

Секция «Социология организаций и социальных технологий»

Иллюзия умения и ошибки планирования в процессе принятия решения

Юрасов Александр Дмитриевич

Аспирант

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Социологический факультет, Кафедра социологии организаций и менеджмента, Москва, Россия

E-mail: bblblbl@yandex.ru

Иллюзия умения - это эффект, когда, при принятии решений, обладая ограниченным количеством информации человеку кажутся очевидными его дальнейшие действия. Наиболее яркий пример иллюзии умения описал нобелевский лауреат Даниэль Канеман: «Каждый день совершаются миллиарды сделок - одни люди покупают акции, другие их продают. <...> Большинство продавцов и покупателей знают, что обладают одними и теми же сведениями; ценные бумаги продают и покупают в основном из-за разницы во взглядах. Продавцы считают, что цена слишком высока и вскоре упадет, а покупатели думают, что она чересчур низка и должна подняться. Загадка в том, почему и те, и другие уверены, что цена обязательно изменится. Почему они твердо убеждены в том, что лучше знают, какой должна быть цена? В действительности уверенность большинства трейдеров - всего лишь иллюзия» [4].

Говоря о принятии решений о выборе источника и размере финансирования кампании, находящейся на начальном уровне - важнейшая задача для директоров, предпринимателей и основателей этого проекта. В процессе выбора оценивается огромное количество факторов, начиная от размера и стоимости привлеченных инвестиций, заканчивая субъективными оценками по работе с инвесторами. Существует большой спектр возможностей выбора инвестиций: гранты, венчурные фонды, бизнес ангелы, кредит в банке и другие. Но помимо классических способов привлечения инвестиций, в последнее время набирает обороты способ привлечения средств через краудфандинг.

Краудфандинг (от англ. *crowd funding*, *crowd* — «толпа», *funding* — «финансирование») представляет собой коллективное сотрудничество людей (спонсоров), которые объединяют свои финансовые ресурсы, чтобы инвестировать в проект. При этом, привлечение средств обходится гораздо дешевле, нежели средства венчурных фондов, банков или бизнес ангелов, хотя и несет за собой определенные риски.

Например, необходимо изначально определять минимальную планку привлечения средств. И в случае, если проект собирает меньше установленной планки, то все деньги возвращаются спонсорам. Именно тут наиболее важно понимать иллюзию умения в расчёте необходимой суммы и методов её привлечения, дабы избежать ошибок планирования. Непонимание и неосознание иллюзии умения в этих вопросах подтверждаются статистическими данными: по состоянию на 21 декабря 2015 года из 3910 проектов успешными оказались лишь 662, что составляет 16,9% [1].

Очевидно, что подавляющее большинство авторов проектов запускают свою кампанию будучи уверенными в том, что они смогут привлечь необходимое количество средств, для того чтобы проект стал успешным. При этом 83,1% неудач говорит о том, что они были не правы. Причины их ошибок могут скрываться в том, что, либо названная сумма неоправданно велика или недостаточно обоснована, либо ошибки находятся в плане по привлечению спонсоров, поскольку основной поток спонсоров обеспечивают сами авторы проекта, а не площадки, на которых они размещены.

В обоих случаях иллюзия умения создается и поддерживается сообществом вокруг краудфандинговых процессов вследствие широкого освещения успешных проектов и их

путей к успеху. В то время, как проекты, не справившиеся с задачей привлечения инвестиций и принятые ими решения освещаются гораздо реже.

В описаниях историй успеха проектов, справившихся с задачей привлечения инвестиций заложен еще один фактор, влияющий на дальнейшее планирование кампании - это ошибка нарратива. Она заключается в том, что успешность принятого решения имеет свою вероятность срабатывания, в то время как в истории успеха это решение может описываться как очевидное. Однако очевидным оно является лишь по простоты кампании, но никак не в самом процессе её реализации. Это и создает иллюзию простоты и легкости в принятии решения о привлечении инвестиций посредством краудфандинга.

Для оценки успешного сбора средств на краудфандинговой платформе используется подход «я слышал, что много проектов успешны - значит все проекты успешны. Если все проекты успешны - значит мой будет успешен». Как писал Ричард Нибсетт: «Нежелание участников выводить частное из общего сравнимо лишь с их готовностью выводить общее из частного» [2]. То есть при запуске кампании многими просто игнорируются статистические данные успешности ранее проведенных кампаний. Как следствие - потраченные ресурсы на мероприятие, которое не только может не принести своих плодов, но и оказать отрицательное влияние на имидж кампании в целом.

Удивительным является и тот факт, что пренебрежение какими-то конкретными данными в пользу статистики даёт даже более точный результат, как показано в эксперименте проведенным Полом Милом. В нем социальные педагоги после опроса каждого студента предсказывали оценки первокурсников к концу учебного года. Им предоставлялся доступ к результатам обучения в старшей школе и итогам тестов на интеллект и способности, а также к четырехстраничному эссе абитуриента, необходимому для поступления в университет. С другой стороны, была статистическая формула, в которой учитывалась только часть всей этой информации, а именно отметки старшей школы и результаты одного теста на выявление способностей. В результате формула оказалась точнее в прогнозах, чем 11 из 14 экспертов [3].

Как показывает анализ существующих на данный момент публикаций, учет статистических показателей имеет чрезвычайно важное значение при оценке вероятности успешной реализации принимаемого решения. Вместе с тем в настоящий момент не в полной мере исследовано оптимальное количество входящих данных для осуществления принятия стабильно успешного решения.

Источники и литература

- 1) <http://thestartman.ru/stats> по состоянию на 21 декабря 2015 года
- 2) Нисбетт Р., Борджида Ю., Крендалл Р., Рид Х. Общепринятое положение: информация не обязательно информативна // Принятие решений в неопределенности / Под ред. Д. Канемана, П. Словика и А. Тверски. Х.: Гуманитарный центр, 2005
- 3) Paul E. Meehl (new edition 2013) Clinical versus Statistical Prediction. Echo Point Books & Media, ISBN 978-0963878496
- 4) Daniel Kahneman: Thinking, fast and low. – 2014.