

ДОМИНИРОВАНИЕ КОНКУРЕНТНОГО ПОВЕДЕНИЯ: ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ

А.Л. Карпов

Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского (Омск, Россия)

Информация о статье

Дата поступления
3 марта 2023 г.

Дата принятия в печать
15 сентября 2023 г.

Тип статьи

Исследовательская статья

Ключевые слова

Экспериментальная экономика, поведенческая экономика, ограниченная рациональность, конкуренция, кооперация, альтруизм, информация

Аннотация. В статье представлен эксперимент, который исследует поведение человека в разрезе двух характеристик: (1) выбор между кооперативной, конкурентной и альтруистической стратегией; (2) раскрытие или сокрытие ключевой информации для принятия решения другим человеком, с которым существует конфликт интересов. В данном эксперименте стояла задача определить, как меняется выбор участников при переходе от отложенного к немедленному выбору, а также по мере перехода от спокойного к эмоциональному состоянию. Отложенный выбор участники делали, отвечая на вопросы анкеты, а немедленный выбор они делали в процессе участия в торгах. Результаты эксперимента показали, что большинство людей, которые осуществляют отложенный выбор, в большей мере склонны выбирать кооперативное поведение, рационально рассуждая и понимая, что такое поведение дает наибольшие выгоды. В состоянии немедленного выбора и в эмоционально-возбужденном состоянии поведение резко меняется и большинство участников выбирают конкурентное поведение, затем, после окончания торгов, возвращаясь к отложенному выбору, опять обращаются к кооперативной стратегии поведения. Такая динамика дает основание предполагать, что в сознании человека существует доминанта конкурентного поведения: очаг возбуждения в нервной системе, связанный с необходимостью быстрого и непосредственного принятия решений, порождает готовность к конкуренции при одновременном торможении кооперативного поведения. Также эксперимент показывает, что существует прямая взаимосвязь между выбором конкурентного поведения и желанием скрывать и манипулировать информацией. Раскрытие информации может быть или вынужденным, когда участник сообщает ключевую информацию для того, чтобы показать, что ему некуда уступать в торгах, или добровольным, когда участник сообщает ключевую информацию для того, чтобы послать другой стороне в переговорах доверительный сигнал.

COMPETITIVE BEHAVIOR DOMINATION: EXPERIMENTAL STUDY

A.L. Karpov

Dostoevsky Omsk State University (Omsk, Russia)

Article info

Received
March 3, 2023

Accepted
September 15, 2023

Type paper

Research paper

Keywords

Experimental economics, behavioral economics, limited rationality, competition, cooperation, altruism, information

Abstract. The article presents an experiment that explores human behavior in terms of two characteristics: (1) the choice between cooperative, competitive and altruistic strategies; (2) the choice between open and close information for another person with whom there is a conflict of interest. In this experiment, the task was to determine how the choice of participants changes when moving from an advance to an immediate choice, and also as they move from a calm to an emotional state. Participants made an advance choice by answering the questions of the questionnaire, and they made an immediate choice in the process of participation in the auction. The results of the experiment showed that the majority of people who make an advance choice are more likely to choose cooperative behavior, rationally reasoning and understanding that such behavior provides the greatest benefits. In a state of immediate choice and in an emotionally excited state, behavior changes dramatically and most participants choose competitive behavior. After the end of the auction and returning to the advance choice, they again return to the cooperative strategy of behavior. Such dynamics gives grounds to assume that in the mind of a person there is a dominant of competitive behavior: a focus of excitation in the nervous system, associated with the need for quick decision-making, generates a readiness for competition while simultaneously inhibiting cooperative behavior. The experiment also shows that there is a direct relationship between the choice of competitive behavior and the desire to hide and manipulate information. And the disclosure of information can be either forced, when the participant provides key information in order to show that he has nowhere to give way in the auction, or voluntary, when the participant provides key information in order to send a trusting signal to the other human in the negotiations.

1. Введение. Предсказание действий других субъектов является основой оптимального принятия решений. Если мы можем предсказать, как принимает решение наш потенциальный клиент, то можем выбрать оптимальную стратегию предложения товара или услуги, и тем самым увеличить объем продаж. Если мы знаем стратегию, которой придерживается наш конкурент, то можем выбрать такой набор действий, который улучшит наше положение, несмотря на противодействие в конкурентном пространстве. Если мы в роли менеджера понимаем мотивацию сотрудника, то можем сформировать оптимальную систему стимулов для достижения необходимых результатов. Если мы представляем какой-либо регулирующий государственный орган, то опять же должны предсказать ответные действия людей, иначе регулирующее воздействие будет неэффективным.

В каждый момент времени выбор конкретного человека и последующие за ним действия являются результатом определенного уникального сочетания предпочтений и потребностей. Это значит, что в том случае, если мы хотим предсказать действия человека, то должны правильно оценить его предпочтения, а также определить их возможную динамику, которая возникает под влиянием меняющихся внешних стимулов. Экономические исследования на эту тему начинают появляться с середины прошлого столетия и строятся на двух предпосылках. Первой предпосылкой является неопределенность будущих исходов и последствий принятых решений и действий. Второй предпосылкой является неопределенность будущих предпочтений.

В качестве теоретической концепции выбора при неопределенности будущих последствий принятых решений выступает теория ограниченной рациональности Г. Саймона [1; 2]. Он формулирует идею о том, что список ограничений на выбор должен включать некоторые свойства человека как обработчика информации. Следовательно, люди разрабатывают процедуры принятия решений, которые будут разумными с учетом этих ограничений, даже если они могут быть неразумными, если ограничения будут сняты. Г. Саймон отмечает, что в действиях человека наблюдаются отклонения от рационального выбора и предлагает использовать для объяснения выбора использовать ступенчатую функцию полезности. Эта функция отражает тот факт, что человек в

процессе сбора информации, ее анализа и принятия решения начинает с желаемого результата и возвращается к набору предшествующих действий, достаточных для его получения.

Концепция ограниченной рациональности Г. Саймона была расширена и преобразована множеством других исследователей. Г. Саймон говорил об индивидуальном человеческом поведении, а ряд исследователей, взяв за основу его представления, распространили их на объяснение действий коммерческих организаций [3], государственных регулирующих структур и общественных институтов [4]. Еще одним важным направлением развития концепции ограниченной рациональности стал переход от описания конкретных проблем применения рациональных моделей к объяснению с ее помощью проблем в области субъективного понимания и восприятия [5–7], а также конфликта интересов между людьми [8; 9]. Наконец, ряд исследователей наоборот пошли по пути упрощения и рассматривали концепцию ограниченной рациональности как частный случай классических моделей рационального поведения или концепции причинно-следственных детерминант действий [10].

Второй предпосылкой в предсказании будущего выбора и действий выступает неопределенность будущих предпочтений человека, принимающего решение. Концепция ограниченной рациональности предполагала то, что предпочтения человека остаются неизменными. Однако поведенческие исследования показали, что предпочтения тоже меняются под влиянием внешних факторов. Отсюда возникает необходимость предсказать будущее изменение вкусов и предпочтений человека и на основе этого предсказать будущий выбор [10].

Теоретическая основа этого подхода во многом была сформирована Д. Канеманом совместно с другими авторами [11; 12]. Самый очевидный способ предсказать будущие предпочтения – это взять за основу текущие предпочтения и затем скорректировать их в соответствии с предполагаемыми изменениями обстоятельств, которые могут поменять стимулы для принятия решения в будущем. Однако такой подход предполагает, что общий вектор предпочтений остается стабильным. Но есть ситуации, когда вектор предпочтений может кардинально измениться. Именно этот случай нас в наибольшей мере интересует в рамках настоящего исследования.

Г. Лёвенштейн и ряд других ученых являются авторами серии исследований, посвященных изучению изменений в предпочтениях людей [13–16]. Он сосредоточился на предпочтениях, которые меняются из-за изменений таких внутренних состояний, как голод, страх, сексуальное возбуждение или усталость. Эти внутренние состояния оказывают сильное влияние на принятие решений человеком, однако они чрезвычайно лабильны и могут радикально поменяться в течение короткого времени (нескольких часов или даже минут). Тем не менее, даже находясь под влиянием таких внутренних состояний, люди, принимают иррациональные решения. Суть такой иррациональности состоит в том, что текущие сиюминутные предпочтения противоречат предпочтениям по отношению к отложенному будущему. При этом человек принимает долгосрочные решения под влиянием текущего внутреннего состояния, и когда последствия наступают, то человек остается не удовлетворен результатом.

Человек имеет предпочтения как в субъектно-объектном пространстве (например, предпочтения в потребительских товарах), так и в субъектно-субъектном пространстве, т. е. в отношении других людей. Интерес, любовь, ненависть и другие чувства в отношении каких-либо неодушевленных предметов (предположим, в отношении различных продуктов питания) важны для самого человека, но мало оказывают влияние на окружающих. Те же самые чувства в отношении других людей приводят к более значимым последствиям для всего общества. Такие предпочтения могут быть предпосылкой сотрудничества и партнерства, а могут быть причиной конфликта или войны.

С нашей точки зрения, основные виды отношений и чувств между людьми, которые взаимодействуют друг с другом, можно сгруппировать в три типа предпочтений: кооперативные, конкурентные и альтруистические предпочтения. Кооперативные предпочтения предполагают доверие в отношении другого человека и выбор взаимовыгодного взаимодействия и сотрудничества с ним. Конкурентные предпочтения основаны на желании доминировать, подавлять, извлекать свою выгоду без учета интересов другого человека. Альтруистические предпочтения предполагают наличие желания отдать другому человеку больше, чем получить от него. Опять же, чаще всего, мы можем наблюдать довольно устой-

чивые и длительные предпочтения между конкретными людьми. Однако человек периодически взвешивает, оценивает свои текущие предпочтения и корректирует их, когда посчитает, что они стали плохи или бесполезны. При этом особый интерес представляет их кардинальное изменение – конверсия предпочтений, такие как переход от кооперативных взаимоотношений к конкурентным и наоборот. Причем в качестве гипотезы можно сделать утверждение о том, что конкурентные предпочтения доминируют и вытесняют кооперативные предпочтения в процессе реальных взаимодействий между людьми, таких как совместная работа или торговля.

2. Эксперимент. Таким образом, необходимо определить и измерить то, как происходит конверсия межсубъектных предпочтений в системе «кооперация-конкуренция» в различных внутренних состояниях выбора человека. Во-первых, может отличаться эмоциональное состояние человека. Резко отличаются выбор и действия человека, который находится в спокойном эмоциональном состоянии, и того же самого человека в состоянии эмоционального возбуждения, которое возникает в процессе переговоров с другими людьми, имеющими противоположные интересы. Во-вторых, может отличаться состояние спокойного долгосрочного планирования и состояние сиюминутного импульсивного принятия решения. Для выявления различий между такими состояниями Г. Лёвенштейн [14] предлагает разделить отложенный и текущий выбор в зависимости от сроков реализации того, о чем принимается решение, а также «холодный» и «горячий» выбор в зависимости от эмоционального состояния человека. Возьмем за основу классификацию внутренних состояний Г. Лёвенштейна для построения данного эксперимента.

Для выявления текущих предпочтений в системе «кооперация-конкуренция» мы использовали наблюдения за поведением участников эксперимента в ходе переговоров в трех традиционно проводимых мною экспериментах: «Рынок» [17], «Изменения на рынке» [18], «Влияние налогов на рынок» [19]. Эти эксперименты проводятся по типу лабораторного эксперимента В. Смита в форме двойного аукциона, где сталкиваются интересы двух групп участников (покупателей и продавцов) и формируется равновесная цена. Чтобы выявить предпочтения и фактический выбор участни-

ков мы ввели в дизайн эксперимента наблюдателей, которые следили за тем, как проходят переговоры, и отмечали важные элементы поведения участников эксперимента.

Для выявления отложенных долгосрочных предпочтений в системе «кооперация-конкуренция» мы предложили участникам эксперимента ответить на три вопроса, которые должны показать их отношение к тому, как они считают правильным решать конфликт интересов.

Первый вопрос.

Представьте ситуацию, когда Вы и другой человек находитесь в ситуации конфликта интересов по поводу раздела определенной суммы денег. Вы и другой человек имеете равные права на эту сумму и должны определить стратегию действий:

- а) выбрать компромисс и поделить сумму поровну (right choice, RC);
- б) повлиять на решение другого человека и получить большую часть суммы (competitive choice, CC);



Первые два вопроса четко увязаны с описанием конфликта интересов, который возникает внутри эксперимента «Рынок». И ответы на вопросы касаются двух важных решений, которые нужно принять в ситуации конкуренции. Первый вопрос отражает выбор внутри дилеммы «компромисс – манипулирование». Компромисс предполагает раздел суммы выигрыша поровну. Манипулирование предполагает влияние на другую сторону с целью неравного распределения выигрыша, при этом участнику дается три варианта ответа на первый вопрос, потому что нельзя исключать возможность альтруистического выбора участников.

Второй вопрос отражает выбор внутри дилеммы «предоставлять информацию – скрывать информацию». Скрытие информации дает больше возможностей для воздействия и манипулирования принятием решения другой стороны в переговорах.

Третий вопрос связывает наше исследование с уже существующими данными опросов по отношению к конкуренции. Чтобы понять насколько наши данные сопоставимы с исследованиями, которые ранее уже проводи-

ли в мире, мы искали какой-либо опрос, в котором респонденты высказывают свое мнение о конкуренции. Полных исследований, которые посвящены исключительно отношению к конкуренции или партнерству, мы не нашли. Однако подходящий по смыслу вопрос был найден в социологических исследованиях ценностей. Формулировку третьего вопроса мы взяли из Исследования европейских ценностей (European Values Study) [20]. Это исследование проводится с конца 70-х гг. и направлено на изучение моральных и социальных ценностей, лежащих в основе европейских социальных и политических институтов и регулирующего поведения [21]. Всего было проведено четыре волны опросов (в 1981, 1990, 1999, 2008 гг.) в форме интервью. В последней волне участвовало 47 европейских стран и регионов.

В) действовать в интересах другого человека и отдать ему большую часть суммы (altruistic choice, AC).

Второй вопрос.

Та же ситуация: Вы и другой человек находитесь в ситуации конфликта интересов по поводу раздела определенной суммы денег. Вы и другой человек имеете равные права на эту сумму. Однако Вы знаете информацию о размере суммы, которую не знает другой человек. Примите решение:

- а) раскрыть информацию о размере суммы (open information, OI);
- б) скрыть информацию о размере суммы (hidden information, HI).

Третий вопрос.

На этой карте вы видите ряд противоположных мнений по отношению к конкуренции. Как бы вы расположили свои взгляды на этой шкале?

Теперь представим общий дизайн эксперимента. Всех участников эксперимента я делю на две группы. Участники первой группы проходят предварительный опрос (отвечают на три описанных выше вопроса), не находясь погруженными в состоянии конкуренции и,

как следствие, конфликта интересов. Таким образом, первая группа находится в эмоционально невозбужденном (то есть «холодном») состоянии разума.

Через неделю я провожу эксперимент «Рынок». В процессе этого эксперимента участники погружаются в процесс конкуренции и несколько раз вынуждены принимать решения о выборе стратегии в рамках переговоров о каждой сделке.

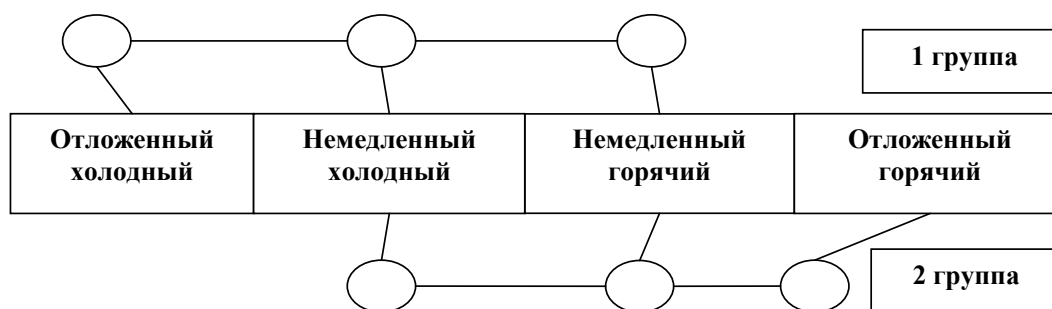


Рис. 1. Схема эксперимента

Fig. 1. Experimental Design

По результатам эксперимента получается четыре типа данных (см. рис. 1).

1. Отложенный «холодный» выбор (advance cold choice ACC), который сделали участники первой группы, отвечая на вопросы за неделю до погружения в состояние конкуренции.

2. Отложенный «горячий» выбор (advance hot choice AHC), который сделали участники второй группы, отвечая на вопросы за неделю сразу после погружения в состояние конкуренции.

3. Немедленный выбор (immediate choice, IC): эти данные формируются в результате реального наблюдения за принятием этих двух решений при заключении сделок в процессе самого эксперимента. Причем здесь тоже можно разделить полученные данные на две части. На первой сделке человек показывает немедленный «холодный» выбор (immediate cold choice, ICC), так как при первой сделке на решение не оказывают влияние эмоции, возникающие по результатам предыдущих сделок.

4. В дальнейшем каждая сделка формирует у участника ощущения удовлетворения или неудовлетворения в зависимости от размера полученного выигрыша и его распределения между сторонами. Наблюдения конку-

Участникам второй группы я не даю эти вопросы до проведения эксперимента. Они отвечают на эти же вопросы сразу после проведения эксперимента «Рынок». Таким образом они отвечают на вопросы после погружения в состояние конкуренции и, как следствие, конфликта интересов. Таким образом, вторая группа находится в эмоционально возбужденном (то есть «горячем») состоянии разума.

рентного поведения при последней сделке отражает немедленный «горячий» выбор (immediate hot choice, IHC)

Сравнение результатов этих четырех наблюдений дает нам возможность сделать выводы о том, как происходит конверсия межсубъектных предпочтений в системе «кооперация-конкуренция» под влиянием эмоций и при переходе от общих рассуждений к немедленным действиям.

3. Результаты. В данном эксперименте нас, прежде всего, интересует динамика конкурентного поведения, которое, как предполагается, должно нарастать в процессе вовлечения человека в активное принятие решений, т. е. при переходе от отложенного к немедленному выбору, а также по мере перехода от «холодного» к «горячему» эмоциональному состоянию. Однако поведение человека происходит в системе «кооперативное – конкурентное – альтруистическое поведение». Выбирая один из вариантов поведения, человек отказывается от другого. Например, выбрав конкурентный тип поведения, человек автоматически отказывается от кооперативного и альтруистического варианта.

В эксперименте участвовало 159 человек, из которых 43 мужчины (27 %) и 116 женщин (73 %).

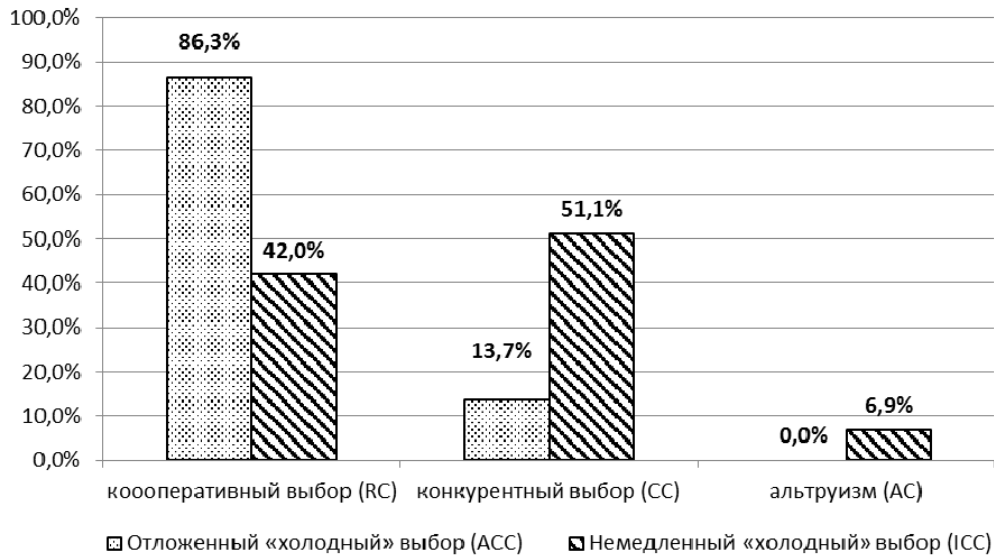


Рис. 2. Выбор стратегии поведения в условиях отложенного «холодного» выбора и немедленного «холодного» выбора

Fig. 2. Behavioral strategy choice under advanced cold and immediate cold conditions

Рис. 2 показывает, что полученные результаты подтверждают нашу гипотезу. В ситуации отложенного выбора 86,3 % участников выбрали кооперативную стратегию честного раздела суммы денег. Однако непосредственно оказавшись в условиях раздела выигрыша от сделки, доля участников, которые попробовали честно и поровну разделить выигрыш, оказалась значительно ниже – 42 %. При этом в ситуации непосредственного выбора существенно выросла доля и тех, кто выбрал конкурентную стратегию и тех, кто выбрал альтруистическую стратегию.

В отложенном «холодном» состоянии свое желание получить большую часть выигрыша высказали только 13,7 % участников. Однако оказавшись в ситуации непосредственной возможности получить больше соперника 51,1 % участников стали активно торговаться. У многих участников возник азарт и желание победить по результатам заключенной сделки. Если это получалось, то эти участники гордились и демонстрировали остальным участникам полученный результат.

Интересна динамика среди участников, которые выбрали альтруистическую стратегию. В состоянии отложенного выбора в нашей группе участников никто не выбрал эту стратегию, т. е. все выбирали только два варианта – или честно поделить, или переиграть соперника. Однако в ситуации непосредствен-

ного выбора 6,9 % участников сделали выбор в пользу другой стороны в сделке. Что является мотивом для таких действий? В основе такого альтруистического выбора обычно лежит или дружеские отношения, или желание оказать влияние на представителя другого пола (чаще всего это парень уступает девушке, хотя бывают и обратные варианты). Это указывает на то, что альтруизм обычно не является системой взглядов, которая формирует устойчивое поведение человека. Альтруистический выбор обычно осуществляется индивидуально по отношению к конкретному лицу: человек хочет сделать приятное или произвести впечатление именно этому лицу. Он предлагает эти особые условия именно этому человеку и не готов давать их всем остальным.

При этом важно отметить два существенных факта. Первый состоит в том, что это одни и те же люди – первая группа участников. Неделю назад без привязки к конкретной ситуации они рассуждали о том, что нужно честно разделить сумму, а теперь, оказавшись в реальной ситуации такого раздела, они стремятся получить больше. Второй факт состоит в том, что в немедленном выборе они пока еще не погружены в процесс конкуренции, так как совершают только первую сделку. Они только получили возможность в результате совершения сделки получить выигрыш больше, чем другой участник.

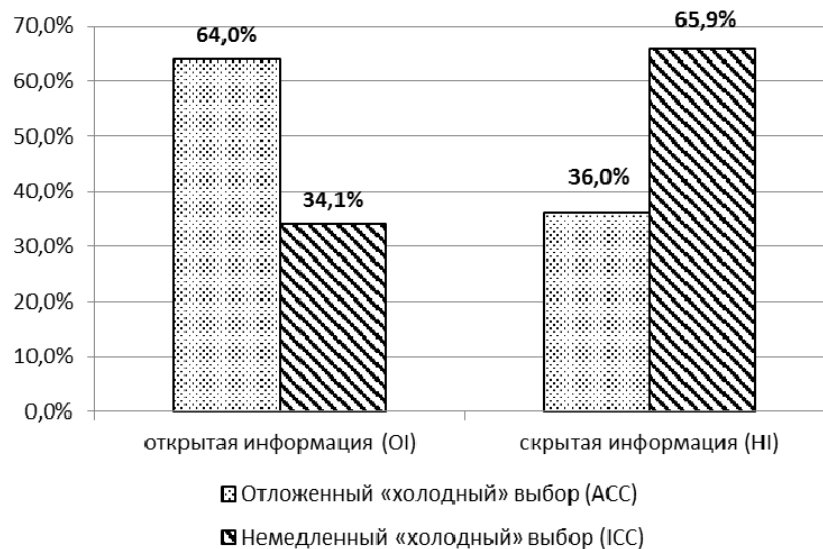


Рис. 3. Выбор стратегии в отношении раскрытия информации в условиях отложенного «холодного» выбора и немедленного «холодного» выбора
Fig. 3. Disclosure strategy choice under advanced cold and immediate cold conditions

Рис. 3 показывает, что в ситуации спокойного «холодного» отложенного выбора 64 % участников выбрали открыто предоставить информацию и 34,1 % сделали выбор скрыть информацию. В ситуации немедленного выбора при заключении сделки расклад резко поменялся. Теперь только 36 % участников в процессе переговоров открыли информацию о своей резервной цене, а 65,9 %

предпочли скрыть эту информацию от другой стороны сделки. Здесь обращает на себя внимание тот факт, что выбор конкурентной стратегии напрямую связан с манипулированием информацией. Если человек желает переиграть другого участника, то одно из первых его действий – это сокрытие важной информации от того, кого он воспринимает конкурентом.

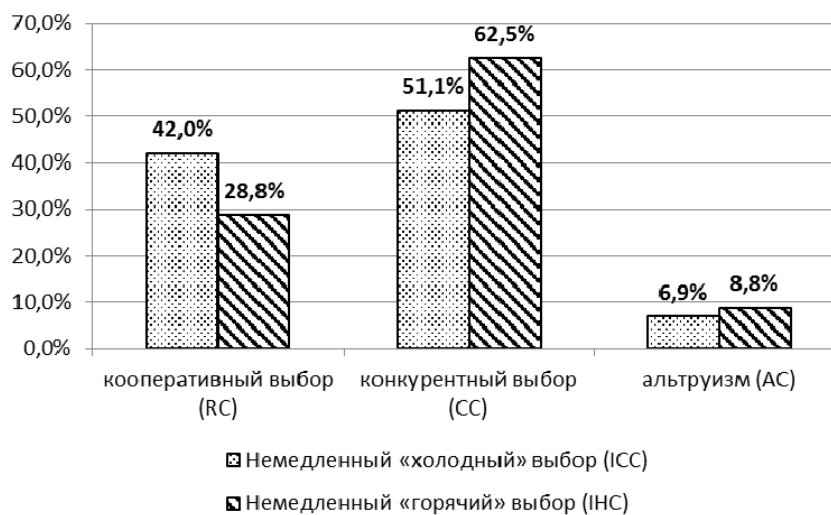


Рис. 4. Выбор стратегии поведения в условиях немедленного «холодного» выбора и немедленного «горячего» выбора

Fig. 4. Behavioral strategy choice under immediate cold and immediate hot conditions

На рис. 2 мы видели, что в ситуации немедленного выбора многие участники поменяли кооперативную стратегию на конкурент-

ную и альтруистическую. Рис. 4 показывает, что в процессе конкуренции эта тенденция продолжает развиваться. В начале торгового

эксперимента (на 1 раунде торговли) в ситуации немедленного «холодного» выбора в двух группах 42 % участников выбрали кооперативную стратегию. В конце торгового эксперимента (на последнем раунде торговли) в ситуации немедленного «горячего» выбора уже только 28,8 % участников выбрали кооперативную стратегию. Доля участников выбирающих альтруистическую стратегию сохра-

няется примерно на прежнем уровне (6,9 % и 8,8 % соответственно). И при этом резко возрастает доля участников, выбирающих конкурентную стратегию с 51,1 % на 1 раунде торгов до 62,5 % на последнем раунде торгов.

Рис. 5 показывает, как меняется выбор участников в отношении раскрытия информации в процессе конкуренции.

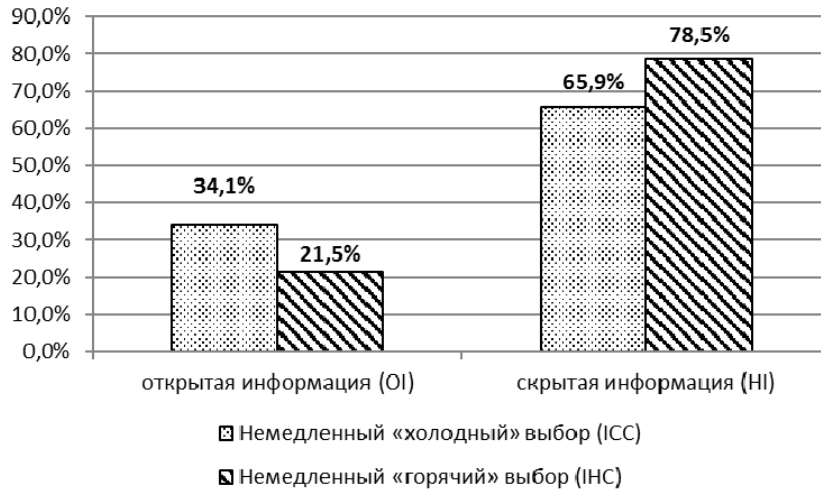


Рис. 5. Выбор стратегии в отношении раскрытия информации в условиях немедленного «холодного» выбора и немедленного «горячего» выбора
Fig. 5. Disclosure strategy choice under immediate cold and immediate hot conditions

Опять же здесь можно наблюдать тенденцию к закрытию ключевой информации. Если в состоянии немедленного «холодного» выбора на первом раунде торгов 34,1 % участников раскрывают и 65,9 % скрывают ин-

формацию о своей резервной цене. То в состоянии немедленного «горячего» выбора на последнем раунде торгов только 21,5 % участников раскрывают и 78,5 % скрывают информацию о своей резервной цене.

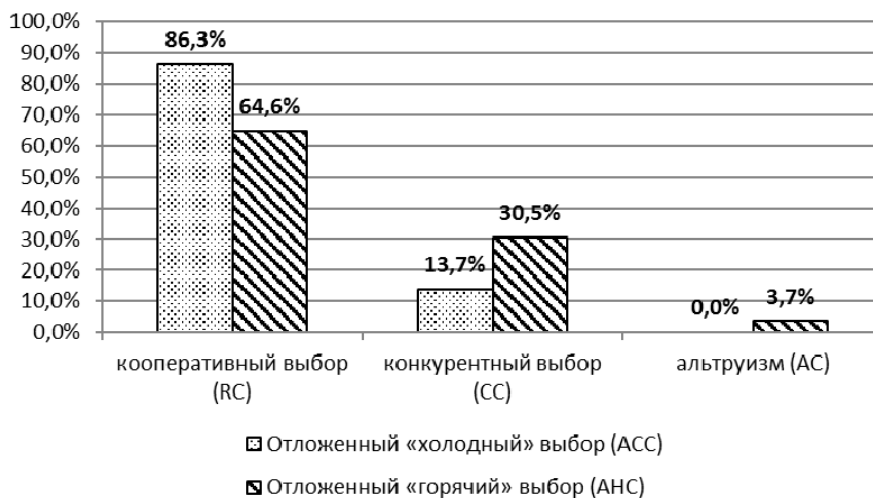


Рис. 6. Выбор стратегии поведения в условиях отложенного «холодного» выбора и отложенного «горячего» выбора
Fig. 6. Behavioral strategy choice under advanced cold and advanced hot conditions

Рис. 6 показывает то, как эмоциональное состояние влияет на долгосрочный отложенный выбор. Здесь мы сравниваем то, как участники выражают свое отношение к конкуренции, отвечая на вопросы. Первая подгруппа участников отвечала на вопросы до участия в торговой игре, а вторая подгруппа – после участия в торговой игре. Результаты также подтверждают нашу гипотезу. Доля участников, которые выбирают кооперативный вариант стратегии, в «холодном» эмоциональном состоянии составляет 86,3 % против 64,6 % участников, которые выбрали этот вариант стратегии в «горячем» эмоциональном состоянии после участия торгов. Ну и естественно, что в «горячем» эмоциональном состоянии больше участников выбрали конкурентную стратегию: 30,5 % участников в «горячем» состоянии против 13,7 % в «холодном» состоянии.

Однако, здесь мы получили и неожиданный для нас результат. Раньше мы отмечали, что большинство людей не рассматривает альтруизм, как устойчивую системную стратегию. И в «холодном» состоянии никто не выбирал альтруистическую стратегию. Тем не менее в «горячем» эмоциональном состоянии 3,7 % выбрали альтруистическую стратегию. Чтобы выяснить, не является ли этот выбор ошибочным или случайным, я индивидуально задал вопросы тем, кто выбрал альтруистическую стратегию. Интересный факт состоит в том, что альтруистический выбор в отложенном долгосрочном периоде они сделали также по результатам участия в конкуренции в торговой игре. Именно в течение игры они, используя альтруистическую стратегию, они приняли для себя решение, что эта стратегия является эффективной и правильной с их точки зрения.

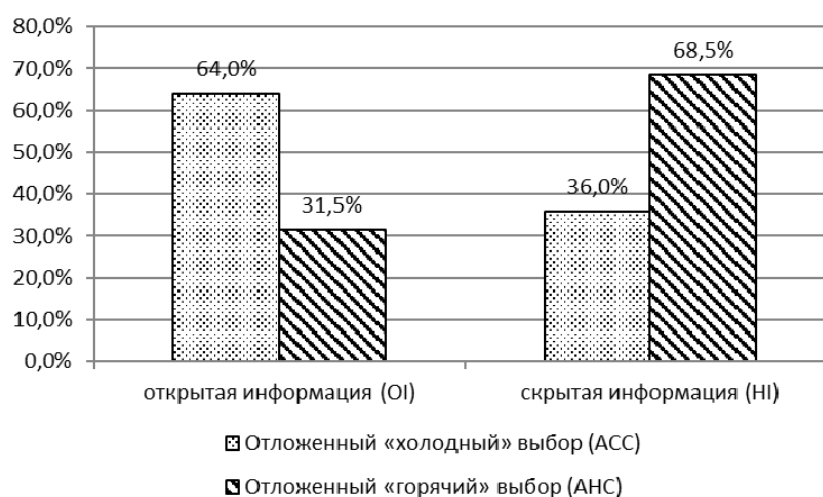


Рис. 7. Выбор стратегии в отношении раскрытия информации в условиях отложенного «холодного» выбора и отложенного «горячего» выбора
Fig. 7. Disclosure strategy choice under advanced cold and advanced hot conditions

Рис. 7 показывает, что в «холодном» эмоциональном состоянии 13,7 % участников выбрали конкурентную стратегию и 31,5 % участников предпочитают скрывать ключевую информацию. В горячем эмоциональном состоянии 30,5 % участников выбирают конкурентную стратегию и 68,5 % предпочитают скрывать информацию.

Другой важной тенденцией является то, что в «горячем» эмоциональном состоянии предпочитают скрывать информацию существенно больше участников, чем в «холодном» эмоциональном состоянии.

4. Выводы. Результаты проведенного эксперимента показывают, что предпочтения в системе «кооперация-конкуренция» могут резко изменяться при различных внутренних состояниях выбора человека, что подтверждает нашу исходную гипотезу. Но при этом характер конверсии предпочтений говорит о том, что здесь действует механизм, который в физиологии называется – доминанта.

Человек, который осуществляет отложенный выбор в большей мере склонен выбирать кооперативное поведение, рационально рассуждая и понимая, что такое поведение дает

наибольшие выгоды. В состоянии немедленного выбора большинство людей резко меняют свои предпочтения и более склонны выбирать конкурентное поведение, когда человек максимизирует выгоды для себя, уменьшая их для других. Резкое изменение от кооперативного к конкурентному поведению, начиная с первого раунда торгов, говорит о том, что в сознании человека заложена некая доминанта конкурентного поведения, которая активизируется при немедленном выборе. Причем для погружения участников эксперимента в «горячее» эмоциональное состояние мы используем торговую игру, которая вводит их в процесс переговоров с другими людьми, имеющими противоположные интересы. При участии человека в торгах возникает некий очаг возбуждения в нервной системе, связанный с необходимостью быстрого и непосредственного принятия решений, который порождает готовность к конкуренции при одновременном торможении кооперативного поведения. При этом опрос, который проводился во второй группе участников, опять же показывает резкое снижение конкурентной мотивации сразу после проведения торгов. Это еще раз подтверждает то, что в состоянии немедленного выбора срабатывает доминанта конкурентного поведения. Как только очаг возбуждения пропадает, конкурентная мотивация снова меняется на кооперативную.

В процессе самих торгов конкурентная мотивация увеличивается, но в меньшей степени. Кроме того, изменении мотивации в процессе самих торгов более четко объясняется причинно-следственными связями в отличие от резкого изменения мотивации в начале торгов и сразу после них. Мотивы усиления конкуренции в процессе торгов следующие:

Во-первых, те участники, которые в первом раунде торгов выбирали кооперативную стратегию в процессе торговли, сталкиваются с ситуацией, когда другая сторона получает больший размер выигрыша. В формате данного эксперимента это выясняется в тот момент, когда происходит регистрация сделки и покупатель и продавец предоставляют информацию о своих резервных ценах регистратору. И в этот момент, если они торговались на основе закрытой информации, становится понятно, что кто-то добился большего результата от сделки. Появляется чувство обиды и зависть. Эти эмоции участники часто проявляют от-

крыто: фразу «Ты меня обманул(а)» часто можно услышать на этапе регистрации сделки. Это наиболее сильный фактор, который подталкивает переходить на конкурентную стратегию в отношении других участников эксперимента.

Во-вторых, те, кто в начале выбирал альтруистическую стратегию, часто начинают выбирать других партнеров для сделки, с которыми они уже не готовы делить выигрыш поровну или на альтруистических условиях. Это еще раз доказывает тот факт, что альтруистическая стратегия обычно представляет собой не устойчивую систему взглядов, а индивидуальное действие в отношении конкретного человека. В отношении остальных участников альтруизма нет.

Также эксперимент показывает, что существует явная взаимосвязь между выбором конкурентного поведения и желанием скрывать и манипулировать информацией. Если человек желает переиграть другого участника, то одно из первых его действий – это сокрытие важной информации от того, кого он воспринимает конкурентом. Стратегию, где проявляется такой связанный выбор можно назвать «Туман войны»: во-первых, такой участник воспринимает другого человека, как конкурента, поэтому желает переиграть его, во-вторых, он скрывает ключевую информацию для принятия решения конкурентом и использует эту асимметрию информации, как инструмент для получения большей части выигрыша.

Выбор кооперативной стратегии и желание равного раздела выигрыша наоборот обычно сопровождается предоставлением открытой информации. Открытая информация выступает в роли сигнала о доверии: «я доверяю тебе и жду в ответ тоже честных действий». Здесь важно, что этот сигнал часто работает даже в том случае, если другая сторона скрывает свою информацию. Ответить на честные и открытые действия одной стороны обманом мешает такое чувство, как стыд.

При этом сильно меняется и мотивация в раскрытии информации в процессе торгов. Если в начале торгов раскрытие информации чаще используется как доверительный сигнал. В последнем раунде торгов уже мало кто использует раскрытие информации как сигнал. Чаще всего информацию о своей резервной цене раскрывают те, у кого она близка или

ниже равновесного уровня. Они раскрывают свою цену, чтобы показать, что не могут уступить в сделке дальше.

Таким образом, на основе анализа динамики раскрытия информации в процессе торгов можно выделить два типа раскрытия информации:

1 тип можно назвать вынужденным раскрытием информации, когда участник сообщает ключевую информацию для того, чтобы показать, что ему некуда уступить.

2 тип можно назвать добровольным раскрытием информации, когда участник сооб-

щает ключевую информацию для того, чтобы послать другой стороне в переговорах доверительный сигнал.

В условиях немедленного «холодного» выбора присутствуют оба типа раскрытия информации. По мере развития торгов остается в основном только вариант вынужденного раскрытия информации. Исходя из данных эксперимента можно видеть, что примерно 20–25 % участников вынуждено раскрывают информацию. И примерно столько же 20–25 % участников используют информацию как доверительный сигнал в начале торгов.

Литература

1. *Simon H. A.* A Behavioral Model of Rational Choice // *Quarterly Journal of Economics*. – 1955. – № 69 (1). – P. 99–118.
2. *Simon H. A.* Rational Choice and the Structure of the Environment // *Psychological Review*. – 1956. – № 63. – P. 129–138.
3. *Williamson O. E.* *Markets and Hierarchies*. – New York : Free Press, 1975.
4. *Steinbruner J. D.* *The Cybernetic Theory of Decision*. – Princeton : Princeton University Press, 1974.
5. *Cyert R. M., De Groot M. H.* An Analysis of Cooperation and Learning in a Duopoly Context // *The American Economic Review*. – 1973. – Vol. 63, no. 1. – P. 24–37.
6. *Porat A. M., Haas J. A.* Information Effects on Decision Making // *Behavioral Science*. – 1969. – Vol. 14. – P. 98–104.
7. *Slovic P., Fischhoff B., Lichtenstein S.* Behavioral Decision Theory // *Annual Review of Psychology*. – 1977. – Vol. 28. – P. 1–39.
8. *Carter E. E.* The Behavioral Theory of the Firm and Top-Level Corporate Decisions // *Administrative Science Quarterly*. – 1971. – Vol. 16. – P. 413–429.
9. *Talor R. N.* Psychological Determinants of Bounded Rationality: Implications for Decisionmaking Strategies // *Decision Sciences*. – 1975. – Vol. 6. – P. 409–429.
10. *March J. G.* Bounded rationality, ambiguity, and the engineering of choice // *Bell Journal of Economics*. – 1978. – 9. – P. 587–608.
11. *Kahneman D., Snell J.* Predicting a changing taste: Do people know what they will like? // *Journal of Behavioral Decision Making*. – 1992. – 5. – P. 187–200.
12. *Kahneman D., Wakker P., Sarin R.* Back to Bentham? Explorations of experienced utility // *The Quarterly Journal of Economics*. – 1997. – 112. – P. 375–406.
13. *Loewenstein G.* Out of control: Visceral influences on behavior // *Organizational behavior and human decision processes*. – 1996. – 65. – P. 272–292.
14. *Loewenstein G., Adler D.* A bias in the prediction of tastes // *Economic Journal*. – 1995. – 105. – P. 929–937.
15. *Loewenstein G., Nagin D., Paternoster R.* The effect of sexual arousal on predictions of sexual forcefulness // *Journal of Research in Crime and Delinquency*. – 1997. – 34. – P. 443–473.
16. *Loewenstein G., Prelec D.* Anomalies in intertemporal choice: Evidence and an interpretation // *Quarterly Journal of Economics*. – 1992. – 107. – P. 573–597.
17. *Карпов А. Л.* Конкурентное рыночное равновесие: статический анализ // *Вестник Омского университета. Серия «Экономика»*. – 2016. – № 2. – С. 45–51.
18. *Карпов А. Л.* Динамическое конкурентное равновесие // *Вестник Омского университета. Серия «Экономика»*. – 2016. – № 3. – С. 42–50.
19. *Карпов А. Л.* Экспериментальное исследование влияния налогов на конкурентное равновесие // *Вестник Омского университета. Серия «Экономика»*. – 2018. – № 1. – С. 25–34.

20. European Values Study: Master Questionnaire. – URL : <https://dbk.gesis.org/dbksearch/download.asp?id=69554> (дата обращения: 26.09.2022).
21. European Values Study: Data and Documentation. – URL : <https://europeanvaluesstudy.eu/methodology-data-documentation/survey-2017/joint-evs-wvs/data-and-documentation-joint-evs-wvs/> (дата обращения: 26.09.2022).

References

1. Simon H.A. (1955), A Behavioral Model of Rational Choice. *Quarterly Journal of Economics*, No. 69 (1), pp. 99-118.
2. Simon H.A. (1956), Rational Choice and the Structure of the Environment. *Psychological Review*, No. 63, pp. 129-138.
3. Williamson O.E. (1975), *Markets and Hierarchies*. New York, Free Press.
4. Steinbruner J.D. (1974), *The Cybernetic Theory of Decision*. Princeton, Princeton University Press.
5. Cyert R.M., De Groot M.H. (1973), An Analysis of Cooperation and Learning in a Duopoly Context. *The American Economic Review*, Vol. 63, no. 1, pp. 24-37.
6. Porat A.M., Haas J.A. (1969), Information Effects on Decision Making. *Behavioral Science*, Vol. 14, pp. 98-104.
7. Slovic P., Fischhoff B., Lichtenstein S. (1977), Behavioral Decision Theory. *Annual Review of Psychology*, Vol. 28, pp. 1-39.
8. Carter E.E. (1971), The Behavioral Theory of the Firm and Top-Level Corporate Decisions. *Administrative Science Quarterly*, Vol. 16, pp. 413-429.
9. Talor R.N. (1975), Psychological Determinants of Bounded Rationality: Implications for Decisionmaking Strategies. *Decision Sciences*, Vol. 6, pp. 409-429.
10. March J.G. (1978), Bounded rationality, ambiguity, and the engineering of choice. *Bell Journal of Economics*, 9, pp. 587-608.
11. Kahneman D., Snell J. (1992), Predicting a changing taste: Do people know what they will like? *Journal of Behavioral Decision Making*, 5, pp. 187-200.
12. Kahneman D., Wakker P., Sarin R. (1997), Back to Bentham? Explorations of experienced utility. *The Quarterly Journal of Economics*, 112, pp. 375-406.
13. Loewenstein G. (1996), Out of control: Visceral influences on behavior. *Organizational behavior and human decision processes*, 65, pp. 272-292.
14. Loewenstein G., Adler D. (1995), A bias in the prediction of tastes. *Economic Journal*, 105, pp. 929-937.
15. Loewenstein G., Nagin D., Paternoster R. (1997), The effect of sexual arousal on predictions of sexual forcefulness. *Journal of Research in Crime and Delinquency*, 34, pp. 443-473.
16. Loewenstein G., Prelec D. (1992). Anomalies in intertemporal choice: Evidence and an interpretation. *Quarterly Journal of Economics*, 107, pp. 573-597.
17. Karpov A.L. Konkurentnoe ry'nochnoe ravnovesie: staticheskij analiz [Competitive market equilibrium: static analysis]. *Herald of Omsk University. Series "Economics"*, 2016, No. 2, pp. 45-51. (in Russian).
18. Karpov A.L. Dinamicheskoe konkurentnoe ravnovesie [Dynamic competitive equilibrium]. *Herald of Omsk University. Series "Economics"*, 2016, No. 3, pp. 42-50. (in Russian).
19. Karpov A.L. Eksperimental'noye issledovaniye vliyaniya nalogov na konkurentnoye ravnovesiye [Experimental study of the impact of taxes on competitive equilibrium]. *Herald of Omsk University. Series "Economics"*, 2018, No. 1, pp. 25-34. (in Russian).
20. European Values Study: Master Questionnaire. URL: <https://dbk.gesis.org/dbksearch/download.asp?id=69554>.
21. European Values Study: Data and Documentation. URL: <https://europeanvaluesstudy.eu/methodology-data-documentation/survey-2017/joint-evs-wvs/data-and-documentation-joint-evs-wvs/>.

Сведения об авторе

Карпов Альберт Леонидович – канд. экон. наук, доцент кафедры экономической теории и мировой экономики

Адрес для корреспонденции: 644077, Россия, Омск, пр. Мира, 55а

E-mail: halk.albert@gmail.com

РИНЦ AuthorID: 338985

About the author

Albert L. Karpov – PhD in Economic Sciences, Associate Professor of the Department of Economic Theory and World Economy

Postal address: 55a, Mira pr., Omsk, 644077, Russia

E-mail: halk.albert@gmail.com

RSCI AuthorID: 338985

Для цитирования

Карпов А. Л. Доминирование конкурентного поведения: экспериментальное исследование // Вестник Омского университета. Серия «Экономика». – 2023. – Т. 21, № 3. – С. 16–28. – DOI: 10.24147/1812-3988.2023.21(3).16-28.

For citations

Karpov A.L. Competitive behavior domination: experimental study. *Herald of Omsk University. Series "Economics"*, 2023, Vol. 21, no. 3, pp. 16-28. DOI: 10.24147/1812-3988.2023.21(3).16-28. (in Russian).