

Влияние денежной иллюзии на принятие экономических решений в условиях фундаментальной неопределенности*

Научный руководитель – Неверов Александр Николаевич

Голубев Федор Сергеевич

Студент (магистр)

Поволжский институт управления имени П.А. Столыпина - филиал «Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации», Факультет магистратуры и аспирантуры, Саратов, Россия

E-mail: golubevfs@gmail.com

В современной науке существует противоречие между концепциями и теориями поведения человека в экономической сфере, разработанными в психологии, и моделью экономического поведения, принятой в экономической теории. Данное противоречие активно исследуется в последние 50 лет в рамках экономической психологии. Одним из наиболее ярких эффектов, обнаруженных при исследовании реального экономического поведения, отклоняющегося от модели, принятой в экономике, выступает феномен, получивший название «денежная иллюзия» [4] [5] [6]. Отдельной фундаментальной проблемой выступает исследование экономической активности человека в условиях фундаментальной неопределенности [2]. Под фундаментальной неопределенностью мы понимаем ситуацию, когда невозможно просчитать вероятность наступления события. Современная экономическая действительность полностью отвечает всем характеристикам среды с фундаментальной неопределенностью. Частью решения проблемы построения модели экономической активности личности в условиях фундаментальной неопределенности выступает экономико-психологическое исследование процессов, связанных с феноменами денежной иллюзии. В связи с этим, нами было проведено лабораторное экономико-психологическое исследование, направленное на выявление особенностей денежной иллюзии в условиях фундаментальной неопределенности. В качестве условий эксперимента была выбрана экономико-психологическая модель совершенной экономики, разработанная в Центре психолого-экономических исследований [1].

В данном исследовании под денежной иллюзией понимается искаженное восприятие всеобщего эквивалента обмена (денег), заключающееся в принятии решений исходя не из реальной покупательной способности денег, а из номинальной суммы денег [3].

В рамках эксперимента были смоделированы условия принятия решений экономическим агентом в последовательной серии операций с набором товаров. Агенты были представлены малыми социальными группами (диадами и триадами).

В рамках экспериментального дизайна был предусмотрен пересчет всех имеющихся у экономического агента товаров по первоначальной цене P_0 после последней итерации n , поэтому испытуемому известна максимальная полезность каждого из товаров на последний ход. Для проверки гипотезы о подверженности эффекту иллюзии денег производилось сопоставление данных о ценах и результатах последней итерации. Результативность участника эксперимента оценивается в преумножении своего стартового капитала, выраженного в денежном эквиваленте (20000 у.е.). Было выдвинуто предположение о том, что агент принимает решение о действии, исходя из цены предыдущей итерации P_{n-1} , т.к. находясь в рамках фундаментальной неопределенности не может просчитать вероятность наступления цен P_n . Для распределения весов коэффициента денежной иллюзии были сформулированы восемь условий для продажи и покупки, которые определяют оценку,

присеваемую участнику эксперимента соответственно. Для продажи веса были распределены следующим образом: $P_0 > P_n$ и $P_0 > P_{n-1}$: 2; $P_0 > P_n$ и $P_0 < P_{n-1}$: 1; $P_0 < P_n$ и $P_0 < P_{n-1}$: -2; $P_0 < P_n$ и $P_0 > P_{n-1}$: -1.

Для покупки все веса распределены обратным образом.

Общий бал коэффициента денежной иллюзии считался путем суммирования весов для каждого испытуемого. $K = 2y(m) + y(m) - y(m) - 2y(m)$, где y - количество реализованных сделок по различным товарным наименованиям, m - индекс игрока. Таким образом, чем ниже суммарная оценка, тем меньше испытуемый был подвержен эффекту иллюзии денег.

Участниками экспериментальных сессий стали ученики старших классов и студенты экономических специальностей. Общее число агентов составило 60. На последний ход действовали, т.е. покупали и/или продавали 45 экономических агентов (75%). Анализ данных показал, что только 11,11% из действовавших экономических агентов не были подвержены эффекту иллюзии денег, согласно установленному ранее коэффициенту. 88,89% продемонстрировали денежную иллюзию. Среднее значение коэффициента денежной иллюзии после распределения весов равно 4,36. Максимальное значение было равно 18, т.к. агентом было принято решение о продаже каждого из наименований товаров. Минимальное значение коэффициента денежной иллюзии составило -17, команда выполнила операцию покупки по 10 различным товарам. Для анализа ситуации по значению цены P_n и вероятности ее наступления испытуемым предлагалось предсказать уровень цен. Для этого предусмотрен бланк, в который перед каждым подсчетом итогов хода испытуемые вписывают цену товара для текущей итерации и вероятность ее наступления. Совместный анализ действий на последней итерации n и прогноза цен P_n показал, что инструментом прогнозирования пользовалось 43,33% агента, при этом составили прогноз и предприняли действие на последний ход 35%. При сравнении полученного коэффициента денежной иллюзии с бланком прогноза цен был проведен анализ корреляционной зависимости между показателем коэффициента денежной иллюзии и наличия прогноза цен $r = -0,27$. Данное наблюдение требует более тщательного рассмотрения и увеличения выборки для анализа. Интересно, что команда, показавшая максимальный коэффициент денежной иллюзии не составлял прогноза цен, а команда с минимальным коэффициентом напротив, спрогнозировала цену P_n , причем достаточно близко к сложившейся в ходе работы рынка.

** Работа выполнена в рамках проекта РФФИ № 18-013-00952 «Конкурс проектов 2018 года фундаментальных научных исследований на тему: «Психологические особенности экономической активности личности в условиях совершенной экономики»»*

Источники и литература

- 1) Марков В.А. Экономико-психологическое моделирование / Под ред. Неверова А.Н., Маркова А.В. – Саратов: ИЦ Наука, 2010. – 389с.
- 2) Неверов А.Н. Экономико-психологические факторы общественного развития. – Саратов, 2008 – 199с.
- 3) Ожегов С.И. Толковый словарь русского языка: Ок. 1000000 слов, терминов и фразеологических выражений / под ред. проф. Л.И. Скворцова – 27-е изд. Испр. // М. Аст: Мир и Образование 2018 – 736 с.
- 4) Акерлоф Дж. Spiritus Animalis, или как человеческая психология управляет экономикой и почему это важно для мирового капитализма / Дж. Акерлоф, Р. Шиллер; пер. с англ. Д. Прияткина; под научн. ред. А. Суворова; вступ. ст. С. Гуриева -М.: ООО «Юнайтед Пресс», 2010. 273 с.
- 5) Fisher I., The Money Illusion, New York: Adelphi Company 1928

- 6) Keynes J.M. 1973 [1936]. The General Theory of Employment, Interest and Money. New York: Macmillan. Русскоязычное издание: Кейнс Дж. М. Общая теория занятости процента и денег. Избранное. М.: Эксмо. 2009. 371 с.