

# ПРИЧИНЫ ПРОЯВЛЕНИЯ СТАДНОГО ПОВЕДЕНИЯ В ЭКОНОМИКЕ

ЛЕПА Р. Н.

доктор экономических наук

Донецк

ТУРЛАКОВА С. С.

кандидат экономических наук

Краматорск

В соответствии с предпосылкой о рациональности поведения экономических субъектов в классической экономической теории индивиды способны полностью обрабатывать получаемую информацию с учетом правил теории вероятностей и использовать ее с максимальной эффективностью. Практическое применение теории вероятностей для объяснения рациональности поведения экономических субъектов в теории ожидаемой полезности предложили ученые фон Нейман и Моргенштерн [1]. Однако в [2] нобелевский лауреат М. Алле поставил под сомнение тот факт, что на практике в процессе принятия решений субъекты всегда руководствуются рациональными мотивами поведения. Парадокс М. Алле явился плацдармом для развития теории перспектив, предложенной Д. Канеманом и А. Тверски [3], которая опирается на факты отклонения поведения ЛПР от постулата рациональности. Иррациональность, связанная с проявлениями некомпетентности, нежеланием обосновывать решения, недостаточной информированностью экономических агентов является причиной возможного проявления стадного поведения субъектов в процессе принятия решений.

Целью настоящего исследования является анализ причин проявления стадного поведения в экономике.

Исследователями давно отмечено, что человеку в некоторых ситуациях свойственно имитировать поведение окружающих. Этот феномен в науке имеет определение «стадного поведения». В психологическом аспекте А. Ребер в работе [4] рассматривает стадность как «тенденцию желать человеком своей принадлежности к группам или получать удовлетворение от групповой активности или групповой работы». Аналогично в [4] Н. М. Амосов отмечает, что «стадность человека выражена целым набором потребностей — чувств и действий, замыкающихся на других людей: общаться, самоутверждаться, догонять передового, подражать, подчиняться и верить лидеру, принадлежать к группе». Такая трактовка понятия стадности отражает возможные причины стадного поведения различных экономических субъектов, однако проявление стадности как следствие потребности в общении в экономике является дискуссионным. Кроме того, аналогично предыдущему определению не учитывает внешних интенций экономических агентов и их информированности в процессе принятия решений.

Так, Дж. Сорос в [5] отмечает, что стадность «выражает свойство массовых инвестиционных процессов, когда все ориентируются друг на друга и одновременно

покупают и продают одни и те же активы». Как показывает практика, наиболее ярко выражено проявление стадного эффекта в процессе принятия решения иностранным инвестором о приходе на рынок [6]. Так, принятие решений при инвестировании на основании использования знаний о преимуществах первопроходцев, т. е. с проявлением фактора стадности, имеет место, когда потоки иностранных инвестиций являются функциями потоков других финансовых инвестиций. Проявление фактора стадности в описанном случае заключается в том, что критическая масса предыдущих инвестиций действует как сигнал для инвестора о принятии решения по приходу на конкретный рынок. Таким образом, Дж. Сорос определяет влияние информированности экономических агентов на процесс принятия решений.

В [7] стадное поведение (herd behavior) определено как «процесс имитирования поведения окружающих, или информационного каскада (в случае если индивид ориентируется на большую группу людей)». В [7] определено влияние информированности экономических агентов на процесс принятия решений и возможной причиной стадного поведения в экономике отмечена имитация действий других индивидов. Кроме того данное определение отмечает последовательность принятия решений каждым из индивидов, при этом каждый последующий видит, что сделали все предыдущие, но не знает их истинных предпочтений.

Аналогично в модели, предложенной Д. Шарфстейном и Д. Стейном [8], управляющие деньгами принимают инвестиционные решения, думая о том, что тем самым они посылают рынку сигнал о своей квалификации. Действия менеджеров, которые принимают «правильные» решения, должны быть одинаковы. Того, кто действует в противоядие мнению основной массы менеджеров, скорее признают управляющим с низкой квалификацией. Кроме того, плохая квалификация провалившегося менеджера выявляется только в том случае, если он был оригинален. Если же он действовал как все, то его профнепригодность остается незамеченной. В результате за «толпой» могут последовать не только плохие менеджеры, но и специалисты выше среднего уровня.

В модели А. Банержи [9] каждый человек обладает приватной информацией по какому-либо вопросу (но он не уверен, что она правильная), а также может наблюдать действия других, и информация, получаемая через это наблюдение, имеет такую же ценность. Люди могут наблюдать только действия других людей, но не знают их мнение и логику мышления и в принятии собственного решения руководствуются действиями основной массы. Таким образом, в моделях принятия решений Д. Шарфстейна, Д. Стейна и А. Банержи к основным причинам стадного поведения относится то, что ЛПР считает, что получает важную информацию из наблюдений поведения других участников, а также то,

что АПР в процессе принятия решений не учитывает свою собственную информацию.

Д. Акерлоф, М. Спенс и Д. Штиглиц в 2001 году получили Нобелевскую премию за развитие информационной экономики, базовые понятия которой в дальнейшем получили развитие в изучении стадного поведения.

Д. Акерлоф в статье [10] на примере рынка подержанных машин описал зависимость цен, спроса и предложения на товар от информированности продавцов и покупателей. Базируясь на теории информационной экономики Д. Акерлофа [10], М. Спенс [11] создал сигнальную теорию, где рабочей силы показывает, как можно послать сигнал о том, что продается товар хорошего качества. Согласно теории рыночных сигналов М. Спенса продавцы могут увеличить объем продаж при помощи предоставления покупателям дополнительной информации о качестве своих услуг. В качестве дополнительной информации могут выступать: фирменные знаки, гарантии, рекомендации, поручительства, квалификация. Передача сигналов требует, чтобы экономические агенты предпринимали дорогостоящие меры для убеждения других агентов в своих деловых возможностях, в ценности или качестве продукции. Передача сигналов не будет иметь успеха, если затраты на нее не отличаются среди отправителей сигналов, то есть претендентов на рабочее место. Работодатель выделяет среди претендентов на должность тех, у кого более высокое и, соответственно, более дорогое образование. Если разницы в уровне образования не существует, то работодатель не в состоянии определить, кто из претендентов обладает большей производительностью. Итак, основной идеей сигнальной теории является то, что некоторые экономические действия экономических агентов на рынке могут интерпретироваться как сигналы для принятия конкретного потребительского решения. Применение сигнальной теории на потребительских рынках может вызывать стадное поведение, которое проявляется в выборе потребителями именно того товара, о котором послан сигнал. Таким образом, можно наблюдать информационное управление стадным поведением потребителей.

Д. Штиглиц и С. Гроссман в [12], базируясь на предпосылке о затратности получения информации, предположили, что рыночные цены могут в разной степени отражать реальную стоимость активов. Если бы все игроки были одинаково информированы, то рыночные цены отражали бы реальную стоимость активов (их доходность). Но в связи с тем, что получение информации сопряжено с затратами, каждый игрок выбирает: стать информированным и понести затраты или остаться неинформированным, но сэкономить. Чем дороже информация, тем большая часть игроков предпочтет вариант неинформированности. В [12] предполагается, что информированные знают реальную доходность активов, а неинформированные наблюдают только их рыночную цену и высчитывают доходность косвенным образом. Когда на рынке одни неинформированные игроки, то рыночные цены тоже становятся неинформативными, т. к. причины цен активов неизвестны. В таком случае цена может отражать высокую доходность либо то, что

предложение данного актива очень ограничено, т. е. рыночная цена несет в себе информацию о доходности актива, но становится шумным сигналом. Именно за счет зашумленности сигнала у информированных есть возможность отыгаться на неинформированных и окупить затраты на приобретение информации.

Таким образом, теоретики информационной экономики исследовали как зависит количество и цена покупаемого товара от информированности продавца и покупателя. Эти исследования стали базовыми в развитии теории информационных каскадов, которые как будет позже доказано наиболее точно описывают стадное поведение экономических агентов.

**В**первые термин информационного каскада в стадном поведении был предложен С. Бикчандани, Д. Хиршлейфер и И. Уэлш в [7]. Здесь авторы, исследуя поведение экономических агентов на рынке, приводят пример с угадыванием состояния мира, которое может быть черным или белым. Черное состояние представлено «черной» урной, в которой находятся по большей части черные шарики, но есть и немного белых, а в «белой» урне – наоборот, больше белых. Участники по очереди тянут шарики из урны и, вытянув шарик, озвучивают свои предположения о цвете урны: «белый» или «черный». Каждый видит цвет своего шарика и слышит, что сказали предыдущие участники, но не видит какие шарики они вытянули. В случае, если первый вытянутый из «белой» урны шарик – белый, – первый участник, будучи рациональным, говорит «белое», т. к. в «белой» урне белых шариков больше, чем черных. Если второй шарик тоже белый, то второй участник скажет «белое», и третий – тоже, даже если он вытянул черный шарик (ведь он уже дважды слышал «белое»). При этом авторы говорят о восходящих или «правильных» каскадах, т. е. каскадах, в которых состояние мира угадано правильно. Если второй шарик оказался черным, то второй участник может сказать как «черное», так и «белое», с равной вероятностью. Каскад пока не развивается. Но если первый участник вытянет черный шарик, а второй участник скажет «черное» (не зависимо от того, какой шарик он вытянул), ориентируясь на первого участника, – велика вероятность того, что третий участник, вытянув белый шарик, также скажет «черное». Аналогично предыдущим последующие участники эксперимента выберут «черное». В таком случае авторы говорят о нисходящем каскаде, в котором состояние мира угадано неправильно. И очевидно, что чем больше в «белой» урне черных шариков, тем вероятнее развитие нисходящего каскада. Здесь, суть идеи информационного каскада в том, что если на рынке частная информация отдельных игроков не является публично доступной, то это может вести к стадному поведению. Экономические агенты, действуя на основе своей частной информации и публичной информации относительно поведения других, могут пойти в неправильном направлении, хотя коллективно, все вместе, они обладают достаточной информацией, чтобы идти туда, куда надо. Каскад развивается с большей вероятностью, если в самом начале большее количество людей совершили одинаковое действие (напри-

мер, купили акции), пусть даже все из них действовали исключительно на основе своей частной информации и эти действия оказались одинаковыми совершенно случайно. Еще больше может усилить каскад действие человека, который считается гуру. Таким образом, под информационным каскадом понимается такое поведение индивида, когда он принимает решения не только на основе информации, которой сам располагает, но и учитывая то, как поступают другие. Формальная модель информационного каскада подразумевает, что индивиды принимают решения последовательно, то есть один за другим, при этом каждый последующий видит, что сделали все предыдущие, но не знает их истинных предпочтений. Ярким примером информационных каскадов являются набеги вкладчиков на банки в момент появления слухов об их неустойчивости.

В [13] приведены результаты эксперимента, в ходе которого воспроизводилась ситуация, аналогичная примеру с «черными» и «белыми» урнами. Участники эксперимента в начале игры обладали определенным количеством «акций» и «денег», а вместо урн были высокие или низкие дивиденды, которые они могли получить. За определенную плату экономические агенты могли купить (а могли и не купить) зашумленную информацию о том, какими же эти дивиденды будут. При этом они понимали, что полученный ими сигнал верен лишь с определенной вероятностью. После получения сигнала можно было либо попытаться продать свои акции, либо купить чужие. Эксперимент проводился для десяти временных периодов. Эксперимент показал, что экономические агенты в действительности могут вести себя так, как предсказывает модель информационного каскада.

Итак, резюмируя вышесказанное, можно утверждать, что в настоящее время стадность наиболее изучена в рамках теории информационных каскадов, которая наиболее полно дает ответы на вопросы о причинах принятия субъектами тех или иных решений, и является важнейшей и доминирующей линией исследований, посвященных стадному поведению. Основной особенностью проявления стадного поведения в экономических системах является подражание в поведении субъектов, которые в процессе принятия решений руководствуются иррациональными мотивами. При этом иррациональность субъектов проявляется в принятии решений, противоречащим их прямой выгоде и/или собственным интенциям (намерениям). Анализ, проведенный в статье, подтверждает, что процесс принятия решений напрямую зависит от информированности субъектов, их компетентности относительно предметной области, где наблюдается стадное поведение, а также внутренних (намерения ЛПР) и внешних (институциональные нормы, обычаи) интенций. Кроме того, важными являются полнота и достоверность информации, которой располагают субъекты. Перспективным направлением исследования является изучение возможности управления стадностью посредством информационного воздействия на субъектов принятия решений. ■

## ЛИТЕРАТУРА

1. **Дж. фон Нейман, О. Моргенштерн.** Теория игр и экономическое поведение. — М.: Наука, 1970. — 708 с.
2. **Алле М.** Поведение рационального человека: критика постулатов и аксиом американской школы // THESIS. — 1994. — Т. 5 — С. 217–241.
3. **Kahneman D.** Prospect theory: an analysis of decisions under risk / D. Kahneman, A. Tversky // *Econometrica*. — 1979. — V. 47. — P. 263–291.
4. **Амосов Н. М.** Мое мировоззрение / Н. М. Амосов. — Донецк: Сталкер, 1998. — 375 с.
5. **Сорос Дж.** Кризис мирового капитализма. Открытое общество в опасности / Дж. Сорос. — М.: Инфра-М, 1999. — 262 с.
6. **Сорнетте Д.** Как предсказывать крахи финансовых рынков / Д. Сорнетте. — М.: Интернет-Трейддинг, 2003. — 400 с.
7. **Bikhchandani S.** A Theory of Fads, Fashion, Custom, and Cultural Change as Information Cascades / S. Bikhchandani, D. Hirshleifer, I. Welch // *Journal of Political Economy*, 1992. — №100. — P. 992–1026.
8. **Scharfstein D.** Herd Behavior and Investment / D. Scharfstein, J. Stein // *American Economic Review*. — 1990. — № 80(3).
9. **Banerjee A.** A Simple Model of Herd Behavior / A. Banerjee // *Quarterly Journal of Economics*. — 1992. — №3(107).
10. **Akerlof G.** The Market for «Lemons»: Quality Uncertainty and the Market Mechanism / G. Akerlof // *Quarterly Journal of Economics*. — 1970. — 3(84).
11. **Spence M.** Job Market Signalling / M. Spence // *Quarterly Journal of Economics*, 1973. — №3(87).
12. **Grossman S. J.** On the Impossibility of Informationally Efficient Markets / S. J. Grossman, J. Stiglitz // *American Economic Review*, 1980. — №70 (3). — P. 393–408.
13. **Hey J.** Do Markets Drive Out Lemmings – Or Vice Versa? / J. Hey, A. Morone // *Economica*, 2004. — №71.