

К. е. н. Павлов Р. А., д. філос. н. Павлова Т. С.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

МОДЕЛЮВАННЯ ВПЛИВУ СОЦІАЛЬНО-ЕТИЧНИХ ЧИННИКІВ НА РИНКОВУ ПОВЕДІНКУ ЕКОНОМІЧНИХ АГЕНТІВ

Моделювання ринкової поведінки економічних агентів ґрунтується на двох припущеннях: раціональність та пошук особистої вигоди [8]. Отже, індивід повинен раціональним чином здійснювати власні ринкові дії для досягнення поставленої мети, що часто пов'язують з просуванням особистих економічних інтересів [10]. З позицій теорії ігор передбачається, що економічні агенти прагнуть максимізувати функцію корисності, яка враховує виключно їх індивідуальний егоїстичний інтерес (подається в вигляді економічного виграшу, що одержується в грі).

В межах експериментальної економіки проведено безліч досліджень, результати яких дають змогу уточнити уявлення про економічну поведінку ринкових суб'єктів. Існують роботи, в яких були зроблені спроби підтвердити класичне уявлення щодо раціональної економічної поведінки, наприклад [9], де результати продемонстрували збіжність ринків до конкурентної рівноваги. Проте, у випадках багатьох інших ринкових ситуацій, зокрема, соціальних дилем – висунуті з позицій теорії ігор положення наполегливо, але безрезультативно намагаються підтвердити емпіричним шляхом [2; 3]. На тлі такої неповноти були розроблені нові моделі на основі коригування двох класичних припущень, що лежать в основі традиційного уявлення про ринкову поведінку економічних агентів. Найбільшою мірою вчені-економісти уточнили припущення про пошук особистої вигоди, визнавши, що корисність для економічних агентів не обмежується лише власною матеріальною вигодою. Тобто, економічний агент прагне до максимізації власної функції корисності, але тепер він може враховувати й інші фактори:

- 1) матеріальна вигода інших економічних агентів [1];

2) соціально-етичні норми, які він засвоїв (наприклад, взаємність, справедливість або правота) [6; 5];

3) деякі неконгруентні моральні емоції (наприклад, сором, вина, гнів або подяка) як форма психологічних витрат або вигод.

З одного боку, моральні емоції можуть бути причиною розвитку і поширення моральних цінностей та оцінок (які беруть участь у створенні соціальних норм), але з іншого боку – можуть відігравати особливу роль в їх існуванні в суспільстві. Таким чином, розгляд відношення економічних агентів до існуючих суспільних норм з позицій економіко-математичних моделей відіграє значну роль в розумінні процесів, які призводять до прийняття доречної в соціально-економічному контексті поведінки.

Моделі в рамках еволюційної теорії ігор не розглядають вплив емоцій в контексті формуванні морально-етичних суджень. Такі моделі не враховують, що моральні емоції відіграють важливу роль в побудові соціальних норм, а також трансформації індивідуальної соціально-економічної поведінки в контексті сприяння їх дотриманню. Отже, це спонукає категорично засуджувати поведінку індивідів-порушників або ж, навпаки – схвалювати тих, які обрали модель зразкової моральної поведінки.

Деякі з економічних моделей є більш доречними в випадках підтримки та дотримання соціально-етичних норм, а не їх виникнення. Соціально-етичні норми (як і санкції за їх недотримання) присутні в співтовариствах людей. Більш того, навіть за умови існування деяких культурних відмінностей (щодо застосуванні таких норм), вони як правило стосуються певних загальних тем: обмін, справедливість, взаємність, взаємодопомога або співробітництво. Наприклад, норма, яка найбільш часто використовується в більшості моделей соціальних переваг, полягає в визначенні справедливої винагороди [7], коли економічні агенти можуть судити як про власну поведінку, так і про поведінку інших індивідів. Соціальна норма справедливості може виникати з уявлень щодо справедливості на основі моральних емоцій в контексті сприяння міжособистісних відносин.

Відсутність точної відповіді на питання щодо появи тих або інших соціально-етичних норм може частково пояснити чому моделі соціальних переваг часто розглядаються як *ad hoc* (в тому сенсі, що висновки, які отримуються в рамках таких моделей, безпосередньо ґрунтуються на висунутих в таких моделях особливих припущеннях), а формалізація моделювання процесів економічної поведінки часто співвідноситься з існуванням певної норми економічної поведінки в контексті досягнення рівноважного стану.

Список використаних джерел:

1. Гринько Т. В. Організаційні зміни на підприємстві в умовах його інноваційного розвитку / Т. В. Гринько, Т. З. Гвініашвілі // Економічний часопис-XXI. – 2015. – № 1-2(2). – С. 51-54.
2. Camerer, C., & Ho, T.-H. (2015). Behavioral game theory, experiments and modeling. In H. P. Young & S. Zamir, (Eds.), *Handbook of game theory* (pp. 517-573). Amsterdam: Elsevier. doi: 10.1016/B978-0-444-53766-9.00010-0.
3. Fehr, E., & Schmidt, K. M. (2006). The economics of fairness, reciprocity and altruism : experimental evidence and new theories. *Handbooks in Economics*, 23, 615-691.
4. Grynko, T., Krupskyi, O., Koshevyi, M., & Maximchuk, O. (2017). Modern concepts of financial and non-financial motivation of Service Industries Staff. *Journal Of Advanced Research In Law And Economics*, 8(4(26)), 1100-1112. doi: 10.14505//jarle.v8.4(26).08
5. Pavlova, T. S., & Bobyl, V. V. (2018). The phenomenon of negative emotions in the social existence of human. *Anthropological Measurements of Philosophical Research*, 14, 84-93. doi:10.15802/ampr.v0i14.115314
6. Pavlova, T., Zarutskaya, E., Pavlov, R., & Kolomoichenko, O. (2019). Ethics and law in Kant's views: the principle of complementarity. *International Journal of Ethics and Systems*, 35(4), 651-664. doi: 10.1108/IJOES-04-2019-0080
7. Schelling, T. (1960). *The strategy of conflict*. Cambridge: Harvard University Press.
8. Sen, S., & Airiau, S. (2007). Emergence of norms through social learning. *20th International Joint Conference on Artificial Intelligence*, 1507-1512.
9. Smith, V. (1962). An experimental study of competitive market behavior. *The Journal of Political Economy*. 70(2), 111-137.
10. Vanberg, V. (2008). Why do people keep their promises? an experimental test of two explanations. *Econometrica*, 76(6), 1467-1480.