

2. Формирование эффективной структуры страхования в сфере оказания жилищно-коммунальных услуг, за исключением нестрахуемых видов риска.

Следует отметить, что внедрение органами городских округов и муниципалитетов стратегии выявления, классификации и регулирования рисков в сфере оказания жилищно-коммунальных услуг

даст возможность повысить контроль качества оказания такого рода услуг. Это позволит обеспечить надежное и устойчивое функционирование систем жизнеобеспечения населения, социальную защиту собственников многоквартирных домов и, что немаловажно, осуществить внедрение рыночных отношений, сформировать конкуренцию среди предприятий жилищно-коммунальной сферы.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Цели и задачи реформы // Российские Коммунальные системы: информационно-аналитический портал. 2012. URL: <http://www.roscomsys.ru/tasksreform.html> (дата обращения: 24.02.2012).
2. Тэпман Л.Н. Риски в экономике / под ред. В.А. Швадара. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2002. – 380 с.
3. Чернышов Л.Н. Управление жилищно-коммунальным хозяйством России. – М. АСВ, 2003. – 313 с.
4. Васильева Н.А. Проблемы и технология реформирования ЖКХ // Муниципальная власть. – 2004. – № 9. – С. 82–84.
5. Жилищные условия населения // Статбюллетень. – 2011. 2012. – № 09 (180). URL: <http://www.gks.ru> (дата обращения: 26.02.2012).
6. Соколов Д.В. Классификация рисков, как многозадачный инструмент риск-менеджмента организаций // Электронный научный журнал «Управление экономическими системами». 2012. URL: <http://uecs.ru/uecs30-302011/item/489-2011-06-16-07-22-37> (дата обращения: 26.02.2012).

Поступила 27.02.2012 г.

УДК 316.46:17

ЭТИКА ЛИДЕРСТВА В СОВРЕМЕННОМ УПРАВЛЕНИИ

Н.В. Черепанова, Л.П. Тухватулина

Томский политехнический университет
E-mail: cherepanova_natalia@tpu.ru

Анализируется этический аспект влияния лидера на поведение сотрудников в современной организации. Рассматриваются основные уровни влияния менеджера, отвечающие за организационную этику. Проанализированы уровни морального развития лидера и влияние национальных особенностей лидерства на деловую этику в организации.

Ключевые слова:

Этика, лидерство, современное управление, моральное развитие, моральный интеллект, этические аспекты организационного поведения.

Key words:

Ethics, leadership, contemporary management, moral development, moral intelligence, ethical aspects of organizational culture.

В современном менеджменте роль руководителя уже не сводится исключительно к основным функциям менеджмента: планированию, организации, мотивации и контролю. Современное руководство имеет не менее важные задачи: вести за собой, быть помощником для своих подчиненных, устанавливать моральные ориентиры, иными словами, быть лидером.

Существуют различные подходы к определению лидерства. Один из классических подходов к управлению указывает на принципиальные различия между руководителем (менеджером) и лидером, поскольку один из них обладает формальным влиянием на подчиненных, а второй воздействует исключительно на психологическом уровне за неимением формальных оснований власти [1]. Вместе с тем в современной литературе постепенно стирается грань различий, и теперь любого успешного руководителя принято называть лидером

[1–4]. Руководитель остается для механистических компаний, а лидер существует в компаниях, выстроенных по типу экосистемы [2. С. 16].

В данной статье мы будем придерживаться современного подхода и под лидером будем понимать руководителя любого уровня, обладающего, помимо реализации общих функций, существенным морально-психологическим влиянием на своих подчиненных.

Определяя составные части организационной этики ранее, мы остановились на трех главных элементах, способных влиять на этический уровень организации: лидер, сотрудник и организационная культура [5].

Главной задачей данной статьи мы видим выявление особенностей лидера как транслятора этических принципов в организации в целом, а также определение влияния национальных черт лидерства на деловую этику организации.

Лидер как транслятор этических принципов в организации

Этика лидера складывается из собственных этических воззрений, из уровня принятия целей организации и направления собственных целей. А принятие управленческого решения будет зависеть от важности и уровня воздействия каждого из этих составляющих на конкретного человека. В подавляющем большинстве случаев менеджер сообщает подчиненным этику и цели организации, которые могут находиться за пределами его этических убеждений и собственных целей. Если же приятие менеджером этики организации высоко, то возрастает его убежденность в правильности принимаемых решений.

Возникает вопрос, почему именно лидер несет ответственность за уровень морального развития организации? Принимая как данность тот факт, что лидер — это всего лишь человек, который может ошибаться, принять неверное решение, мы, тем не менее, возлагаем на него тяжкую ношу ответственности за моральное развитие организации в целом и подчиненных в частности.

Дело в том, что менеджер в организации, *во-первых*, обладает властью, закрепленной за ним его должностью. Эта власть основана на принятии подчиненными факта, что менеджер, обладая полнотой информации, управленческими компетенциями, опытом, в конечном итоге примет правильное со всех точек зрения решение, которое будет направлено на достижение целей организации, разделяемых каждым сотрудником. Если менеджер, обладающий властью, использует ее в своих интересах или во вред компании, это заметно снижает мотивацию и моральный дух подчиненных, поскольку вызывает чувство негативной справедливости.

Во-вторых, если речь идет о лидерстве, то подчиненные *доверяют* своему руководителю, полагаясь на его моральную целостность, верят тому, что он им говорит. Небезосновательно принято считать, что доверие подчиненных это то, что руководителю очень сложно заслужить, но легко потерять. Вместе с тем, многие управленцы часто задаются вопросом: для чего руководителю необходимо доверие подчиненных? Обладая должностными полномочиями, руководитель вправе рассчитывать на выполнение распоряжений и при отсутствии к нему доверия со стороны его сотрудников. Дело в том, что состояние современной внешней и внутренней среды организации настолько нестабильно, что компаниям очень редко удается долгое время находиться на гребне успеха. Успех сменяется неудачами, и в это время от сотрудников требуются дополнительные усилия, приверженность компании. (Приверженность организации (*organizational commitment*) — понятие современного менеджмента, относящееся к специфическому поведению сотрудника, выражающееся в благодарном, преданном отношении к компании даже в трудные времена). Иными словами, компания в лице мене-

джера обращается к подчиненным с просьбой о самоотверженном поведении в трудные для фирмы времена с надеждой на лучшее будущее. Ответное поведение сотрудников на подобную просьбу, как правило, строится на *доверии*, которое подчиненные оказывают своему менеджеру. Если менеджер в прошлом не раз демонстрировал неэтичное поведение, едва ли стоит ожидать поддержки в трудную минуту со стороны подчиненных.

В-третьих, именно перед управленцами стоит задача разработки миссии организации, ее целей, на которые ориентируется коллектив. Классики менеджмента [3] утверждают, что миссия, как главный социальный ориентир любой компании, разрабатывается руководством для двух целей: с одной стороны, показать стейкхолдерам общественную пользу организации, с другой стороны, миссия ориентирована непосредственно на сотрудников, так как с ее помощью руководство пытается корректировать их поведение. Поскольку миссия — это своего рода «путеводная звезда», ее принятие всеми сотрудниками просто необходимо. Разработка миссии — это задача высшего руководства. Сложность её разработки состоит в том, что миссия должна отражать сущность организации, не противоречить реальному состоянию дел. В противном случае, миссия будет лишь красивым слоганом, который вызывает неприятие и насмешку сотрудников.

Например, известная российская компания, производящая шоколад и шоколадные конфеты, всегда позиционировала свой товар как марку «премиум» класса, размещаясь в соответствующем ценовом сегменте. При этом состав конфет наглядно демонстрирует то, что продукция изначально не может быть отнесена к высококачественной, так как при производстве используется дешевое сырье, заменители, концентраты и т. д. Иными словами, фирма, производящая эти конфеты, вводит людей в заблуждение относительно качества продукции, заставляя переплачивать за красивую упаковку. Возникает закономерный вопрос: может ли организация требовать от сотрудников высокоморального поведения, если топ-менеджмент обманывает доверие и потребителей, и подчиненных на самом элементарном уровне — на уровне миссии?

Вместе с тем, миссия — это не единственный этап целеполагания, за который отвечает менеджер. Менеджеры всех уровней ответственны за разработку индивидуальных целей сотрудников. Как же данный процесс может повлиять на этическое поведение в коллективе? Устанавливая индивидуальные цели, менеджеры вновь ориентируются на две группы влияния. В первую группу входят акционеры, высшее руководство, политики и т. д. Во вторую группу входят подчиненные, которым и предстоит достигать поставленных целей. Сложность заключается в том, что на менеджеров оказывают давление и акционеры, требующие увеличения прибыли, и желание менеджеров выглядеть успешными в глазах высшего руководства, и об-

ещания, данные лоббирующим интересы отрасли политикам. В результате у менеджеров возникает искушение поставить перед своими подчиненными завышенные цели с надеждой, что метод кнута или агрессивная мотивационная политика сыграют свою роль. Иными словами, менеджер из самонадеянности, страха за свою должность, корыстных интересов ставит перед подчиненными цели, которые фактически достичь невозможно. Что остается делать в этом случае подчиненным? Осознавая, что достичь запрашиваемых результатов не в их силах, сотрудники начинают саботировать задания, меняя показатели, перекаладывая ответственность, передвигая сроки выполнения. Иными словами, сотрудники начинают демонстрировать неэтичное поведение. При этом необходимо подчеркнуть, что в основе данного поведения лежит управленческая ошибка – намеренное завышение целевых показателей.

В-четвертых, менеджер всегда, так или иначе, является объектом пристального внимания подчиненных; поведение менеджера обсуждается, одобряется, критикуется, но, в конечном итоге, принимается за образец для подражания. Таким способом менеджер вносит вклад в развитие организационной культуры.

Роль менеджера в рамках организационной культуры и этики можно рассматривать с двух позиций.

С одной стороны, поведение менеджера – это эталон, которому должны следовать подчиненные. С этой точки зрения, поведение менеджера является залогом этического либо неэтичного поведения подчиненных. Ниже мы рассмотрим влияние культурных факторов на восприятие подчиненными поведения лидера.

С другой стороны, именно организационная культура дает руководство к действию, когда сотрудник сталкивается с этической дилеммой. Организационная культура диктует сотруднику, как поступать при возникновении неоднозначной с моральной точки зрения ситуации: нужно ли обращаться к вышестоящему по должности или возможно решить проблему самостоятельно. Американские компании поощряют самостоятельность сотрудников при решении этических дилемм. При этом сперва сотрудникам предоставляются все «инструменты», позволяющие принимать решения в подобных ситуациях: этические кодексы, профессиональные кодексы, тренинги по этичному поведению. Например, исполнительный директор компании «Семко» Риккардо Семлер обычно берет отпуск на два месяца в год, и сотрудники не имеют возможности поддерживать связь с ним в это время. Данный лидер мотивирует свои поступки тем, что модель «большого босса» на вершине пирамиды – неправильная модель, сотрудники должны учиться самостоятельно справляться с проблемами, тем самым раскрывая свой потенциал [2. С. 20].

Вместе с тем, организационная культура диктует отношение коллег к проступку сослуживца.

В традиции российских организаций, доставшейся в наследство с периода командной экономики, «покрывать» провинившихся. Это считается этичным и правильным. Вместе с тем, скрывая ошибки сотрудников, организации теряют возможность на их устранение и гарантию, что подобные ошибки не повторятся в будущем.

Большинство зарубежных управленцев создают в рамках организационной культуры атмосферу одобряющую доносительство на своих коллег любого уровня. Если сотрудник американской компании замечает, что его коллега допустил ошибку – его первое действие – сообщить руководству. Здесь важно отметить один факт: цель «доносчика» не поймать нерадивого сотрудника за руку «на месте преступления» и проследить, чтобы тот получил наказание, а зафиксировать ошибку, которую допускает коллега по пока неизвестной причине. Отчет о проступке фиксируется руководством и рассматривается. При этом если у допустившего ошибку не было злого умысла, то наказания он не понесет. При необходимости его отправят на курсы повышения квалификации. Допущенная им ошибка больше не будет повторена ни кем из его коллег, так как ее причины обнаружат и устранят прежде, чем ошибка станет системной.

Влияние организационной культуры на этическое поведение сотрудников в организации многомерно и может как способствовать моральному росту коллектива, так и превратить сотрудников в заложников этически некомпетентных руководителей.

Итак, ответственность за моральное развитие коллектива, возлагаемая на менеджера, правомерна, поскольку во власти руководителя находятся факторы, влияющие на которые, менеджер может управлять поведением своих подчиненных.

При этом необходимо учитывать иные факторы, влияющие на этичность принимаемых менеджером решений. О них речь пойдет ниже.

Уровни морального развития лидера

Учитывая вышесказанное, мы, вместе с тем, отдаем себе отчет в том, что любой лидер – это, в первую очередь, человек, обладающий определенным характером, ставящий перед собой собственные цели. Как и любой человек, управленец обладает определенными этическими воззрениями, которые он сформировал, исходя из собственного опыта в течение жизни. Причем эти представления о том, что такое «хорошо» и «плохо», могут меняться или подавляться под воздействием организационной этики, организационных целей. Цели выступают как маяки, на которые ориентируется организация. Менеджер как капитан, который ведет свое судно так, чтобы в конечном итоге прийти по нужному курсу.

Иногда на принятие того или иного решения менеджера толкают не только цели вверенного ему подразделения. Помимо организационных целей, на этику менеджера воздействуют и его собствен-

ные цели. Можем ли мы заранее определить, какими моральными принципами будет руководствоваться менеджер при принятии решений?

Уровень развития морального сознания человека можно определить на основе теории Лоренса Колберга [3]. Изначально данная теория создавалась для определения стадий морального развития детей, однако она была так же адаптирована зарубежными исследователями для оценки моральной мотивации лидеров при принятии управленческих решений [3. С.153].

Согласно теории Л. Колберга, человек, в нашем случае обремененный управленческой властью, может находиться на любом из трех уровней морального сознания:

Уровень 1. При принятии решений человек ориентируется исключительно на собственные интересы, всеми силами стараясь добиться одобрения и избежать наказания.

Уровень 2. При принятии решений человек старается оправдать ожидания окружающих.

Уровень 3. Человек руководствуется исключительно собственными моральными ориентирами при принятии решений.

Согласно данной теории, человек, развивая свое моральное сознание, продвигается вверх от первого уровня к третьему. Важно отметить, что, используя теорию Л. Колберга в целях исследования моральных воззрений лидера, мы акцентируем внимание не на том, *какое* решение примет лидер, а *как* он его примет. Итак, рассмотрим применение данной теории подробнее. Каждый из трех уровней, в свою очередь, состоит из двух этапов, которые преодолевает человек [3. С. 154].

Уровень 1. Преконвенциональный

1.1. Человеческое поведение продиктовано вышестоящими авторитетами, ожиданием похвалы, избеганием наказания. Такой уровень морального сознания можно наблюдать у молодого менеджера, не до конца уверенного в своих управленческих возможностях, ищущего поддержку со стороны высшего руководства. В этом случае существует ожидание принятия им неэтичного решения в интересах компании.

1.2. На данном этапе взгляд человека на «правильное» и «неправильное» управленческое решение ограничивается узким кругом собственных приоритетов, которые нужно подчеркнуть и которые могут быть далеки от интересов компании. Иными словами, данную стратегию поведения можно описать: «Ты – мне, я – тебе». Поведение, соответствующее второму этапу первого уровня развития морального сознания, характерно, например, для человека, обладающего большими амбициями на продвижение по карьерной лестнице. В этом случае принятие решений будет нацелено на «умасливание» вышестоящих по должности с надеждой на скорейшее повышение.

Уровень 2. Конвенциональный

2.1. На данном этапе моральные воззрения менеджера зависят от его ближайшего окружения. Стратегия, которую можно назвать: «Делай как все». Например, в большинстве компаний менеджером любого звена (как и прочим работникам) запрещено использовать активы фирмы в личных целях. Вместе с тем, если менеджер видит, что люди, занимающие подобную должность в организации, используют, например, автомобили компании в личных целях, то это может выглядеть как стимул для принятия неэтичного решения.

2.2. Моральные воззрения менеджера на этом этапе продиктованы чувством долга, приятием его решений социальным большинством, избеганием чувства вины. Например, управленец может пойти навстречу своим сотрудникам в требовании повышения уровня заработной платы исключительно в силу того, что эта ситуация освещается в СМИ. И в случае отказа в повышении заработной платы, его решение вызовет неодобрение социума. В данном случае хотелось бы обратить внимание на то, что принятое решение можно отнести к морально верным, в то время как основа принятия этого решения далека от истинно этической.

Уровень 3. Постконвенциональный

3.1. Принятие управленческих решений на этом уровне строится на признании общечеловеческих ценностей, прав и свобод, уважении принципов других людей. К примеру, менеджер может отказаться от сотрудничества с поставщиком сырья, которое не до конца отвечает требованиям качества, исключительно в интересах потребителей, которые заслуживают продукции отличного качества.

3.2. Управленческие решения принимаются лидером исходя из собственных этических воззрений, даже если эти принципы не согласуются с принципами людей, находящихся на предыдущих уровнях развития морального сознания. Например, высокие моральные принципы менеджера могут заставить его принять управленческое решение, которое пойдет вразрез со стратегией компании и вызовет недовольство акционеров. Выплатить дополнительное вознаграждение из чистой прибыли работникам, проявившим выдающиеся качества во время работы, – правильное решение, но это лишит акционеров прибыли и однозначно вызовет протест с их стороны. Менеджер, находящийся на первом уровне, не принял бы подобного решения из-за боязни последствий, а лидер, находящийся на третьем уровне, способен на независимые, пусть и осуждаемые, решения.

Обращая внимание на мотивы, которыми руководствуется менеджер, мы можем оценить уровень развития его морального сознания. Вместе с тем, возникает вопрос, каким уровнем развития морального сознания должен обладать лидер в современной организации? Очевидно, что менеджер

преконвенционального уровня не будет являться моральным оплотом организации: у него и цели другие, и суждений самостоятельных не бывает. Менеджер *конвенционального* уровня — предпочтительней, поскольку на первое место выходит долг перед людьми и компанией. Однако его решения будут отражением внешнего давления, а не результатом работы этически ориентированного сознания. Лидер *постконвенционального* уровня обладает независимыми от чужого мнения или давления моральными воззрениями, которые могут воспринимать подчиненные. Такая ситуация характерна для человека на этапе 3.1, поскольку лидер последнего этапа может проявить излишнюю деспотичность, жесткость в принятии решений и насаждении собственных принципов подчиненным.

Влияние национальных особенностей лидерства на организационную этику

Рассматривая влияние лидера на этику в организации, нельзя не учитывать культурных особенностей лидерства. Большинство теорий лидерства предполагают, что существуют универсальные черты, отличающие хорошего лидера. Например, партисипативное лидерство предполагает, что руководитель активно вникает в работу подчиненного, помогает ему, уважая автономию сотрудника, учитывая его мнение. Однако теория партисипативного лидерства не делает поправок на национальные особенности, утверждая, что лидер будет демонстрировать подобное поведение независимо от страны, в которой функционирует организация.

В исследованиях влияния лидера на этику организации, напротив, культурные различия играют ключевую роль [4, 6, 7]. Лидерство в России обладает особенностями, обусловленными культурными традициями [4].

Лидер в России демонстрирует *патернализм* в отношении подчиненных. Лидер — это больше, чем управленец, наделенный властными полномочиями. Это человек, у которого ищут защиты и справедливости в кризисной ситуации. Следствием патерналистического поведения лидера является выстраивание отношений в организации «руководитель—подчиненный» как «родитель—ребенок». Можно предположить, что следствием этого является преобладающая централизация власти в большинстве отечественных организаций. При этом лидер особенно часто входит в роль родителя для наказания проштрафившегося «подчиненного-ребенка», что в сложившихся организационных культурах воспринимается как норма.

Интересно, что за поведением российских лидеров замечают жесткость и даже жестокость [5]. В России лидер — это человек, который противостоит серьезным изменениям во внешней среде и не теряет присутствия духа, поскольку в критических ситуациях все подчиненные будут рассчитывать только на него. Осознание единоличной ответственности за то, что происходит в организации, делают лидера мало чувствительным к мо-

ральному состоянию подчиненных. Им предлагается принять стиль руководства лидера или уйти из компании.

Важной особенностью российского лидера является то, что он обладает большими возможностями, чем «не лидер» в данной организации, использовать должностные полномочия в личных целях. Например, начальнику можно уйти раньше с работы без объяснения причин, использовать ресурсы организации для решения личных проблем и т. п. Подчиненному, в силу занимаемой должности, этого делать нельзя, поскольку только лидеру позволено «играть» по своим правилам. Как следствие, лидер в своем поведении и принятии решений демонстрирует чрезвычайную напористость и уверенность в себе. Решения лидера — это не то, в чем нужно сомневаться подчиненному или партнеру.

Итак, *во-первых*, лидер в России — это человек, которому традиционно разрешено нарушать организационные правила. Соответственно, он не может стать «примером», демонстрируя этическое поведение своим подчиненным. Скорее наоборот, подчиненные стремятся добиться более высокой должности, чтобы иметь возможность пользоваться благами организации, которые предоставляет новая должность.

Во-вторых, патернализм в поведении лидера затрудняет восходящую коммуникацию в организации и делает нисходящую единственно приемлемой. Лидерство в России предполагает, что руководитель всегда лучше владеет информацией, поэтому подчиненному отводится исключительно роль слушателя. Это делает движение этических воззрений «снизу-вверх» достаточно проблематичным.

В-третьих, требования среды и традиции предполагают, что лидер должен быть жестким и уверенным в своих воззрениях и решениях. Порой (не всегда) жесткость во взгляде на управление и этическое поведение являются несовместимыми.

Таким образом, можно сделать вывод, что лидерство в России традиционно не направлено на трансляцию этических ценностей в организации. Вместе с тем, существует ряд культурно обусловленных проблем с лидерством и в других странах, которые успешно преодолеваются.

Например, в США также предполагается наличие у лидера черт, которые выделяли бы его среди подчиненных. При этом власть, влияние и более развитые способности используются лидером исключительно для пользы организации и ее членов. Использование лидером влияния и власти в собственных интересах принято считать неэтичным [4]. Каждое действие лидера может быть оспорено подчиненным, может быть поднят вопрос об этичности принятого решения.

В Германии ситуация иная. Современный лидер — это человек, который может и не обладать отличительными особенностями (интеллектуальными, физическими и т. д.), но при этом он является частью команды и также выполняет необходимые консультативные функции. Его роль предпо-

лагают активное влияние на подчиненных, но, в то же время, ожидается активная обратная связь с их стороны. Наличие данной связи создает эффективный барьер для неэтичных поступков лидера [6].

Итак, в заключение можно сделать вывод о том, что лидерство и этическое поведение сотрудников в организации взаимосвязано. При этом поведение лидера может способствовать как укреплению этического сознания, так и его разрушению. Способами трансляции этического поведения является процесс целеполагания, включающий разработку миссии и индивидуальных целей, организационная культура, позволяющая находить сотруднику ори-

ентиры в этически непростых ситуациях. При этом этическое или неэтическое поведение лидера может зависеть от уровня развития его морального сознания и культурных особенностей.

Современное состояние лидерства в России не может рассматриваться как ориентированное на создание этической организации. Выходом из этой ситуации может стать анализ образцов лидерского поведения, принятых в других странах. Но прежде руководителям необходимо осознание того, что отсутствие этического компонента в их поведении может отрицательно сказаться на организации в долгосрочной перспективе.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Goleman D. Leadership that gets results // On managing people. – Boston: HBR Press, 2011. – 224 p.
2. Томс М. Душа бизнеса: современная этика предпринимательства. – СПб.: Весь, 2010. – 224 с.
3. Crane A., Matten D. Business ethics. – New York: Oxford University Press, 2010. – 610 p.
4. Kessler E., Wong-Ming Ji D. Cultural mythology and global leadership. – Cheltenham: Edward Elgar Publishing Limited, 2009. – 390 p.
5. Черепанова Н.В. Этические составляющие управления персоналом организации // Развитие системы управления персоналом в современных организациях: Сб. науч. статей I Междунар. научно-практ. конф. / под науч. ред. Э.Э. Сыманюк, Л.Ю. Шемятихиной. – Екатеринбург: ГОУ ВПО «УрГПУ», 2009. – С. 51–52.
6. Lennic D., Keil F. Moral intelligence. – New Jersey: Pearson Education Inc., 2005. – 300 p.
7. Sandbu M. Just business. Arguments in business ethics. – New Jersey: Prentice Hall, 2011. – 206 p.

Поступила 18.10.2012 г.

УДК 339.133.017:330.16

ПРЕИМУЩЕСТВА ЭВРИСТИК ПРИ ПРИНЯТИИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ РЕШЕНИЙ

М.В. Рыжкова

Томский политехнический университет
E-mail: marybox@tpu.ru

Показана эволюция понимания эвристик в науке и экономической теории, предложен смысловой оттенок термина «эвристики» для анализа потребительских решений. Приведены основные социальные теории, объясняющие эвристическое мышление, и в каждой из них показан экономический эффект от существования эвристик. Систематизированы причины превосходства эвристики над рациональным выбором при принятии потребительских решений.

Ключевые слова:

Эвристика, принятие решений, потребительский выбор.

Key words:

Heuristics, decision making, consumer choice.

Впервые эвристики проявились как алгоритмы решения математических задач, следуя которым пошагово, можно было механически получить правильное решение. В математике к простейшим видам алгоритмов можно причислить Алгоритм Евклида (алгоритм для нахождения наибольшего общего делителя двух целых чисел) и алгоритм нахождения обратной матрицы. Очевидные успехи в применении эвристик у математиков побудили философов исследовать проблему алгоритмов по получению универсальной, прежде всего научной, истины. В результате был разработан ряд методик по алгоритмическому поиску решений.

В частности, Р. Декарт предложил 21 эвристику для научного поиска. Р. Луллий, испанский философ XIII в., разработал механизм автоматического изобретения путем семантического перебора («круги Луллия»). Г.В. Лейбниц в трактате «Об искусстве комбинаторики» (1666) утверждал возможность выведения из простых элементов по определенным правилам всех сложных явлений. Астрофизик Ф. Цвики предложил идею морфологического поиска новых идей в астрономии. Алгоритм состоит в следующем: определить проблему как можно точнее, определить все факторы, влияющие на решение, объединить эти факторы и протести-