտեսական սուբյեկտների անհատական և էթնոհոգեբանական առանձնահատկությունները հանդես են գալիս որպես գործոններ: Ենթադրվում է, որ հասարակության տարբեր շերտերի հոգեբանական առանձնահատկությունների հաշվառմամբ իրականացվող տնտեսվարումը կարող է նպաստել հասարակության ներսում առողջ տնտեսական հարաբերությունների ձևավորմանը, ինչն իր հերթին կարող է կանխել տնտեսական հենքի վրա առաջացող և անտագոնիստական տարրեր պարունակող սոցիալական շերտավորման գործընթացը՝ զերծ պահելով հասարակությանը քաղաքական ցնցումներից:

Հանգուցային բառեր՝ *անձ, տնտեսական սուբյեկտ, տնտեսական վարք, մոդելավորում, դրդապատճառներ, ընտրանքներ, հոգեբանական գործոններ:*

Տնտեսական վարքն այն հասարակական վարքն է, որ հանդես է բերում սուբյեկտը տնտեսական գործունեություն իրականացնելիս: Այն պայմանավորվում է տնտեսական սուբյեկտի կողմից ընտրություն կատարելու դրդապատճառներով: Տնտեսագիտության տեսանկյունից տնտեսական վարքի արդյունավետության ցուցանիշ է համարվում նվազագույն ծախսերով առավելագույն շահույթ ձեռք բերելու կարողությունը: Տնտեսական սուբյեկտը (տնտեսվարող սուբյեկտը) տնտեսության ոլորտում ներգրավված ֆիզիկական կամ իրավաբանական այն անձն է, ով կայացնում է որոշումներ, ինքնուրույն մշակում տնտեսական պլաններ և համաձայն այդ պլանների՝ ծավալում տնտեսական գործունեություն, ստանում արտադրական պատվերներ կամ կատարում բաշխման և սպառման ոլորտներին առնչվող հանձնարարություններ, հանդես է գալիս գնորդի դերում [5]:

Մինչ անցյալ դարի վերջերը տնտեսագետների մի զգալի մասը (հիմնականում դասական և նեոդասական տնտեսագիտության տեսության կողմնակիցները) համարում էր, որ մարդը հաստատուն նախասիրություններով օժտված էզոցենտրիկ արարած է, ով, հենվելով ամբողջական տեղեկատվության, ընտրության ազատու-

թյան և այլընտրանքներն ազատ գնահատելու հնարավորության վրա, ձգտում է մաքսիմալացնել սեփական շահը [1], [2]: Սրանից ելնելով էլ կառուցվում էին «տնտեսական մարդու» տարատեսակ մոդելներ, և սահմանվում նրա վարքի արդյունավետության ցուցանիշներ: Տնտեսական վարքը պայմանավորող որոշումների կայացման հիմքում դրվում էր եկամուտների՝ «բացարձակ արդյունավետության» վրա կառուցվող մաքսիմալացման սկզբունքը, իսկ վարքի մոտիվացիայի հիմքում՝ սպառման ապրանքների (բարիքների) օգտակարության կոնցեպտը, համաձայն որի՝ ապրանքի օգտակարությունը որոշվում է սպառողի կողմից ապրանքի որոշակի քանակի օգտագործումից ստացած ընդհանուր բավարարվածությամբ:

Տնտեսական ընտրություն կատարել նշանակում է ընձեռված ֆինանսական հնարավորությունների սահմաններում գտնել տարբերակ, որը որոշակի ռեսուրսների օգտագործմամբ կհանգեցնի պահանջմունքների առավելագույն բավարարման: Ընտրանքը «սպառողի կողմից իր բյուջեի բաշխման վերաբերյալ այնպիսի որոշման ընդունումն է, որի դեպքում օգտագործվելիք բարիքի (ապրանքի) քանակն ու կառուցվածքը կապահովեն բարիքի առավելագույն օգտակարությունը» [1; էջ 120]: Օգտակարության ցուցանիշները բացահայտելու և վերլուծելու համար տնտեսագիտական տեսության մեջ կիրառում են քանակական և կարգային (ռեյտինգային) մոտեցումներ: Քանակական վերլուծությունն իրականացվում է չափման ենթակա մեծությունները բնութագրող օգտակարության ֆունկցիաների արժեքների միջոցով: Օգտակարության ֆունկցիաները սպառողի կողմից օգտագործվող բարիքների քանակների և դրանց վրա կատարված ծախսերի կախվածությունը նկարագրող $U = f(x_1, x_2, \dots, x_n)$ տեսքի այն ֆունկցիաներն են, որոնցով բնութագրվում է տվյալ տնտեսական երևույթը կամ նրա մոդելը: Կարգային վերլուծություններ կատարվում են այն դեպքում, երբ սպառողն ի զորու չէ տալ օգտակարության քանակական գնահատականները, բայց կարողանում է ռեյտինգավորել այն՝ ըստ իր նախասիրությունների: Կարգային վերլուծության հիմքում դասական տնտեսագիտությունը դնում է ընտրանքների վերաբերյալ ամերիկացի գիտնականներ Ջոն (Յանոշ) Ֆոն Նեյմանի և Օսկար Մորգենշտերնի աքսիոմների համակարգը [3] կամ դրա մոդիֆիկացված տարբերակները [11]: Նշված աքսիոմներից են մասնավորապես *լրիվության* աքսիոմը՝ համաձայն որի ցանկացած A և B նախընտրանքների համար կամ $A > B$, կամ $A < B$, կամ $A \approx B$, և *փոխանցականության* աքսիոմը՝ ըստ որի, եթե $A > B$ և $B > C$, ապա $A > C$, կամ, եթե $A \approx B$, $B \approx C$, ապա $A \approx C$: $A > B$ անհավասարությունը նշանակում է, որ A-ն *նախընտրելի* է B-ին, իսկ $A \approx B$ -ն նշանակում է, որ A նախընտրանքը համարժեք է B նախընտրանքին:

Բայց, ճիշտ է արդյոք տնտեսական գործունեություն ծավալող որևէ սուբյեկտի վարքը որակել բացարձակ արդյունավետ, եթե անգամ «արդյունավետություն» եզրույթի տակ նկատի է առնվում սուբյեկտի հաշվենկատ և հաշվարկված այն վարքը, որի նպատակը առավելագույն շահույթ ստանալու ձգտումն է: Կարծում ենք՝ ոչ, քանի որ տնտեսական սուբյեկտի վարքը պայմանավորվում և կարգավորում է ոչ

միայն կոգնիտիվ, այլ նաև աֆեկտիվ դրդապատճառներով և գործոններով: Տնտեսագիտության դասական տեսություններում հաշվի չի առնում այն հանգամանքը, որ որքան էլ որոշումներ ընդունելու պահին մարդն առաջնորդվի էգոցենտրիկ նկրտումներով, միևնույն է, որոշման արդյունքը նրա համար միշտ մնում է *անորոշ*, ինչը ընտրության գործընթացում կարող է դառնալ հոգեբանական գործոն: Բացի այդ, տեղեկատվության ոչ լրիվության և շուկայական տնտեսության ռիսկայնության պայմաններում ընտրությունը կարող է կատարվել ոչ թե հանուն մաքսիմալացման, այլ հանուն այդ պահին *շահեկան* տարբերակներից որևէ մեկի: Ասվածի ապացույցն են մասնավորապես ամերիկացի տնտեսագետ Ժոզեֆ Ստիգլիցի կողմից իրականացրած հետազոտությունների արդյունքները: Հենվելով փորձարարական տվյալների վրա՝ Ստիգլիցը ցույց տվեց, որ խոշոր կորպորացիաների մենեջերները ընդհանուր առմամբ շահագրգռված չեն իրենց ֆիրմաների մաքսիմալ եկամուտներով, քանի որ բարձր ռիսկերի պայմաններում, դիրքի պահպանման խնդրով պայմանավորված, նրանք նախընտրում են զարգացման այնպիսի տարբերակներ, որոնք կողմնորոշված են դեպի *կարճաժամկետ, բայց հաստատուն եկամուտներ*: Այդ իսկ պատճառով էլ ներկայիս այլընտրանքային տնտեսագիտական տեսությունները («ինստիտուցիոնալ», «էվոլյուցիոն», «հասարակական կարգի պահպանման» և այն) ելնում են ոչ թե տնտեսական վարքի «բացարձակ արդյունավետության», այլ Հերբերտ Սայմոնի կողմից առաջադրված «սահմանափակ արդյունավետության» կոնցեպտից [6], [7], [12], [13]: Սահմանափակ արդյունավետությունը ենթադրում է, որ որքան էլ անձը ձգտի արդյունավետ գործել, միևնույն է, նրա այդ կարողություններն իրականում սահմանափակ են, քանի որ պայմանավորված են անհատական մտավոր ընդունակություններով և որոշումներ կայացնելու համար անհրաժեշտ տեղեկատվության ոչ լիարժեքությամբ: Ավելին, անձի վարքը կարող է ուղղորդվել նաև զանազան հասարակական ինստիտուտների ֆորմալ և ոչ ֆորմալ կանոններով ու նորմերով և հետևաբար՝ անձնական շահի տեսանկյունից կարող է լինել նաև ոչ բացարձակ արդյունավետ: Այսպիսով՝ նեօթոդոքսալ տնտեսագիտական տեսություններում փաստացի ընդունվում է այն դրույթը, որ տնտեսական սուբյեկտի վարքը չի հանգում արդյունավետ լուծումների որոնման, քանի որ գտնվելով նաև կարծրատիպերի և էմոցիաների ազդեցության տակ՝ նա միշտ չէ, որ կարողանում է հաշվարկել, թե ինչի կարող են հանգեցնել իր ընդունած որոշումները, և հետևաբար՝ կոգնիտիվ նախադրյալներով պայմանավորված հավասարակշիռ տնտեսական վարք հասկացությունը պայմանական է ու հարաբերական: Այս տեսակետի կենսունակության վառ ապացույցն է նաև այն, որ տնտեսագիտության գծով 2002 թվականի նոբելյան մրցանակը շնորհվեց մասնագիտությամբ հոգեբան Դանիել Կանեմանին: Նրա և Ամոս Տվերսկու փորձարարական հետազոտությունները [9], [10] ցույց տվեցին, որ ընտրանքների գործընթացում փորձարկվողների զգալի մասի մոտ Նեյման-Մորգենշտերնի նորմատիվային աքսիոմները չեն գործում և չեն կարող համարվել արդյունավետության ցուցանիշի հաշվարկման տեսական նախադրույթներ: Փորձերից պարզվեց, որ փորձարկվողների 40-ից 80%-ը ռիսկային պայմաններում ընտրու-

թյուն է կատարում ոչ թե կոգնիտիվ, այլ զգացական դրդապատճառներից ելնելով, ինչն ապացույց է այն բանի, որ տնտեսական սուբյեկտների վարքի հիմքում ընկած են նաև հոգեբանական գործոնները: Ուստի, տնտեսական վարքը հետազոտելիս պետք է ելնել անձի ոչ միայն *տնտեսագիտական, այլև հոգեբանական մոդելից*, որի ձևավորման գործընթացում դերակատարություն կարող են ունենալ նաև մարդու զգացմունքայնությունը, իմպուլսիվությունը, չգիտակցված ու չվերահսկվող ներքին մղումները:

Հանուն օբյեկտիվության՝ պետք է նշել, որ տնտեսական վարքի հոգեբանական մոդելը դժվար է հարաբերակցվում տնտեսագիտական մոդելի հետ այն պարզ պատճառով, որ տնտեսագետներին հետաքրքրում է ոչ թե մարդկանց անհատական վարքերի միջև եղած տարբերությունները, այլ այն ընդհանրությունները, որոնցից ելնելով՝ հնարավոր կլինի կառուցել տնտեսական վարքի այնպիսի ընդհանրական մոդել, որը հնարավորություն կտա կատարել կանխատեսումներ ցանկացած տնտեսական սուբյեկտի վարքի վերաբերյալ: Տնտեսագետների կողմից հոգեբանական գործոնների թերարժևորման պատճառ է նաև այն, որ նրանք հետաքրքրված են *ոչ թե բուն ընտրության գործընթացով, այլ նրա արդյունքներով*՝ ի տարբերություն հոգեբանների, որոնց հետաքրքրում են *ընտրության գործընթացում անձի նախասիրությունների վրա ազդող ներքին դրդապատճառները*: Անտեսվում է նաև այն հանգամանքը, որ ի տարբերություն տնտեսագիտական մարդու, ով առաջնորդվելով իր կայուն պահանջմունքներով և նախասիրություններով՝ դրսևորում է իրեն ձեռնտու տնտեսական վարք, հոգեբանական մարդը՝ որպես այս կամ այն սոցիալական խմբի անդամ, հաշվի է առնում նաև սոցիալ-տնտեսական իրավիճակները, սովորույթներն ու հասարակական նորմերը և համադրում է սեփական վարքը հասարակության այլ անդամների վարքի հետ:

Այսպիսով՝ տնտեսական վարքի մոդելավորման գործընթացում հոգեբանական գործոնների հաշվառման անհրաժեշտությունը դառնում է արդիական, ինչը կարևորում է նաև այդ գործընթացում հոգեբանական օրինաչափությունների բացահայտմանը միտված հետազոտությունների իրականացումը:

Գրականություն

1. Курс экономической теории: Общие основы экономической теории. Микроэкономика. Макроэкономика. Основы национальной экономики: учеб. пособие для студентов вузов /рук. авт. коллектива и науч. ред. **А. В. Сидорович**, М.: «Дело и Сервис», 2007, 1040 с.
2. Курс экономической теории, /Учебник для вузов под ред. **Чепурина М. Н.**, – 6-е исправленное, дополненное и переработанное издание – Киров: «АСА», 2009, 848 с.
3. **Нейман Дж., Моргенштерн О.** Теория игр и экономическое поведение». – М.: «Наука», 1970, 707 с.

4. **Пасыпанова О. С.** Экономическая психология: психологические аспекты поведения потребителей. // Монография.-Калуга: Изд-во КГУ им. К.Э. Циалковского, 2012, 296 с.
5. **Райзберг Б.А.** Современный экономический словарь /Б. А. Райзберг, Л. Ш. Лозовский, Е. Б. Стародубцева. – 6-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2017, 512 с.
6. **Саймон Г.А.** Рациональность как процесс и продукт мышления. /THESIS, 1993, вып. 3, с. 16-38. (Herbert A. Simon. Rationality as Process and as Product of Thought. Richard T.Ely Lecture // American Economic Review, May 1978, v. 68, no. 2, p.1-16. American Economic Association, 1978, Перевод д.э.н. К. Б. Козловой и М. А. Бланко).
7. **Саймон Г.А.** Методологические основания экономики / Системные исследования. Методологические проблемы. Ежегодник 1989-1990. – М.: Наука, 1991, с. 91-109.
8. **Уильямсон О.И.** Поведенческие предпосылки современного экономического анализа, /THESIS, 1993, вып. 3, с. 39-49. (Oliver E. Williamson. Behavioral Assumptions. In: O. E. Williamson. The Economic Institutions of Capitalism. Firms, Markets, Relational Contracting. N.Y.: The Free Press, 1985, p.44-52. // Oliver E. Williamson, 1985, Перевод А. В. Белянина)
9. **Kahneman D., Tversky A.** Prospect Theory: An Analysis of Decision under Risk. J. Econometrica. V. 47. No. 2 (Mar., 1979), pp. 263-291.
10. **Kahneman D., Tversky A.** Choices, Values, and Frames. Russel Sage Foundation. Cambridge University Press, 2000, 840 p.
11. **Schoemaker Paul J.H.** The Expected Utility Model: Its Variants, Purposes, Evidence and Limitations //Journal of Economic Literature, The American Economic Association, June 1982, v. XX, no. 2, 1982, p. 529-563.
12. **Simon H.A.** A Behavioral Model of Rational Choice // The Quarterly Journal of Economics. V. 69, No1
13. (Feb.,1955), pp. 99-118.
14. **Simon H.A.** Theories of Decision-Making in Economics and Behavior Sciences. The American Economic Review, Vol. 49, Issue 3 (Jun., 1959), pp. 253-283.

АКТУАЛЬНОСТЬ РАССМОТРЕНИЯ ПСИХОЛОГИЧЕСКИХ ФАКТОРОВ В ПРОЦЕССЕ ПОСТРОЕНИЯ МОДЕЛЕЙ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОВЕДЕНИЯ

Восканян К. В. (ЕГУ, Ереван, Армения)

В экономических теориях большое внимание уделяется исследованиям поведения различных социальных единиц (личностей, референтных групп, этносов) как экономических субъектов и моделированию этого поведения. Предпринимаются попытки построить модели экономического поведения с

применением математических методов. В этом контексте, в области психологии стали актуальными решения таких проблем, в которых индивидуальные и этнопсихологические особенности экономических субъектов выступают в качестве факторов формирования экономического поведения. Предполагается, что экономическая деятельность, которая осуществляется с учетом психологических особенностей различных слоев общества, может способствовать формированию здоровых экономических отношений внутри общества, что, в свою очередь, может предотвратить процесс социальной стратификации, предохраняя общество от политических потрясений.

Ключевые слова: личность, экономический агент, экономическое поведение, моделирование, мотивации, выбор, психологические факторы.

TOPICALITY OF CONSIDERATION OF PSYCHOLOGICAL FACTORS IN THE PROCESS OF STRUCTURING MODELS OF ECONOMIC BEHAVIOR

Voskanyan K. V. (YSU, Yerevan, Armenia)

In economic theories, considerable importance is attached to the research connected with the manifestations of the behavior and modelling of different social entities (individuals, reference groups, ethnic groups) as economic entities. Attempts are made to construct effective economic behavioral models by applying mathematical methods. In this context, solutions to problems in which individual and ethno-psychological peculiarities of economic entities act as factors have become relevant in psychology. It is assumed that economic activity which takes into account psychological peculiarities of different social layers of society can contribute to the formation of balanced inter-communal economic relations, which, in its turn, can prevent the process of economic stratification, containing antagonistic elements, and keep the society away from political shocks.

Keywords: individual, economic agent, economic behavior, modelling, motivations, choices, psychological factors.