

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
КОМИТЕТ ПО НАУКЕ И ВЫСШЕЙ ШКОЛЕ САНКТ ПЕТЕРБУРГА**

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

**НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ ЛАБОРАТОРИЯ
ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ПСИХОЛОГИИ И ПСИХОЛОГИЧЕСКОЙ ЭКОНОМИКИ**

ОБЩЕСТВЕННАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ «СОВЕТ МОЛОДЫХ УЧЕНЫХ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА»

**ИННОВАЦИОННО-МАРКЕТИНГОВЫЙ ЦЕНТР
«НАУКА ВЫСШЕЙ ШКОЛЫ–САНКТ-ПЕТЕРБУРГУ»**

**ПЯТНАДЦАТАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ НАУЧНО-
ПРАКТИЧЕСКАЯ ЮБИЛЕЙНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ**

**«ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ПСИХОЛОГИЯ:
СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ И
ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ»**

24–27 НОЯБРЯ 2015 г.

МАТЕРИАЛЫ КОНФЕРЕНЦИИ

*Конференция проводится
при финансовой поддержке
Комитета по науке и высшей школе
Правительства Санкт-Петербурга*

**Санкт-Петербург
2015**

ББК 88.5

Д 37

Пятнадцатая международная научно-практическая юбилейная конференция «Экономическая психология: современные проблемы и перспективы развития». 24–27 ноября 2015 г.: Материалы конференции. — СПб.: Изд-во ИМЦ «НВШ–СПб», 2015. — 408 с.

В опубликованных материалах рассматриваются актуальные современные проблемы экономической психологии и психологической экономики.

Материалы могут быть использованы в учебной, научной и практической деятельности.

Мнение редакторов не всегда совпадает с мнением автора.

Под научной редакцией

засл. деят. науки, д-ра экон. наук, проф. А. Е. Карлика
канд. экон. наук Э. Х. Локшиной

Рецензенты

д-р экон. наук, проф. Э. Н. Кроливецкий
д-р экон. наук, проф. П. А. Аркин

ISBN 978-5-902456-31-5

Зарегистрировано в системе РИНЦ
(Лицензионный договор № 1930-09/2014К)

© Изд-во ИМЦ «НВШ–СПб», 2015

Д. Р. Айрапетян

ПРОЯВЛЕНИЕ ДЕНЕЖНОЙ ИЛЛЮЗИИ ЭКОНОМИЧЕСКОГО АГЕНТА В СИСТЕМЕ СУБЪЕКТИВНОГО КОНТРОЛЯ ЛИЧНОСТИ¹

Аннотация. В статье рассматривается проявление денежной иллюзии экономических агентов в потребительском поведении с использованием иностранной валюты и валюты собственной страны. Также проводятся корреляционные связи между уровнем субъективного контроля и проявлением денежной иллюзии.

Ключевые слова: денежная иллюзия, восприятие валютного курса, уровень субъективного контроля.

D. R. Hayrapetyan

MANIFESTATION OF MONEY ILLUSION OF ECONOMIC AGENTS IN THE SYSTEM OF SUBJECTIVE CONTROL OF PERSONALITY

Abstract. The article deals with the manifestation of money illusion of economic agents in consumer behavior with the use of foreign currency and the currency of their own country. Also was examined the correlations between the level of subjective control and manifestations of money illusion.

Keywords: money illusion, perception of exchange rate, subjective control level.

Постановка и разработанность проблемы

То, что потребительское поведение зависит от субъективного восприятия и оценки цены товара экономическим агентом, имеет давнюю традицию исследования и в экономической теории и в смежных науках. Это очень тщательно изучается в поведенческой экономике (Behavioral economics). Практические выводы многочисленных экспериментальных исследований помогли практикам при составлении ценообразований и торговых предложений разных товаров. Денежная иллюзия (далее ДИ), одна из распространенных ошибок финансового поведения экономического агента описывает склонность людей вос-

¹ Исследование было проведено в рамках государственного гранта 13YR-5A0010 «Психологические эвристические механизмы в денежном поведении потребителя и их преодоление».

принимать номинальную стоимость денег, а не их реальную покупательную способность. Термин впервые ввел Ирвинг Фишер и дал его экономическое определение. Фишер впервые начал обсуждать проблему несоответствия постоянной изменчивости покупательной способности денег и их константного восприятия [1].

В системе валютных сделок люди более склонны замечать изменения иностранной, а не собственной валюты. И этот конфликт проявляется тогда, когда экономический агент сталкивается с конвертацией валюты и покупкой товаров или услуг. Первое описание психологических механизмов денежной иллюзии дали Елдар Шафир, Петр Даймонд и Амос Тверски. Они объясняют денежную иллюзию наличием в восприятии субъекта рамочным эффектом. Экономические сделки в восприятии могут носить либо номинальное, либо реальное выражение. Номинальное представление более просто и зачастую достаточно для краткосрочной перспективы (при отсутствии гиперинфляции), но представление в реальном выражении фиксирует истинное значение сделок. Люди, как правило, знают, что существует разница между реальными и номинальными значениями, но потому, что в одной точке времени, или в течение короткого периода, деньги – важные природные единицы, люди часто руководствуются номинальным значением денег. Следовательно, оценка сделки часто представляет собой смесь номинальных и реальных оценок, которые и порождают денежную иллюзию [6].

Когда задача важна (например, дорогие услуги и товары первой необходимости), необходимые расчеты выполняются полностью. С другой стороны, расчеты могут быть менее тщательными, когда задача имеет меньшее значение, что приводит к большому влиянию номинального представления и укреплению евро иллюзии. Это дает возможность исследовать усилия, которые направлены на выполнение различных стратегий конвертации. Такие прогнозы могут оправдать более подробные предсказания видов и степеней ошибок [2].

Только 2006–2007 гг. польские ученые Тадеуш Тишка и Кристоф Прзибишевски из Centre for Economic Psychology and Decision Sciences of L. Kozminski попытались исследовать некоторые когнитивные и эмоциональные факторы, влияющие на восприятие валютного курса. Как таковые авторы выделили «эмоциональную привязанность к валюте» и «уровень выигрыша и потерь». Они рассматривали эти факторы как факторы, меняющие денежную иллюзию. Они исследовали эмоциональную привязанность поляков к американскому доллару, евро, лире и зоте методом семантического дифференциала [5].

За последние годы мы изучили взаимоотношения проявления ДИ со стилями принятия решения, разниц его проявления в покупатель-

ском и потребительском поведении, также методы его преодоления посредством калькуляционных средств и общения [3].

Методика исследования

Для проверки выдвинутой нами гипотезы мы сформировали методический комплекс, состоящий из двух батарей задач и тестов.

Первый комплекс направлен на измерение денежной иллюзии, для чего мы выделили некий коэффициент денежной иллюзии (КО.ДИ). Методика, сформированная нами состоит из десяти торговых предложений, пять из которых предложены в армянской валюте (AMD), пять – в американских долларах (USD). Испытуемому давалась номинальная (начальная) цена покупки и предлагалось назначить свою цену (со скидкой), которую они готовы заплатить за товар. В результате вычитались проценты снижения цены испытуемому в AMD и USD. КО.ДИ рассчитывалась делением процента снижения цены в AMD на процент снижения цены в USD. Считаем, что этот коэффициент отражает субъективную величину денежной иллюзии.

Предпринятое нами исследование, кроме прочих результатов, также позволяет апробировать этот инструмент как измерительный для денежной иллюзии. Отметим также, что в торговых предложениях мы включили бытовые товары (исключив товары первой необходимости, где ДИ, по данным теоретического обзора, не имеет места) [4].

Второй комплекс был направлен на изучение уровня субъективного контроля личности по 7-и шкалам Шкала общей интернальности (Ио), интернальности в области достижений (Ид), в области неудач (Ин), в семейных отношениях (Ис), в области производственных отношений (Ип), в области межличностных отношений (Им) и в отношении здоровья и болезни (Из).

В исследовании участвовали 191 экономических агентов.

Обсуждение результатов

Как и в предыдущих наших исследованиях, у экспериментальной группы отмечается явная ДИ. В среднем ценовые предложения в AMD снизились на 45.8 % (ст. откл. 17.4, $-6 S - .479$), а \$ 6D – на 39.3 % (ст. откл. 18.6, $-6 S - .789$). Коэффициент ДИ составил 1.43 (ст. откл. 1.0, $-6 S - .000$). Из результатов видно, что хотя и скидки в AMD и USD нормально распределены, но Ко. Ди имеет положительный эксцесс.

Для изучения взаимосвязи денежного поведения экономического агента и его уровня субъективного контроля мы провели корреляционный анализ результатов. Результаты показывают отрицательную корреляционную связь между величиной скидки в AMD и USD и шкалами Ио, Ид, Ин, Из.

Результаты подробно приведены в таблице.

Таблица

Показатели статистически значимых корреляционных связей

		ИО	Ид	Ин	Из	
Спирмен, р	Ск.AMD	r	-.362**	-.321**	-.169*	-.212**
		p	.000	.000	.019	.003
		n	191	191	191	191
	Ск.r SD	r	-.344**	-.252**	-.154*	-.242*
		p	.000	.000	.034	.001
		n	191	191	191	191

Это показывает, насколько значима общая интернальность экономического агента, в области достижений, в области неудач и в отношении здоровья и болезни, настолько экономический агент снижает изначальную цену предлагаемого товара. В плане понимания финансового поведения экономического агента это очень интересная закономерность. Хотя высокий показатель по шкале интернальности соответствует высокому уровню субъективного контроля над любыми значимыми ситуациями, такие люди считают, что большинство важных событий в их жизни есть результат их собственных действий, их отличает более позитивная система отношений к миру и большая осознанность смысла и целей жизни, но в финансовом поведении они готовы на сверхтраты. Хотя именно про проявление ДИ, сделать выводы становится невозможным, поскольку статистически значимых связей с этой шкалов не было установлено.

Нас также заинтересовало, есть ли гендерные различия в финансовом поведении касательно валютных сделок и проявления ДИ. Критерия Т-Стюдента выявило значимость на уровне статистической тенденции по шкале Ск.U6D (Levene's S – 0.8, T-6t S – .054).

Из диаграммы видно, что мужчины более привязаны к изначальной цене, чем женщины и в скидках на иностранной валюте эта разница переходит в разряд статистической тенденции. Относительно ДИ можно сказать, что у женщин она проявляется с меньшей выраженностью, хотя статистически значимых различий не было выявлено.

Заключительные заметки

Денежная иллюзия одна из сложных конструктов финансового поведения экономического агента, изучением которой мы занимаемся последние 3 года. Финансовое поведение относительно валютных сде-

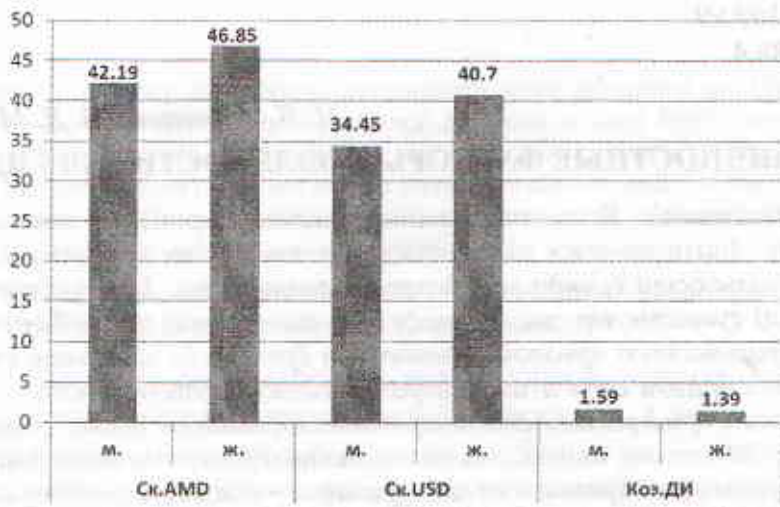


Рис. Диаграмма средних значений проявления ДИ у мужчин и женщин

лок требует более глубокого изучения. В этой статье мы рассмотрели взаимосвязь денежного поведения экономического агента и уровня его субъективного контроля, выяснив, что насколько значима интернальность экономического агента, настолько меньше экономический агент снижает изначальную цену предлагаемого товара. Результаты показали также, что мужчины более привязаны к изначальной цене товара, чем женщины и в скидках на иностранной валюте это разница у женщин переходит в разряд статистической тенденции. Исследование включало также изучение привязанности экономических агентов к разным валютам и взаимосвязь со стилями принятия решений, обсуждение этих результатов будет сделано в других статьях.

Список литературы

1. Fisher, I. The Money Illusion, New York: Adelphi Company. 1928.
2. Gamble, A., Gärling, T., Charlton, J.P. & Ranyard, R. Euro illusion: Psychological insights into price evaluations with a unitary currency. *European Psychologist*. 2002. 9ol. 7, (4), pp. 302–311.
3. e ayrapetyan, a. Factors of reduction of money illusion // Пятая междуна-родная конференция по когнитивной науке: Тезисы докладов: В 2 т. Калининград, 18–24 июня 2012 г. – Калининград. Т. 1: – С. 64–65.
4. e ayrapetyan a. The psychometric parameters of technique of psychodi-agnostic of Poney illusion. *Bulletin of Yereyan 8 ni Yersity*, 2012. 1 137.4, Yereyan, pp. 55–64.
5. Tyszka T. C mzybyszewski h. Cognitive and emotional factors affecting currency perception. *-ournal of EFonoP if3syHology 9oluP e 27, ,ssue 4, August 2006. pp. 518–530.*
6. Shafir b., a iamond m, Tversky A. Money Illusion // *The n quarterly journal of Economics*, 9. (1997) ol. 112, 1 o. 2, pp. 341–374.