

**Прокоф'єв О.А.**  
*аспірант кафедри економічної  
теорії та історії економічної думки  
Одеського національного університету  
імені І.І. Мечникова  
м. Одеса, Україна*

## **МОТИВАЦІЯ У СУЧАСНІЙ ПОВЕДІНКОВІЙ ЕКОНОМІЦІ**

Сучасна економіка є поведінковою економікою, в якій поєднуються економічні і психологічні явища та процеси. Її теоретичне підґрунтя було створено Г. Саймоном та Дж. Катною у 50–60-х роках ХХ століття. Біхевіористи свої дослідження зосереджували на індивідуалістській поведінці і особливу увагу приділяли цілям економічних агентів, розкриваючи, яким чином різнонаправлені рішення менеджерів фірми, в яких реалізуються також і їх власні інтереси та цілі, в кінцевому підсумку забезпечують виконання цілей фірми, формують її як цілісну організовану ефективно функціонуючу систему. Головним механізмом при цьому є індивідуальна поведінка, задовільний результат, відповідна мотивація і обмежена раціональність [1, с. 55]. Мотиви індивідуальний дій визначаються потребами, бажаннями і знаннями. Мотивації керівника при прийнятті рішень є одночасно і індивідуальними (особистими), і професіональними. Індивідуальні мотивації пов'язані з реалізацією потреби відрізнятись від інших керівників та своїх попередників. Професіональні мотивації пов'язані з реалізацією професійних знань [2, с. 47].

У поведінковій економіці для реалізації мотивацій різного рівня сформувалися відповідні моделі заохочення. Найбільш розповсюдженою є модель простого заохочення, яка побудована на врахуванні інтересів агентів, що здійснюють свою діяльність за дорученням принципала. Результати діяльності агента привласнює принципал, тому агент не зацікавлений у збільшенні своїх зусиль для його досягнення, а принципал, навпаки, зацікавлений у тому, щоб агент працював з повною віддачею. В результаті виникає конфлікт інтересів, вирішення якого пов'язане з відповідною мотивацією агента. Якщо зусилля агента прозорі і його дії легко описати і проконтролювати, то сторони підписують контракт. Принципал оплачує агенту його працю, пов'язану зі створенням вигоди принципалу. При цьому останній робить розрахунки щодо обсягу зусиль агента, який забезпечить йому ту чи іншу вигоду, а якщо агент не виконає завдання, принципал йому не заплатить. В даному випадку агент скоріше за все буде вважати, що йому треба діяти у відповідності до завдань принципала, тобто проблема мотивації не виникає.

Проблема мотивації виникає в тому випадку, коли принципал не може прямо контролювати агента. За таких умов виділяють певний сигнал (показник), за яким можна визначити, наскільки ефективні дії агента. Це записується в контракті і на його основі формулюють відповідні стимули. Показник змінюється в залежності від зусиль агента, а спостереження надає інформацію щодо вибору зусиль. В цьому випадку має також місце елемент випадковості, якого важко уникнути [3 с. 153]. Якщо агент реалізує свій інтерес

повною мірою, він буде діяти ефективно. При цьому винагорода повинна бути структурованою, щоб повністю відображати вплив зміни зусиль агента для підвищення ефективності. Взагалі існує дві причини, чому повна відповідальність агента за вигоди і витрати є важливою. По-перше, вигоди можуть бути невизначеними, якщо агент не схильний до ризику і його влаштовують гарантовані виплати. За таких умов ризику слід розділити між принципалом і агентом. По-друге, агент обмежений у фінансовому плані. У такому випадку принципал повинен розробити таку систему стимулів, що буде мотивувати агента прикладати зусилля в необхідному обсязі.

Ідеальна модель передбачає компроміси. В результаті більш інтенсивні стимули збільшують рівень зусиль агента, оскільки це збільшує доходи агента. Але при цьому принципал стикається з проблемою оцінки співвідношення додаткових виплат і додаткових зусиль. Більш сильні стимули слід застосовувати в тому випадку, коли агент недостатньо сприймає ризик і коли показники результативності точніше відображають фактично виконану агентом роботу. Стимули також повинні бути тим сильнішими, чим більше ресурсів доводиться витратити принципалу, щоб викликати більші зусилля з боку агента, і чим простіше агенту відповідати на посилення стимулів. Оптимальна сила стимулів прямо пропорційна очікуваній граничній вигоді принципала від додаткових зусиль і обернено пропорційна складному показнику, який дорівнює  $1 + (\text{варіації оцінкової помилки} \times \text{несприйняття ризику агентом} \times \text{відповідність обраних зусиль збільшенню стимулів})$  [3 с. 159, 209; 4, розд. 7].

Виходячи з даної моделі, можна зробити висновок про те, що, якщо потрібні чіткі стимули, вони повинні бути суттєвими. Це означає, що якщо мотивація слабка, то краще взагалі відмовитися від таких мотивів. У поведінковій економіці роль мотивації важко переоцінити, оскільки вона визначає результативність такої економіки. Тому розробка відповідних стимулів складає головне завдання керівників різних рівнів.

### **СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:**

1. Саймон Г. Теория принятия решений в экономической теории и науке о поведении. – В кн.: Вехи экономической мысли. В 6-ти томах. – Т. 2. Теория фирмы.– СПб.: Экономическая школа, 1999.
2. Горняк О. В. Фірма в економічній теорії та практиці господарювання // О. В. Горняк. – Одеса: Астропринт, 2004.
3. Робертс Дж. Современная фирма. Структура организации для достижения эффективности и роста // Дж. Робертс. – М., СПб., К.: Изд. Дом «Вильямс», 2007.
4. Milgrom P., Roberts J. Economics, Organization and Management. Englewood Chiffs. – NJ: Prentice Hall, 1992.