

ЭКОНОМИКА

УДК [338.242]: 334.02; 331.1; 334.02; 65.013; 65.014

Р. М. Ямилов, кандидат экономических наук, Сарапульский политехнический институт (филиал)
ИжГТУ имени М. Т. Калашникова

ОСНОВЫ ЭТОЛОГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИМ СУБЪЕКТОМ

Одной из дискуссионных проблем в экономике является проблема изучения формирования поведенческой реакции субъекта экономических отношений, как отдельного индивидуума, так группы индивидуумов.

В настоящее время сложился постулат субъективности поведения индивидуума (венская (психологическая) школа) [1], предполагающий, что решения индивидуум принимает на основе импульсов, которые невозможно объективизировать, и, следовательно, имеющих малопредсказуемый характер.

На основе такого постулата активно развивается поведенческая экономика (behavioral Economics), сочетающая психологию и неоклассическую экономическую теорию [2, 3], а также нейроэкономика – междисциплинарное направление, использующее достижения экономической теории, психологии и нейробиологии [4, 5].

Однако с позиций этологии поведение индивидуума является изначально объективным и основано на врожденных, присущих всем организмам реакциях, которые достаточно легко просчитываются и имеют определенный ограниченный базовый набор реакций организма на воздействие внешней среды. Объективность поведения индивидуума следует отличать от рациональности поведения, являющейся основой неоклассической экономической теории.

Была предложена концепция этологической экономики [6], основанной на этологии, согласно которой организм активно осуществляет фильтрацию внешних стимулов в соответствии со своим внутренним состоянием, т. е. осуществляется механизм внешний стимул – фильтр – внутренний стимул – реакция. Этологическая экономика, в свою очередь, явилась основой этологического управления [7].

Инстинктивные реакции всегда первичны, остальные, в том числе сознательные реакции, вторичны, строятся на основе врожденных реакций и направлены в основном на рационалистическое объяснение и оправдание первичных инстинктивных импульсов. В свою очередь инстинктивные реакции являются строго объективными и не зависят от ситуационных желаний.

Фильтрация внешних сигналов основана на ранжировании данных сигналов, которая определяет приоритетность и меру реакции. Ближайшим аналогом фильтрации, с определенными оговорками,

в экономике является пирамида Маслоу. Таким образом, этологический механизм позволяет учитывать в исследованиях определенную вариативность реакций организма на внешний раздражитель.

Рассмотрим некоторые принципы этологической экономики и этологического управления.

Основной принцип – это выгода. Выгода с позиции этологической экономики – это обеспечение выживаемости отдельного организма и совокупности организмов одного вида, а также определенной ассоциации организмов различных видов, которое в человеческом сообществе выражается в феномене максимизации благ, имеющей инстинктивную основу [8]. Тем самым индивидуум руководствуется выгодой, а не определенными эгоистическими устремлениями, присущими человеку экономическому. Одним из следствий данного постулата является примат групповых (общественных) интересов над частными, который является врожденным свойством любого «живого вещества». К примеру, в экономическом субъекте однозначно должен быть установлен приоритет корпоративных целей.

Из принципа выгоды вытекает следующий принцип – вынужденность кооперации.

Любое кооперирование является способом максимизировать благо индивидуума и существует до тех пор, пока выгода, получаемая индивидуумом от данной ассоциации, превышает издержки от ограничений, накладываемых данным объединением.

Если возможности отдельного человека или группы меньшей численности превышают или становятся равными возможностям более крупного объединения, то неизбежно следует дробление объединения. Новая кооперация должна обеспечить выгоду, превышающую от предыдущей, более крупной, ассоциации или равную выгоде предыдущего объединения при более низкой численности сообщества. Следовательно, эффективная организация должна обеспечивать выгоду индивидуума, превышающую возможные выгоды в иных ассоциациях. Можно предположить, что неизбежное уменьшение экономических субъектов по численности, связанное с развитием технологий, приведет к исчезновению транснациональных корпораций как явления экономической жизни.

С позиции этологической экономики кооперирование (симбиоз) в рамках внутренней среды эконо-

мического субъекта предпочтительнее внутрифирменной конкуренции, поэтому любую внутриорганизационную конкуренцию необходимо пресекать как негативный фактор, что приводит к необходимости к переоценке показателей эффективности структур предприятия.

Третий принцип этологического подхода в экономике – это иерархия, имеющая место в любых взаимоотношениях индивидуумов. Фактически любой контакт двух индивидуумов порождает иерархию, будь то реальные или виртуальные взаимоотношения.

Данный феномен был подробно рассмотрен автором в [9] с разработкой соответствующего понятийного аппарата.

В рамках статьи рассмотрим некоторые вновь выявленные аспекты иерархии.

Основным конфликтом в организации является несовпадение формальной иерархии, являющейся производной воздействия внесистемной силы на организацию и подчиненной логике внесистемной силы с полимодельной неформальной иерархией как совокупности неформальных иерархий, которая создается внутренней средой и регулируется в рамках данной среды.

Наиболее оптимальным способом разрешения данного конфликта является гармонизация формальной и полимодельной неформальной иерархий посредством согласованной направленности на достижение миссии организации. Гармонизация иерархий экономического субъекта достижима только посредством внесистемной силы, так как, во-первых, внешняя среда всегда превалирует над внутренней средой экономического субъекта, во-вторых, попытка реформатирования экономического субъекта субъектом внутренней среды ведет к репликации уже сложившихся неформальных иерархий [10].

В случае отсутствия согласия внешней силы на гармонизацию иерархий экономический субъект будет разрушен несовпадающими действиями иерархий.

Другим способом разрешения конфликта иерархий является удаление доминанты и доминантной группы определенной неформальной иерархии, чьи действия не совпадают с действиями формальной иерархии, из экономического субъекта.

Как было указано выше, иерархия возникает при любом контакте индивидуумов.

Например, взаимоотношения продавца и покупателя порождают иерархию, возникающую в момент их контакта и прекращающуюся после разрыва контакта. При этом следующий контакт продавца и потребителя будет основываться на предыдущей сложившейся иерархии.

Таким образом, по времени можно выделить следующие иерархии:

- временная иерархия, возникающая при одноразовом контакте;
- стабильная иерархия, возникающая при большом количестве контактов.

Следовательно, необходимо в рамках этологического управления разрабатывать маркетинговые стратегии, основанные на иерархии.

Например, можно предложить понятие «модельное поведение» в связке продавец – покупатель, представляющей собой определенный алгоритм взаимодействия продавца с покупателем, исходя из демонстрируемых покупателем признаков принадлежности к определенной группе иерархии, которые любой человек демонстрирует инстинктивно.

На основе модельного поведения разработаем матрицу действий продавца в зависимости от инстинктивной демонстрации принадлежности покупателя к определенной группе иерархии (см. табл.)

Матрица взаимодействия продавца с покупателем в рамках этологического управления

Группа иерархий [11] покупателя	Краткое описание покупателя	Краткая схема действия продавца
Доминантная (группа сообщества, в которой определяется доминант)	Предпочитают доминировать в любой ситуации	Демонстрировать все признаки подчиненного положения
Рецессивная (синантропная) – большинство сообщества, не претендующая на доминирование и участвующая в данной иерархии из-за получаемых выгод в обмен на определенные ограничения	Предпочитают подчиняться, если это выгодно	Ссылка на авторитет и большинство
Деприватная (группа сообщества, физически находящаяся в группе, но не включенная в иерархию по тем или иным основаниям, однако имеющая определенную выгоду в рамках сообщества даже от такого существования)	Предпочитают демонстрировать независимость от иерархии, но подсознательно хотят войти в иерархию, из которой исключены по той или иной причине	Демонстрация включенности данного покупателя в иерархию
Когнитивная (группа, способная продуцировать знания, технологии и т. д.)	Предпочитают умничать	Демонстрация «хайтековости» товара

Следующий принцип – это изначальное позиционирование контрагента при первом контакте в качестве врага. До установления иерархии любой иной субъект, не входящий в уже сложившуюся иерархию, в которой состоит индивидуум, воспринимается с позиции носителя угрозы существования индивидуума. В дальнейшем контрагент либо включается в иерархию, либо подлежит удалению.

Данное утверждение справедливо и для взаимоотношения экономических субъектов, представляющих собой сложившиеся иерархии. Таким образом, взаимоотношения экономических субъектов регулируются в рамках этологической экономики, и, следовательно, возникает вопрос доминирования экономических субъектов. Доминирование – это максимизация выгоды для сообщества посредством реализации соответ-

ствующей потенции конкретного индивидуума относительно внешних вызовов [12].

С точки зрения этологического управления лобой индивидуум воспринимается контрагентом как часть иерархии, в которую индивидуум включен, тем самым нивелируются личностные особенности. Прежде всего индивидуум идентифицируется контрагентом как соответствующая иерархия. Данный феномен (феномен аватаризации [13]) проявляется, например, в различном отношении к представителю Газпрома или продавцу на рынке, хотя, возможно, продавец может зарабатывать больше, чем сотрудник Газпрома, но к сотруднику Газпрома отношение более уважительное, что вытекает из принадлежности к Газпрому. То есть от принадлежности к какой-либо иерархии следуют соответствующие реакции контрагента на индивидуума, а только потом уже, при более тесном контакте, учитываются личные особенности индивидуума. Тем самым можно проследить зависимость образа определенного экономического субъекта от занимаемого положения среди иерархий какой-либо общественной системы.

Аналогичное явление наблюдается и в иерархии, когда индивидуум воспринимается через призму принадлежности к определенной группе иерархии.

Во взаимоотношениях экономических субъектов можно выделить следующие возможные состояния:

– поглощение слабого (рецессивного) экономического субъекта более сильным с формированием новой иерархии, продуцируемой доминантным экономическим субъектом. В рамках поглощения происходит однозначное удаление доминанты поглощаемого экономического субъекта с возможным удалением или включением доминантной группы рецессивного экономического субъекта в доминантную группу доминантного экономического субъекта с определенными оговорками. Наиболее выпукло данный феномен проявляется в России, когда при смене властных элит определенного региона следует передел собственности;

– формирование субдоминантного экономического субъекта, когда доминантный экономический субъект не производит поглощение рецессивного экономического субъекта, но определяет его поведение;

– кооперация равносильных (равнодоминантных) экономических субъектов возникает в случае возникновения угрозы по совпадающим интересам экономических субъектов и при условии, что синергетический эффект от данной кооперации позволяет ее преодолеть. В данном случае возникают различные методы согласования интересов экономических субъектов;

– кооперация доминантного и рецессивного экономических субъектов носит временный характер и действует до устранения угрозы, явившейся причиной кооперации. В случае устранения угрозы данная кооперация перерастает в поглощение;

– состояние вынужденного нейтралитета, когда у равнодоминантных экономических субъектов отсутствует причина кооперации и экономические субъекты вынуждены сосуществовать друг с другом в рамках конкурентных отношений.

При разработке стратегий экономического субъекта относительно иных экономических субъектов необходимо в первую очередь изучить и составить профили доминант и доминантных групп экономических субъектов с выявлением наиболее типичных реакций, так как определяющим фактором экономического субъекта являются врожденные поведенческие реакции доминанта и доминантной группы, а только потом иные их политические и экономические возможности.

Библиографические ссылки

1. Автономов В. С. Австрийская школа и ее представители. – URL: <http://ek-lit.narod.ru/ausabout.htm> (дата обращения: 02.01.2015).
2. Colin F. Camerer Behavioral Economics: Past, Present, Future. – URL: <http://www.usapr.org/papers/paper.aspx?PaperID=30> (дата обращения: 03.01.2015).
3. Ариели Д. Поведенческая экономика. Почему люди ведут себя иррационально и как заработать на этом. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2012. – 296 с.
4. Neuroeconomics: Decision Making and the Brain / P. W. Glimcher, C. Camerer, R. A. Poldrack, E. Fehr. – Academic Press, 2008. – 512 p.
5. Шиллер Р. Дж. URL: <http://www.project-syndicate.org/commentary/the-neuroeconomics-revolution/russian> (дата обращения: 04.01.2015).
6. Ямилов Р. М. Этологическая экономика или этологические основания экономических отношений // Экономика и менеджмент инновационных технологий. – 2015. – № 1. – URL: <http://ekonomika.snauka.ru/2015/01/6981> (дата обращения: 17.04.2015).
7. Ямилов Р. М. Этологическое управление: иерархии экономического субъекта // Экономика и менеджмент инновационных технологий. – 2015. – № 3 – URL: <http://ekonomika.snauka.ru/2015/03/7721> (дата обращения: 29.03.2015).
8. Ямилов Р. М. Этологическая экономика или этологические основания экономических отношений.
9. Ямилов Р. М. Этологическое управление: иерархии экономического субъекта.
10. Там же.
11. Там же.
12. Там же.
13. Там же.