

УТВЕРЖДАЮ  
Проректор федерального автономного  
образовательного учреждения  
высшего профессионального  
образования «Национальный  
исследовательский университет  
«Высшая школа экономики»  
С.Ю. Рощин  
« 01 » сентября 2014 г.



**ОТЗЫВ ВЕДУЩЕЙ ОРГАНИЗАЦИИ**  
на диссертацию Рыжковой Марины Вячеславовны на тему  
«Теория рутинного потребительского поведения»,  
представленную на соискание ученой степени доктора экономических наук  
по специальности 08.00.01 – «Экономическая теория»

**Актуальность темы диссертации.**

Конечной целью социально-экономической системы любого из смешанных типов является удовлетворение потребностей как общества в целом, так и отдельных его членов. Не в каждом из типов экономических систем (традиционная, командная, рыночная) во главу угла поставлены интересы конечного покупателя (потребителя) товаров и услуг. Но любая из названных систем будет разрушена, если потребности, признанные исторически и культурно базовыми, не будут удовлетворены.

В этой связи интересна следующая постановка вопроса: каким образом происходит формирование нормы, регулирующей «базовость» потребностей? Понятно, что производственные возможности экономики будут регулировать рост потребностей, ибо это – объективная сторона процесса. Однако в микроэкономической теории не находит отражения субъективная сторона, а именно, закономерности процесса изменения доминирующих в обществе типов потребительских норм. Связанно это, прежде всего, с особенностями методологического подхода к трактовке механизма формирования решения о покупке. Данный механизм представлен как сугубо индивидуалистический процесс: в рыночной экономике каждый потребитель максимизирует свое благосостояние, как он это понимает («maximize welfare as she conceives it»), а благодаря действию стихийных рыночных сил (при таких предпосылках, как совершенная конкуренция, закон больших чисел относительно актов выбора, гомогенность покупателей) происходит как установление равновесия на рынке в целом, так и его долгосрочное изменение под действием названных объективных сил.

Представленная к защите диссертация М.В. Рыжковой является актуальной как для научной экономической мысли, так и для практических аспектов рыночного взаимодействия. В научном плане назрела необходимость в альтернативной парадигме экономических исследований человеческого поведения, что обусловлено, с одной стороны, регулярно возникающей постановкой вопроса о кризисе методологии mainstream, с другой – протестами научной общественности и студенческого сообщества против

специфичности и ограниченности взглядов в изучении экономических явлений. В практическом плане отсутствует возможность использовать выводы теории рационального выбора в ее классическом варианте для разработки конкретных количественных рекомендаций в маркетинговой практике и государственной экономической политике.

Нерешенной остается такая научная проблема как преодоление разрыва между теоретическими представлениями и феноменами потребительского поведения. Окончательно данная проблема решена не может быть, задача же науки состоит в итеративном приближении предлагаемых наукой моделей и имеющейся фактографической базы.

Это дает основание утверждать, что научная проблема, сформулированная в диссертации, является актуальной. Предлагаемое в диссертации приближение к решению поставленной проблемы позволяет сблизить теоретические конструкты экономической науки с вопросами практического изучения и управления потребительским поведением, что востребовано на динамично меняющихся современных рынках. Значимость, необходимость и своевременность данного исследования не вызывает сомнений.

#### **Степень обоснованности и достоверности научных положений, выводов и рекомендаций.**

Содержание диссертации соответствует заявленной области исследования. Пункты паспорта специальностей ВАК 08.00.01 - Экономическая теория:

основной. 1.4. Институциональная и эволюционная экономическая теория (эволюционная теория экономической динамики (Р. Нельсон и С. Уинтер); дополнительные. 1.2. Микроэкономическая теория (теория потребительского спроса), 4.2. Эволюция парадигмы экономической теории.

Структура работы логична, сформирована с учетом поставленной цели и задач, которые решаются последовательно на основе сочетания исторического и логического подходов. Все заявленные в автореферате научные методы для получения и обоснования научных положений, выводов, рекомендаций корректно применены в представленном исследовании.

Исследование осуществлено на основе использования принципов эволюционизма и институционализма. Для раскрытия противоречия теории и эмпирики применен экономический эксперимент, как сочетание таких общенаучных методов как наблюдение, выборочный метод, выдвижение и проверка гипотез. Достоверность полученных данных гарантируется высоким уровнем статистической значимости критериев непараметрической статистики. Для получения полевых данных применены метод самонаблюдения при покупке товара, анализ эмоциональной нагруженности названий, в этом случае достоверность гарантируется сплошным наблюдением, то есть обработкой генеральной совокупности событий.

При анализе вторичных источников проведено сопоставление данных экономических экспериментов, проведенных зарубежными экономистами и психологами, применены метод классификаций, метод аналогий, построение теоретико-игровой модели, построение моделей в графической форме.

Обоснованность научных положений, выводов и рекомендаций, сформулированных в диссертации М.В. Рыжковой, определяется базированием на строго доказанных и корректно используемых выводах фундаментальных и прикладных работ по широкому спектру общественных наук, а также четкой взаимосвязью теоретических, исследовательских и рекомендательных аспектов диссертации. Автором изучен и критически проанализирован широкий круг источников в области экономической антропологии в целом и изучения потребительского поведения в частности. В работе произведена глубокая проработка концептуальных основ предлагаемой теории рутинного потребительского поведения, что доказывается привлечением к анализу как антропологических концепций практически всех основных школ экономической мысли (классическая, неоклассическая, кейнсианская, институциональная и эволюционная школы), так и наработок смежных социальных и естественных наук. Автор бережно относится к вопросам авторства и авторского права: все цитаты в обязательном порядке содержат ссылки, даже иносказательно изложенная чужая мысль сопровождается ссылкой.

Изложение материала в диссертации осуществляется на высоком теоретическом уровне, характеризуется наличием значительного количества обобщений, теоретических выводов, подкрепленных фактическим материалом, критическим анализом позиций специалистов в исследуемой области. Основные положения, выносимые на защиту, убедительно аргументированы. Выводы являются логическим следствием анализа и обобщения излагаемого материала, базируются на значительном объеме достоверного и актуального первичного (полученных самим автором данных) и вторичного (обработанных мнений других ученых) материала.

Наиболее интересными моментами диссертационной работы являются следующие:

разработан новый подход к анализу поведения потребителя;

выявлены и проанализированы новые схемы типичного поведения потребителя;

проведено доказательство эмпирической ограниченности традиционного взгляда на микроэкономическое поведение потребителя;

проанализированы ключевые направления модификации теории рационального выбора;

дана новая концепция микроэкономической теории спроса с учетом нерационального поведения и новейших достижений в области эмпирического исследования поведения потребителя.

Таким образом, в работе продемонстрирована высокая степень обоснованности и достоверности научных положений, выводов и рекомендаций.

### **Научная новизна положений, выносимых на защиту.**

Диссертационное исследование обладает научной новизной, которая состоит в разработке институционально-эволюционной теории рутинного потребительского поведения как альтернативы доминирующему в экономической теории методологическому подходу к анализу поведения потребителей.

Отличие работы М.В. Рыжковой от большинства исследований, посвященных обсуждению вопросов рациональности потребительского выбора,

состоит в том, что соискатель не только критикует имеющуюся модель потребительского поведения, выявляя нестыковки в постулатах теории рационального выбора, но и предлагает свой, авторский подход к решению этой проблемы. В диссертации указан самый обширный (в отличие от аналогичных исследований других авторов) перечень недостатков как модели рационального максимизатора (с. 20-26, 52-63), концепции предпочтений (с. 31-45), так и модификаций этих конструктов с помощью включения факторов неопределенности и риска (с. 72-84), усиления уровня математизации (с. 95- 102). Такой подробный анализ дал возможность учесть выявленные недостатки господствующей антропологической парадигмы экономической теории при разработке авторской теории.

Однако М.В. Рыжкова не ограничилась предложением новой теории, разработанной на аксиоматике формально рационального подхода. Основывая свое исследование на принципах эволюционизма, она обратила внимание научной общественности на более холистичный подход, а именно экологическую рациональность (с. 164-169), предполагающую установление на всех уровнях социальной системы согласованных норм, действие в пределах которых рационально как индивидуально, так и коллективно. Несмотря на то, что изобретение нового типа рациональности не является прерогативой соискателя, ею была разработана компонентная база для новой исследовательской парадигмы экономической науки: ядро, предпосылки, инструментарий исследования. По сути своей, экологическая рациональность предполагает эволюционный подход: возникновение, распространение и отмирание образцов поведения, что последовательно реализовано в последующих главах.

В диссертации показано, что потребительское поведение более точно описывается процедурной, а не формальной рациональностью. Это означает, что поведение есть процесс, а именно последовательность актов выбора, соединенных между собой некоей последовательностью действий по реализации принятых на каждом этапе этого процесса решений. Данный процессный подход тесно смыкается с практическими наработками маркетологов и других специалистов в области изучения рынка, что позволяет говорить об устранении методологического разрыва между теорией и маркетинговой практикой.

Определяя границы нерациональности в философии, социологии, психологии (с. 104-109), М.В. Рыжкова выявляет причины и разрабатывает классификацию нерационального поведения в социальных науках в целом и в экономическом поведении в частности. Смежные социальные науки накопили существенную фактологическую базу об особенностях потребительского поведения, противоречащих основным постулатам господствующего направления (mainstream) экономической теории. В науке о потребительском поведении наблюдается противостояние между эмпирически ориентированными прикладными исследованиями, подтверждающими систематически нерациональное поведение, и экономическими теориями, отрицающими его. Разработанный соискателем подход позволяет осуществить конвергенцию традиционной и поведенческой экономике путем включения таких категорий как

эмоции, убеждения, аддиктивное поведение, когнитивные искажения в экономическую модель принятия потребительских решений.

На основе глубокого анализа неоклассической модели поведения потребителя (гл.1) и направлений ее модификации (гл.2) автор предлагает собственную концепцию поведения и принятия решений потребителем, которая названа «теорией рутинного потребительского поведения» (гл.3).

В соответствии с принципами методологии науки у концепции, претендующей на статус теории, должны быть такие структурные элементы как: исходные основания - фундаментальные понятия, принципы, законы, уравнения, аксиомы и т.п.; идеализированный объект - абстрактная модель существенных свойств и связей изучаемых предметов (например, «абсолютно черное тело», «идеальный газ» и т.п.); логика теории - совокупность определенных правил и способов доказательства, нацеленных на прояснение структуры и изменения знания; философские установки, социокультурные и ценностные факторы; совокупность законов и утверждений, выведенных в качестве следствий из основных положений данной теории в соответствии с конкретными принципами.

Применительно к «теории рутинного потребительского поведения» исходными основаниями (предпосылками) концепции соискателя является (1) экономический метод принятия решений (учет выгод и издержек), но принципы максимизации и оптимизации уступают место принципу достаточности (наличия чистого выигрыша); (2) ограниченность ресурсов при расширительной их трактовке и добавлении в анализ когнитивных способностей человека, информационных и временных ограничений на принятие решения; (3) отсутствие четко определяемых индивидуальных предпочтений, формирование которых происходит по большей части под влиянием биологических и социальных воздействий при формировании личности, что предполагает переход от принципа методологического индивидуализма к гармоничному сочетанию холизма и индивидуализма.

Предложенная теория имеет свой понятийный аппарат («рутина», «эвристика», «скрипт», «мем» и другие понятия), базируется как на основных законах экономики (закон спроса (таблица 15, с. 223), закон редкости ресурсов (с. 196, 214, 222, 417, 445), законы социального обмена (с. 213-214)), так и на принципах эволюционизма в его ламаркистской трактовке.

Идеализированный объект теории представлен абстрактной моделью - рутинной, являющейся устойчивой последовательностью действий в сходных ситуациях выбора, что возможно на основе знаний о последовательности возникновения событий (скриптов) и набора эмоционально подкрепленных шаблонных механизмов упрощенного принятия решений в ситуации неопределенности (эвристик) (п. 3 новизны диссертации, рисунок 10 с. 183).

Логика теории состоит в применении биологической аналогии к объяснению социальных явлений, а именно аналогии «ген - мем» с переносом принципов и законов генетики к зарождению социальных образцов поведения (мемов), их отбору, репликации и разрушению (с. 256-265).

Изначальная философская установка исследования состоит в признании ценности не только свободы личности потребителя, но и сформировавшейся институциональной структуры общества, так что неоппортунистическое поведение становится основой самосохранения как социума, так и индивида.

Заявленный автором подход имеет следствием набор закономерностей и выдвинутых на их основе рекомендаций (пн. 4, 6 и 7 новизны диссертации).

Таким образом, изложенная в диссертации концепция может считаться полноценной теорией.

Самостоятельную ценность имеет введенный в экономический оборот категориальный аппарат смежных социальных наук (речь идет о терминах «рутина» (с. 176), «эвристика» (с. 199), «скрипт» (с. 184-185), «мем» (с. 257- 258)). Прежде чем вводить каждое из базовых понятий в диссертации был проведен глубинный анализ его смысловой нагрузки с использованием общих и специальных толковых словарей, выделены существенные черты и отличия от смежных понятий, найдена связь с понятийным аппаратом экономической науки. Это позволяет утверждать, что автор обоснованно вводит новые термины в экономическое исследование, введение неологизмов не множит сущности, а развивает научные представления о человеческом поведении в потребительской сфере.

Авторским вкладом является применение нового для экономической науки методологического подхода к потребительскому выбору как к процессу, регулируемому эвристиками. Традиционно эвристический подход используется в науке для решения исследовательских задач в рамках ТРИЗ, АРИЗ и др. Соискатель закономерно распространяет опыт решения задач в ситуации неопределенности на потребительское поведение, органично встраивает эвристики в систему экономического знания. От теоретических способов интеграции (таких как систематизация факторов, оказывающих влияние на выбор между эвристикой и рациональным выбором (с. 205-207), выделение типов эвристик, с которыми могут работать экономисты (с. 215- 222), определение соотношения эвристик и закона спроса (с. 223, Приложение Д)) автор плавно переходит к практическим рекомендациям (разработке пошагового алгоритма продвижения продукта на основе особенностей эвристик (с. 225)).

В параграфе 3.3 (с. 226-254) и в приложении Е достаточно подробно изложены теоретические основы, дизайн, гипотезы и результаты лабораторного экономического эксперимента по формированию эвристики, что является полностью авторской разработкой, примененной в учебном и исследовательском процессе в Томском политехническом университете. Дизайн лабораторного эксперимента представляет интерес как методический прием для разработки деловых игр. Результаты проверки гипотез в целом согласуются с общей концепцией диссертации и имеют высокий уровень достоверности.

Автор в своем исследовании не ограничивается рассмотрением только микроэкономических явлений. Теория рутинного потребительского поведения является для автора микроэкономической основой для объяснения макроэкономических процессов в потреблении. В частности, автор предлагает использовать концепцию мемов («метарутин») для анализа эволюционного изменения типовых способов удовлетворения потребностей в определенной социально-экономической системе, касающихся получения товара для потребления. В диссертации для этого произведена собственная классификация социально-экономических систем, где выделяются общинная, сословная (в том числе административно-командная) и рыночная (в том числе информационная)

(с. 272-300, Приложения Ж-Л). Это позволяет производить выявление паттернов в потребительском поведении в их исторической преемственности. В противовес неоклассической теории равновесия потребителя, при таком подходе

возникает возможность говорить о нелинейности мемокомплекса общества, возможности сосуществования в разные периоды времени всех типов метарутин одновременно, но в разных пропорциях, что является, на наш взгляд, перспективной исследовательской позицией.

В конце своего исследования соискатель приводит анализ мемокомплекса всех типов социально-экономической системы с точки зрения динамики склонности к отношениям обмана и приходит к выводу об отмирании противодействующих и укреплении непротодействующих обману рутин (рисунок 22, с. 305). Дополнительно данное положение доказано с помощью институциональной ловушки обмана в графической (рисунок 24, с. 323) и теоретико-игровой (с. 324-336) формах.

Особенность предлагаемой автором позиции состоит в том, что в отличие от большинства исследователей, предлагающих в качестве панацеи для лечения проблем асимметрии информации в экономике государственное вмешательство, соискатель стоит на позиции саморегулирования взаимоотношений между производителем и потребителем. С практической точки зрения представляют интерес разработанные в диссертации примерные стратегии по противодействию обману для производителя и потребителя (с. 336-345).

### **Значимость для науки и практики полученных автором результатов.**

Предложенная автором теория рутинного потребительского поведения претендует на место, занимаемое в настоящее время теорией потребительского выбора. В диссертации можно найти элементы всех требующихся атрибутов теории, однако возможность замены покажет время. Для этого необходимо провести применение на практике не отдельных выводов теории, а разработать методики выявления и описания рутин как базовых элементов концепции. Но если теория рутинного потребительского поведения будет развиваться параллельно с теорией потребительского выбора как ее альтернатива, это приведет к вариантности методологии в экономической антропологии, чего не наблюдалось до настоящего времени, что, несомненно, сделает экономическую теорию сильнее и богаче.

Основы, заложенные в теории рутинного потребительского поведения, после небольшой доработки, могут быть использованы для исследования широкого спектра социального в целом и экономического, в частности, поведения, как-то: в трудовой, имущественной, правовой, властной, семейно-бытовой и других сферах социальных отношений.

### **Рекомендации по использованию результатов и выводов, приведенных в диссертации.**

Представленные в работе выводы и рекомендации имеют практическую ценность. Во-первых, представленная классификация ситуаций обмана на

потребительском рынке (с. 313-319) дает сигнал о необходимости изменения норм законодательства с целью предотвратить работу этих схем. Во-вторых, несмотря на то, что принципы рутинизации поведения активно

применяются в маркетинговой и PR сферах, с развитием теории рутинного потребительского поведения у специалистов по потребительскому поведению появляется возможность применять названные принципы на систематической основе. В- третьих, если органы государственного управления заинтересованы в разработке действительно работающей нормативно-правовой базы, то выделенные типы метарутин (параграф 4.2, Приложения Ж-Л) должны учитываться как при подготовке новых нормативно-правовых актов, так и при создании программ развития регионов и Российской Федерации в целом. В- четвертых, набирающая оборот практика оценки регулирующего воздействия недостаточно ориентирована на оценку поведенческих аспектов принимаемых нормативных актов; соискатель совершенно правильно ставит вопрос о необходимости включения модуля, связанного с оценкой политики «подталкивания», в европейские и отечественные методики оценки регулирующего воздействия. В-пятых, дизайн лабораторного экономического эксперимента можно использовать для создания аналогичных деловых игр или других экономических экспериментов как для дидактических, так и для научных целей.

Основные положения диссертации будут полезны в преподавании учебных курсов: «Экономическая теория», «Микроэкономика», «Маркетинг», «Поведение потребителей», «Национальная экономика» и проведении учебной и научно-исследовательской работы со студентами бакалаврского и магистерского уровней подготовки.

#### **Замечания по содержанию диссертации.**

Рассматриваемая работа не лишена ограничений. К их числу могут быть отнесены следующие:

Не вполне логичной и законченной является попытка соискателя устранить основные ограничения и недостатки ортодоксальной теории рационального выбора. В частности, можно поспорить с тем утверждением (с. 11), что «основные ее [неоклассической теории] недостатки имеют следствием невозможность верификации и фальсификации теории» как с универсальным утверждением. Закон спроса, эффективность конкурентного равновесия, механизмов аукционных торгов и целый ряд других утверждений не только успешно подтверждаются эмпирически, но и широко применяются на практике.

Не вполне удалась попытка интегрировать нерациональное поведение в предмет экономической теории, начиная с четкого операционального (формального) определения понятия «потребительская рутина». Сама проблема поведения потребителя является более сложной, чем это представлено в диссертации.

Не полностью разработанной является выдвинутая автором концепция ловушки обмана. Кроме институционального подхода, в данном эффекте следовало бы выделить микроэкономическую составляющую и более детально ее проанализировать.

фундаментальной остается проблема тестирования предсказаний теории рутинного поведения, и в частности, возможности эмпирического (экспериментального) различения объяснений, предлагаемых автором в контексте ее теории, и объяснений других теорий — например, различий в склонности к

рису, гендерных/биологических особенностей, социальных предпочтений (не выделяться на фоне остальных) и ряд др. Результаты проведенного автором эксперимента представляют определенный интерес, но едва ли однозначно позволяют утверждать, что именно рутины (в том смысле, в котором они понимаются автором) служат единственным (или хотя бы самым убедительным) объяснением полученных ей экспериментальных результатов.

Высказанные соображения, однако, не затрагивают принципиальных положений диссертационной работы и являются скорее пожеланиями и направлениями ее дальнейшего развития.

#### **Соответствие работы требованиям, предъявляемым к диссертациям.**

Тема и содержание работы полностью соответствуют проблематике специальности 08.00.01 - Экономическая теория. Полученные результаты соответствуют поставленным автором целям и задачам исследования.

Диссертация Рыжковой Марины Вячеславовны является законченной научно-квалификационной работой, выполненной автором самостоятельно на высоком научном уровне, характеризуется внутренним единством и вносит свой вклад в экономическую науку. В ней предложено решение научной проблемы противоречия принципов ортодоксальной модели экономического человека и фактов поведения реального потребителя. Использованные в исследовании библиографические и фактологические материалы достоверны. Авторские понятия, идеи и выводы введены аргументировано и оценены по сравнению с существующими решениями в экономической теории и других социальных науках. Выводы и рекомендации автора достаточно обоснованы.

Основным результатом диссертации является разработка теории рутинного потребительского поведения и ее применение на мини-, микро и макроэкономическом уровне.

Положения диссертации опубликованы в 65 работах, в том числе 1 авторской монографии, 1 учебнике и 3 учебных пособиях с грифом УМО, 20 статьях в периодических изданиях, входящих в перечень изданий, рекомендованных ВАК при Минобрнауки России для опубликования основных научных результатов диссертаций. Опубликованные работы в полной мере отражают содержание диссертационной работы.

Автореферат отражает основное содержание диссертации. Оформление автореферата и диссертации соответствует установленным требованиям.

Таким образом, диссертационную работу Рыжковой Марины Вячеславовны на тему «Теория рутинного потребительского поведения» можно оценить как научно-квалификационную работу, которая соответствует критериям, установленным Положением «О порядке присуждения ученых степеней», утвержденным Постановлением Правительства Российской Федерации от 24 сентября 2013 г № 842 в области экономической теории. Автор работы - Рыжкова Марина Вячеславовна заслуживает присуждения

ученой степени доктора экономических наук по специальности 08.00.01 – Экономическая теория.

Отзыв подготовлен профессором кафедры экономической теории НИУ ВШЭ доктором экономических наук Розановой Н.М и доцентом, PhD, заведующим лабораторией экспериментальной и поведенческой экономики НИУ ВШЭ Беляниным А.В.

Отзыв на докторскую диссертацию Рыжковой Марины Вячеславовны «Теория рутинного потребительского поведения» обсужден и одобрен на заседании кафедры экономической теории (протокол № 9 от 28 августа 2014 г.) федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» с участием заведующего научно-учебной лабораторией экспериментальной и поведенческой экономики Белянина А.В.

Заведующая кафедрой  
экономической теории,  
доктор экономических наук,  
профессор

Федеральное государственное автономное  
образовательное учреждение  
высшего профессионального образования  
«Национальный исследовательский университет  
«Высшая школа экономики» (НИУ ВШЭ)  
101000, г. Москва, ул. Мясницкая, д. 20  
E-mail : hse@hse.ru

Тел.: (495) 771-32-32

Факс: (495) 628-79-31

Серегина С.Ф.

