

НАДЖИНГ КАК СПОСОБ ВОЗДЕЙСТВИЯ НА ПРИНЯТИЕ РЕШЕНИЙ ПРИ УПРАВЛЕНИИ ЗНАНИЯМИ

С. К. Спирин,

АО «Стройсервис»,

г. Кемерово

ФГБОУ ВО «Кузбасский государственный технический университет

имени Т.Ф. Горбачева»,

г. Кемерово

к.э.н., доцент Е. Е. Жернов

ФГБОУ ВО «Кузбасский государственный технический университет

имени Т.Ф. Горбачева»,

г. Кемерово

Предмет статьи – расширение спектра применения концептуальных основ наджинга как одного из методов управления знаниями. Основой настоящей статьи являются работы исследователей, которые изучают некоторые сферы этого метода [1–4] применительно к принятию управленческих решений на разных уровнях.

Без когнитивной (интеллектуальной) системы поддержки решений как технологического средства неэффективна в требуемом качестве и система управления знаниями интеллектуальной деловой организации (фирмы). Используя ее, менеджер по управлению знаниями может способствовать генерированию одними работниками новых знаний, давать рекомендации по их использованию другим работникам фирмы, организовывать получение нужного знания со стороны и т.д.

Все больше интеллектуальных компаний создают обширные информационные базы и базы знаний. Последние содержат корпоративные справочники, информационные и когнитивные карты, списки экспертов и другие формы знаний. Знания накапливаются в таких базах с все возрастающей скоростью, во все большем объеме и большей сложности. Поэтому людям без технических средств и соответствующих технологий работать все труднее. Как правило, с этим справляются лишь много- опытные сотрудники с высокой профессиональной квалификацией. В системе менеджмента знаний корпоративного управления их решения с полным правом занимают свое достойное место между уровнем стратегических решений топ-менеджеров и тактических решений среднего менеджмента.

Такие возможности людям во многом дают технико-технологические свойства когнитивных систем поддержки решений, что в свою очередь требует от людей специфических компетенций. В связи с этим на первый план выходит проблема так называемого организационного интеллекта. В его формировании менеджеры используют различные методы и средства. Среди них выделяют так называемое мягкое «подталкивание» (nudging).

По сути это – воздействие внушающего (далее – А) на внушаемого (далее – Б) в целях повлиять на его принятие решения для своей выгоды.

Декларируемая суть этого метода выглядит так: А «подталкивает» Б к принятию якобы выгодно последнему решения таким образом, чтобы для Б принимаемое решение являлось наиболее эффективным; А не должен ограничивать Б в свободе выбора решения, он лишь показывает, какой из доступных вариантов является наиболее подходящим; у Б должно быть право выбора альтернатив. Действительная же суть метода состоит в следующем: 1) Б не должен даже догадываться об оказываемом в данный момент на него воздействии, 2) А влияет на Б не с помощью прямых предписаний действовать определенным образом, а используя эмоциональные, психологические и когнитивные возможности Б. Декларируемые и подразумеваемые характеристики наджинга, выявленные с использованием проверочных вопросов, приведены в таблице.

Таблица – Декларируемые и подразумеваемые характеристики наджинга для управления знаниями

Декларируемые	Проверочные (уточняющие) вопросы	Подразумеваемые
1. Воздействующий (А) подталкивает воздействуемого (Б) к принятию выгодного для последнего решения.	1. В чем выгода для А?	1. А подталкивает Б к принятию им выгодно-го для первого решения.
2. А не притесняет Б, он показывает наиболее подходящие из доступных вариантов решения.	2. Доступных кому? Подходящие для кого?	2. А делает вид, что не давит на Б, предоставляя доступные Б наиболее подходящие для А варианты.
3. Б должен иметь возможность уклониться от предлагаемого варианта в пользу другого.	3. Другая альтернатива чья – А или Б? Кто ее предлагает – А или Б?	3. Другую альтернативу также предлагает А.
4. А не запрещает и не предписывает Б, прямо не призывает его действовать определенным образом.	4. Почему?	4. А воздействует на эмоциональные и когнитивные возможности Б.
5. Б не должен знать, что в данный момент А влияет на него.	5. Почему?	5. А скрыто манипулирует Б.

Окончание таблицы

Декларируемые	Проверочные (уточняющие) вопросы	Подразумеваемые
6. Сделанный Б выбор из множества вариантов, предложенных А.	6. Кто создал коридор решений? Какова ширина этого коридора, кто ее определяет?	6. Решение принимает Б в коридоре решений, спроектированном А.
7. Условия, меняющие поведение Б, созданы А. Они не должны ограничивать выбор Б и его возможность не принять предлагаемый вариант решения.	7. Каким образом обеспечить свободу выбора в коридоре?	7. Новые варианты решений, как и новые правила, разработаны А, они направляют Б к выбору другой модели поведения, не устраняя прежней.
8. А подталкивает Б только к одному варианту, второго равноценного варианта на должно быть.	8. Почему нет второго варианта?	8. Отсутствие реального выбора у Б.

Из таблицы видно, что использование наджинга менеджерами по управлению знаниями только сконцентрирует их усилия на понуждении работников делать требуемую собственником интеллектуальной фирмы когнитивную работу. Применение технических интеллектуальных средств, например, систем искусственного интеллекта только усугубит ситуацию.

Само программное обеспечение имеет лишь экспертный характер и не должно быть определяющим для принятия решений. «Решение всегда принимается человеком индивидуально – исходя из его убеждений, в соответствии с его совестью, чувством ответственности, системой ценностей – то есть, в конечном счёте, исходя из его представлений о нравственности» [5, с. 57]. Эти представления формируются в определенной общественной среде, частью которой является экономика. Нравственные решения человеку легче принимать в нравственной экономике [6].

Таким образом, на поверхности явлений наджинг выглядит подходящим для применения в управлении знаниями способом воздействия менеджером на принятие работником с высоким уровнем развития решений, хотя на первый взгляд нацелен только на изменение среды его выбора. Однозначно лишь то, что его внедрение в интеллектуальной фирме потребует затрат, меньших чем в естественной среде выбора человека. Однако сопоставление затрат с результатами (определение экономической эффективности) анализируемого процесса нуждается в дополнительных исследованиях с учетом сферы приложения метода.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Логинов, Н. И., Александрова, А. С. Современные тенденции в зарубежных исследованиях когнитивных искажений в процессах принятия решений // Психология. Журнал Высшей школы экономики. – 2020. – Т. 17. – № 3. – С. 444–453. – DOI: 10.17323/1813-8918-2020-3-444-453.
2. Чернышенко, М. С. Теоретические аспекты мягкого подталкивания (наджинга) // Administrative Consulting. – 2021. – Т. 7. – № 1. – С. 51–57.
3. Пашук, Н. Р., Тубольцева, В. А. Влияние цифровизации на принятие управленческих решений // Fundamental Research. – 2022. – № 8. – С. 100–107.
4. Шатунов, Ю. А. Наджинг: идейные основы и технологии // Современные тенденции развития менеджмента и маркетинга: сборник научных статей. – Чебоксары: Чувашский государственный педагогический университет им. И.Я. Яковлева, 2022. – С. 175–179.
5. Пилипенко, Е. В. Экономика и нравственность // Энергия: экономика, техника, экология. – 2017. – № 12. – С. 53–57.
6. Жернов, Е. Е. Нравственная экономика: идентификация и сопоставление теоретических подходов // Идеи и идеалы. – 2019. – Т. 11. – № 2-1. – С. 190–208. – DOI: 10.17212/2075-0862-2019-11.2.1-190-208.