

УДК 334.4

В. Ф. Комаров<sup>1</sup>, А. Н. Пухальский<sup>2</sup>, Р. К. То<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Институт экономики  
и организации промышленного производства СО РАН  
пр. Акад. Лаврентьева, 17, Новосибирск, 630090, Россия

<sup>2</sup> Новосибирский научно-исследовательский институт  
патологии кровообращения им. акад. Е. Н. Мешалкина  
ул. Речкуновская, 15, Новосибирск, 630055, Россия

<sup>3</sup> Новосибирский государственный университет  
ул. Пирогова, 2, Новосибирск, 630090, Россия

E-mail: <sup>1</sup> Luk@academ.org; <sup>2</sup> pr@nricp.ru; <sup>3</sup> roman.k.to@gmail.com

## О МЕТОДОЛОГИИ ИССЛЕДОВАНИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ ПРОБЛЕМ

Излагаются вопросы методологии исследования управленческих проблем. Выделяются специфические особенности науки об управлении. Выдвигается и обосновывается тезис о том, что для исследования управленческих проблем необходимо применять не аксиоматический, а дескриптивный (описательный) подход. Определяется роль эксперимента в познании свойств и закономерностей в науке об управлении. Уточняется значение и методологическая схема проведения лабораторных организационных и управленческих экспериментов. Приводится понятие «гуру менеджмента», как «проповедника» некоей системы правил, положений и схем управления, применение которых позволяет получать эффективные результаты управленческой деятельности.

*Ключевые слова:* нормативный подход, дескриптивный подход, эксперимент в науке об управлении, лабораторный эксперимент, деловая игра, гуру менеджмента.

### Предварительные замечания

Предметная область науки об управлении (менеджменте) описывается системой терминов и понятий, совокупность которых не является устойчивой. Эти термины и понятия постоянно меняются, а их состав все время пополняется или видоизменяется. Это связано со многими причинами, в том числе и с проникновением в русский язык иностранных терминов, понятий, методик, теорий, совокупность которых составляет так называемую управленческую парадигму<sup>1</sup>. Понятие парадигмы (в современной интерпретации) можно определить так: устойчивая в течение определенного времени совокупность знаний. Другими словами, парадигма – это общепринятая в настоящий момент *картина состояний мира*. Она описывает совокупность убеждений, особенности восприятия, ценностные и практические установки, которые приняты обществом и управляют деятельностью членов этого общества. Парадигма может характеризовать и очень маленькое сообщество, например, научно-исследовательскую группу.

Понятие «парадигма» очень подходит для цели настоящей статьи – обоснования тезиса о том, что для исследования управленческих проблем невозможно применить аксиомы, теоремы, методы формальной логики. Здесь (как, например, в географии) приходится вводить

---

<sup>1</sup> Понятие *парадигмы* было введено в научный оборот Томасом Куном [1]. Куновское определение парадигмы таково: «Под парадигмой я понимаю признанные всеми научные достижения, которые в течение определенного времени дают научному сообществу модель постановки проблем и их решения».

систему непротиворечивых терминов, понятий, методов, теорий и рассуждать в рамках данной системы терминов и понятий. Ведь *система терминов* в области управления хозяйственной деятельностью так подвижна, изменчива, разнообразна и неоднозначна, что при проведении конкретного исследования полезно зафиксировать общепринятую «картину мира» по состоянию на данный момент времени. И в рамках этой «картины мира», в рамках совокупности объясненных автором терминов необходимо строить гипотезы, искать решения и доказательства (т. е. и проводить научные исследования), отдавая при этом себе отчет в том, что данная «картина мира» носит временный характер. В статье предпринята попытка зафиксировать и обосновать совокупность методов исследования управленческих проблем. Эта совокупность методов является своеобразной методологической парадигмой науки об управлении, т. е. временной, но относительно устойчивой системой знаний о методах исследования свойств и закономерностей данной предметной области.

### **Специфические особенности предметной области науки об управлении**

Науку принято определять как совокупность знаний о реальной действительности и способах ее изменения путем планомерного воздействия. Различают теоретические (или фундаментальные) и прикладные науки. Задача теоретической науки заключается в познании закономерностей в развитии природы, общества, мышления. Задача прикладной науки – выработка способов применения этих закономерностей при решении практических задач.

Экономика как наука имеет специфические особенности, связанные с трудностями познания действующих здесь закономерностей. Вот как об этом говорит заведующий кафедрой экономического факультета МГУ доктор экономических наук Глеб Фетисов: «Экономика, как известно, единственная отрасль знаний, где двое могут получить Нобелевскую премию за прямо противоположные утверждения. И теории обоих могут реализовываться одинаково успешно либо одинаково провально. Это довольно противоречивая наука. Она, возможно, больше других наук связана с жизнью и выражает всю ее сложность» [2].

В западной научной школе принято разделять экономическую науку и науку о менеджменте<sup>2</sup>. Считается, что наука о менеджменте возникла относительно недавно (40–50 лет тому назад) благодаря работам Питера Друкера. До его обобщающих работ менеджмент представлял собой совокупность разрозненных навыков, передаваемых от менеджера к менеджеру не путем изучения упорядоченной системы знаний, а путем изучения практического опыта. Подобно тому, как передает ученикам свой опыт ремесленник, художник, писатель. Можно сказать, что наука о менеджменте и сейчас еще находится в стадии становления в силу нескольких своих особенностей.

Прежде всего, в науке о менеджменте многое противоречиво и неоднозначно: немало разногласий по содержанию или предмету; по поводу того, что считать методом исследования; по определению базовой теории для науки о менеджменте. Источником этих разногласий служит то обстоятельство, что во многих традиционных науках, таких как экономика, право, социология, психология, имеется раздел, посвященный вопросам управления хозяйственной деятельностью (менеджменту). Поэтому возникает соблазн считать, что наука о менеджменте – это часть другой, более общей науки. Так, в некоторых работах [3–6] высказывается мысль о том, что управление хозяйственной деятельностью следует рассматривать как ветвь общей науки об управлении (или ветвь кибернетики). В литературе можно встретить точку зрения о том, что управление – это совокупность информационных процессов. Следовательно, для познания закономерностей данного вида деятельности необходимо применять категории информационных теорий [7].

---

<sup>2</sup> В соответствии с отечественной традицией принято считать, что наука об управлении хозяйственной деятельностью (наука о менеджменте) является частью экономической науки. Эта точка зрения закреплена и в некоторых нормативных документах, в частности в документе «Паспорта специальностей ВАК (экономические науки)».

Наличие такого рода разногласий следует отнести к *первой специфической особенности* той предметной области, которой занимается наука об управлении (менеджменте<sup>3</sup>). Действительно, совокупность изучаемых ею фактов, явлений, процессов подчиняется разнообразным законам и закономерностям. Часть этих законов носит общий характер и, следовательно, может быть лучше понята в категориях более общих наук. Часть законов является специфической именно для данной сферы человеческой деятельности. Например, такие фундаментальные понятия и категории менеджмента, как принцип иерархического построения организационных структур, принцип управления по отклонениям, принцип управления на основе обратной связи прямо выводятся из кибернетики или, если говорить на более высоком уровне обобщения, из общей теории систем [8; 9]. Положения и категории социологии, психологии, права используются при изучении свойств поведения персонала предприятия [10]. Многие аспекты теории информации применяются при исследовании процессов принятия решений, при изучении вопросов коммуникации руководителей и коллективов [11]. Фундаментальные положения общей экономической науки используются наукой о менеджменте при формулировании принципов планирования, организации и стимулирования хозяйственной деятельности [12–14].

Вместе с тем достаточно большая часть понятий и категорий специфична именно для менеджмента. В качестве примеров таких специфических знаний, характерных именно для менеджмента, можно назвать принципы принятия управленческих решений, подбора и расстановки кадров, проведения совещаний, контроля за исполнением поручений и др.

*Вторая специфическая особенность* рассматриваемой предметной области заключается в том, что здесь в равной мере сочетаются *искусственные* и *естественные* процессы и системы. Так, поведение человека, как важнейшего элемента хозяйственных систем, подчиняется, с одной стороны, природным биологическим законам, с другой – принятым в данной системе искусственным правилам и договоренностям. Материально-вещественные компоненты хозяйственных систем также имеют двойственный характер. С одной стороны, они функционируют в соответствии с природными законами (физическими, химическими, математическими). С другой стороны, в их конструкцию заложены субъективные представления человека, режим их функционирования также определяется человеческим воздействием. Рассматриваемая специфика оказывает существенное влияние на методологию проведения исследований в данной науке. Если в таких науках, как астрономия, геология, биология, география, медицина задача исследователя заключается в познании уже существующих процессов, то в управлении хозяйственной деятельностью зачастую необходимо выявить и изучить закономерности протекания *проектируемых* процессов, т. е. такой действительности, которая будет реализована в будущем. Например, изменения в системе мотивации на предприятии влекут за собой существенные изменения отношений между людьми в коллективе. В результате такого изменения возникает принципиально иная (по сравнению с прошлым) хозяйственная действительность, со своими свойствами, устойчивыми явлениями, закономерностями. В интересах предприятия необходимо заранее знать эти свойства, явления, закономерности, что усложняет задачу исследователя.

*Третья специфическая особенность* предметной области, изучаемой наукой о менеджменте, заключается в необыкновенной динамичности и *изменчивости* протекающих здесь *процессов*. Эта особенность затрудняет выявление общих законов и закономерностей, поскольку, строго говоря, каждое наблюдение о свойствах действительности справедливо только для совершенно идентичных ситуаций. Если же ситуации различаются, то требуются специальные доказательства того, что выводы, полученные в одном случае, можно распространить на другие случаи. Следствием данной особенности является вывод о том, что каждое предприятие уникально, что затрудняет проведение исследований и реализацию их результатов.

---

<sup>3</sup> Далее термины «наука об управлении» и «наука о менеджменте» будут употребляться как синонимы. Связано это с трудностями перевода иностранных терминов. Слово *manager* иногда переводят как «управляющий», а иногда – как «руководитель». В обоих случаях перевод не передает точного смысла этого слова. Поэтому зачастую термин «менеджер» используют без перевода. А термин «менеджмент» можно считать общеупотребительным в современном русском языке.

Четвертой специфической особенностью рассматриваемой предметной области является наличие в ее составе *активного элемента* – человека. Все науки, связанные с изучением человека (социология, психология, медицина, эргономика, дидактика и др.), имеют большие методологические затруднения вследствие того, что объект их изучения *сам оказывает влияние* на ход исследования, взаимодействуя с исследователем. В науке о менеджменте эта трудность усиливается, поскольку наблюдаемые факты являются высказываниями участников процесса управления (особенно при анкетных опросах, при проведении экспертиз, интервью и т. д.). Другими словами, исследователю приходится полагаться на мнения и суждения участников изучаемой системы. По разным причинам эти мнения и суждения могут быть далеки от истины. Так, достаточно часто участники не видят истинных проблем в сфере управления, поскольку в повседневной практике они сталкиваются не с проблемами, а с их следствиями. Иногда менеджеры высказывают суждения «как надо с точки зрения общепринятых правил и приличий», а в жизни руководствуются иными, неформальными нормами (вплоть до применения схем теневой экономики).

Если рассматривать менеджмент как разновидность человеческой деятельности, то можно выделить *пятую специфическую особенность* данной предметной области. Суть ее заключается в том, что деятельность по управлению предприятием во многом является *искусством*. Результаты этой деятельности зависят от личности руководителя. Это затрудняет проведение исследований и выполнение научных обобщений, а также реализацию результатов научных исследований на практике. Данная специфика имеет следующий важный аспект. Персонал управления включает лиц, находящихся по отношению друг к другу в отношениях власти, в отношениях начальника и подчиненного. Поскольку эти отношения никогда нельзя полностью формализовать (зачастую они выходят за рамки предприятия), то их нельзя достоверно идентифицировать. Следовательно, при их изучении, анализе, проектировании неизбежны ошибки.

Шестая специфическая особенность данной предметной области заключается в том, что в настоящее время нет общепринятой терминологии по вопросам управления предприятием<sup>4</sup>. В многочисленных публикациях, нормативных и законодательных актах для обозначения сходных понятий используются разные слова. Терминологическая путаница встречается иногда даже в пределах одной книги. Дело усугубляется тем, что в последние годы стало использоваться большое количество иностранных терминов. Скажем, слова *компания, фирма, предприятие, организация, хозяйственное общество* могут употребляться как синонимы в рамках одной статьи.

Причины терминологической разногласии понятны. Во-первых, вопросы управления хозяйственной деятельностью в той или иной степени являются предметом изучения разных отраслей знаний (экономика, социология, психология, право, информатика и др.). При этом каждая наука опирается на свой понятийный аппарат.

Во-вторых, проблемам управления посвящены не только научные монографии или отчеты, но и популярные публикации (в которых неточное применение терминов обусловлено стремлением авторов к упрощению текстов с целью сделать их понятными для неподготовленного читателя).

В-третьих, существуют трудности в переводе иностранных терминов.

В-четвертых, сама экономическая наука имеет множество разделов (достаточно посмотреть паспорта специальностей ВАК по экономическим наукам). Каждый раздел имеет свой «язык» – систему терминов и понятий, который непрерывно меняется. При этом термины одной экономической дисциплины «перемешиваются» с терминами другой дисциплины.

В-пятых, экономическая (управленческая) лексика – часть живого русского языка. Многие экономические и управленческие термины широко используются в повседневной жизни. Такие слова, как *доход, прибыль, спрос, план, учет, бюджет, рынок, цена, директор, акция, вексель, валюта, биржа* (перечисление можно продолжать очень долго) являются не только строгими научными категориями, но и житейскими понятиями. Между тем живой язык постоянно меняется. Это его свойство. Меняется его экономическая и управленческая лексика.

<sup>4</sup> В настоящем исследовании термин «предприятие» применяется в значении понятия «юридическое лицо». Поэтому слова *предприятие, компания, фирма, учреждение, организация* применяются далее как синонимы.

Поэтому трудно предположить, что можно написать книгу (или учебник), в которой были бы однозначно определены все экономические или управленческие термины и понятия. Если даже такая книга и будет написана, то многие содержащиеся в ней термины устареют еще до того, как она будет издана.

Перечисленные терминологические трудности характерны именно для экономической науки и для ее обширного раздела – науки об управлении хозяйственной деятельностью. Скажем, в таких науках, как геология, география, химия, математика система терминов и дефиниций более устойчива.

При проведении научных исследований по вопросам управления хозяйственной деятельностью с названными трудностями приходится считаться. Многие авторы управленческих теорий обходят названную трудность просто. В своих книгах, монографиях, научных отчетах они вводят специальный раздел под названием «гlossарий», «словарь используемых терминов», «принятые термины и обозначения» и т. п. Такой подход имеет, на наш взгляд, недостатки. Во-первых, в словаре или гlossарии можно дать лишь краткую расшифровку термина. Словарная статья не раскрывает сущность понятия, не указывает, как правило, на взаимосвязь данного термина с другими терминами. Во-вторых, словарь – это просто список терминов с краткой расшифровкой. Из него нельзя понять, какая терминологическая концепция используется автором исследования.

Продуктивнее, на наш взгляд, при проведении исследований в области управления хозяйственной деятельностью использовать некую терминологическую парадигму (своеобразную «картину мира»), т. е. систему терминов, связанных с понятием «управление предприятием».

Рассмотренные особенности данной предметной области не исчерпывают всего их множества. Но даже в их рамках появляется возможность обосновать основные трудности в исследовании управленческих проблем и наметить пути их преодоления.

### **О применении нормативных и дескриптивных теорий**

Если под теорией менеджмента понимать совокупность научных принципов и положений, обобщающих практический опыт и отражающих основные закономерности в данной предметной области, то можно выделить две точки зрения о методологической сущности данной теории. После проникновения в данную науку идеологии системного анализа большое число сторонников завоевала точка зрения, согласно которой эта теория должна быть *нормативной*. Сущность нормативных теорий [15] заключается в том, что совокупность научных принципов и положений выводится из базового набора аксиом. Поэтому иногда такие теории называют *аксиоматическими* [5]. В центре нормативных теорий лежит, как правило, процедура поиска эффективных решений, оптимальных по определенному критерию. Другими словами, применяя нормативную теорию на практике, можно получить ответ на вопрос о том, как должно быть при соблюдении всех зафиксированных аксиом, норм и положений. Зачастую нормативная теория развивается путем построения дефиниций, определяющих все новые и новые категории, свойства, принципы действительности на основе ранее введенных дефиниций.

Сильной стороной нормативных теорий является доказательность ее научных положений и принципов. Это позволяет отказаться от многочисленных экспериментов решающего типа, так как положения и принципы, по определению, имеют истинный характер. Слабая сторона нормативных теорий – «слепая вера» в однажды сформулированные аксиомы, нормы, предположения. При этом заранее исключаются из рассмотрения конкурентные теории, которые могли бы объяснить действительность или помочь в конструировании управленческих решений (решений, структур, систем).

Дескриптивные теории представляют собой совокупность научных принципов и положений, отобранных в результате практического наблюдения действительности для целей объяснения или прогноза. Здесь изначально закладывается предположение, что существует много гипотез, объясняющих наблюдаемую действительность. Поэтому при решении конкретных проблем можно перейти от одной гипотезы к другой, которая лучше объясняет факты. В этом заключается сильная сторона дескриптивных теорий: здесь заранее не исключаются конкурирующие гипотезы и подходы. Слабым местом дескриптивных теорий является

их «открытость», «незавершенность», ощущение, что данная совокупность научных положений носит временный характер.

Традиции отечественной науки таковы, что мы больше тяготеем к нормативным теориям. Причиной этого являются общеизвестные достижения физики, химии, математики. Надо сказать, что физика и математика долгие годы считались эталоном научности. Представители социальных и экономических наук зачастую пытаются как бы оправдаться и даже принизить свои теории тем, что они не такие «чистые», как у физиков и математиков.

В настоящее время появляется все больше работ, в которых с опорой на своеобразие и особенности социально-экономических процессов делается вывод о принципиальной *несравнимости* физического (математического) и социального знания [16–22]. Все пять особенностей предметной области науки о менеджменте указывают на различие между естественно-научным и социально-управленческим знанием. В этой связи представляется, что в силу специфики изучаемой действительности теория менеджмента может быть только дескриптивной. Эта теория должна выполнять следующие функции: описательную, объяснительную, предсказательную, практическую.

В силу дескриптивного характера теории менеджмента накопление новых знаний, пополнение совокупности научных положений и принципов осуществляется преимущественно экспериментальным путем или путем наблюдений. Развитие теории менеджмента протекает, по нашему представлению, по схеме проблема – гипотеза – эксперимент или наблюдение – теория. Здесь термином «проблема» обозначен этап выявления актуальных проблем теоретического и прикладного характера, термином «гипотеза» – этап выдвижения гипотез о путях решения выявленных проблем; термином «эксперимент или наблюдение» – этап проверки гипотез и выбор наиболее приемлемого способа решения проблемы, термином «теория» – этап уточнения совокупности научных положений, т. е. этап уточнения теории.

### Эксперимент в науке об управлении

Основная идея экспериментального метода – это варьирование условиями в опытном порядке и фиксация последствий с тем, чтобы сделать выводы в отношении свойств объекта исследования. При этом в каждом случае можно сказать, что полученные выводы справедливы только для этого случая. Для переноса выводов на реальную действительность нужны дополнительные обоснования.

Эксперимент, понимаемый как поставленный опыт, может иметь место всегда, когда возникает потребность получить ответ на вопрос «Что будет, если?» и выполняется ряд специальных требований. Короче говоря, эксперимент – это метод познания, при помощи которого в контролируемых и управляемых условиях исследуются явления действительности. Если условиями, в которых проводится исследование, управлять нельзя, то такой метод познания обычно называют не экспериментом, а наблюдением. Иногда и этот метод познания некоторые специалисты называют экспериментом [16], в котором при анкетировании, опросах, тестировании и других способах сбора информации осуществляется нечто вроде планирования эксперимента (в отношении того, когда и кем будут собираться данные), но нет полного контроля экспериментального воздействия (кому и как предьявляется воздействие).

Исследовательские эксперименты принято делить на две большие группы: решающие и поисковые. Эксперимент, в результате проведения которого научные положения (гипотезы, суждения, теории) оказываются подтвержденными или опровергнутыми, называют *решающим* (или контрольным). Решающий эксперимент отвечает на вопрос «да или нет» и имеет большое значение в естественных науках. В науке о менеджменте, как и в других социально-экономических науках, решающий эксперимент имеет ограниченное применение в силу специфики предметной области – дескриптивного характера теории менеджмента. Здесь научная теория утверждается путем сокращения числа правдоподобных гипотез, а не путем доказательства научной теории.

*Поисковый* (или эвристический) эксперимент имеет целью выявление зависимостей между свойствами предметов, процессов, явлений и факторами (условиями их существования, протекания, возникновения). Поисковый эксперимент может иметь и обратную задачу, т. е. может быть предназначен для отыскания таких значений факторов, при которых предметы,

процессы, явления обладают заданными свойствами. Например, экспериментируя с составом питательных веществ в рационе кормления животных, можно установить границы влияния этих веществ на увеличение веса животных. Наблюдая различные схемы оплаты труда работников одинаковых профессий и результаты их труда, можно сделать выводы о влиянии отдельных способов материального стимулирования на производительность труда<sup>5</sup>.

Поисковый эксперимент больше соответствует задачам исследования в области менеджмента, поскольку в силу специфики данной науки ее развитие осуществляется путем последовательной смены парадигм, время существования которых ограничено. Проще говоря, в силу дескриптивного характера, наука о менеджменте оперирует каждый раз временной совокупностью концепций, научных положений и принципов. Эта совокупность научных положений и принципов все время уточняется, развивается, совершенствуется. Поэтому место решающему эксперименту здесь весьма ограничено. Большая часть научных представлений является продуктом поискового эксперимента, то есть справедлива в ограниченных пределах. Применяемые в социально-экономической сфере эксперименты не «подтверждают» и не «доказывают» теорию. Они лишь опробывают ее. Адекватной можно признать ту теорию или гипотезу, которая выдерживает многократные проверки, но, тем не менее, в принципе может быть опровергнута новым испытанием. Поэтому в теории менеджмента правильнее говорить «гипотеза не опровергнута» и следует избегать утверждений «гипотеза доказана», так как в принципе не существует дедуктивных доказательств индуктивных законов, а эвристические или поисковые эксперименты строят свои доказательства на индуктивной основе.

Принято выделять натурные (полевые), лабораторные и мысленные эксперименты. *Натурные* эксперименты в науке о менеджменте могут иметь ограниченное применение по следующим причинам. Во-первых, они рискованны, так как затрагивают интересы и судьбы людей. Во-вторых, их трудно провести в чистом виде. Из-за всеобщности связей в данной предметной области сложно выделить, какие именно факторы способствовали или, наоборот, препятствовали появлению итоговых эффектов. В-третьих, каждое предприятие уникально. Отсюда трудности распространения выводов на другие предприятия. Например, опыт организации централизованного ремонта на АвтоВАЗе признается ценным и высокоэффективным (этому опыту более 40 лет!). Однако даже в рыночных условиях лишь несколько отечественных предприятий сумело преодолеть сопротивление цеховых ремонтников и внедрить эту схему выполнения ремонтных работ.

В свете изложенного особую ценность в науке о менеджменте представляют лабораторные эксперименты, осуществляемые с помощью различных моделей организационно-экономических систем. Применение этих моделей также сопряжено с определенными трудностями. Особенно наглядно эти трудности видны в разрезе общих требований, предъявляемых к экспериментальному методу как таковому. Рассмотрим эти трудности подробнее.

Эксперимент должен обладать внутренней, внешней и конструктивной валидностью. Под внутренней валидностью понимается такое качество эксперимента, которое гарантирует, что именно экспериментальное воздействие явилось причиной изменений, зарегистрированных в экспериментальной ситуации. Внешняя валидность относится к возможности обобщения вывода, полученного в эксперименте, на определенные внеэкспериментальные ситуации. Под конструктивной валидностью понимается доказательная адекватность применяемых в эксперименте модели языка, инструментария изучаемой действительности, позволяющая распространить результаты эксперимента на практические сферы.

Существуют общепризнанные критерии валидности экспериментов. Так, естественно-научная традиция предъявляет к эксперименту четыре требования: чистоты, воспроизводимости, устойчивости и адекватности. Требование *чистоты* эксперимента означает, что его выводы должны сопоставляться с данными, полученными на контрольной группе объектов. Другими словами, эксперимент должен проводиться с контролем. Требование *воспроизводи-*

---

<sup>5</sup> Поисковый эксперимент применяется и в обыденной жизни (например, при размещении мебели в квартире), в искусстве (при создании кинофильма, выборе стиля исполнения роли в театре, при аранжировке музыкальной пьесы для оркестра), в спорте (при варьировании состава футбольной команды).

мости заключается в том, что любой исследователь, решивший проверить истинность полученных выводов, может повторить эксперимент с теми же результатами. Требование *устойчивости* означает, что количество экспериментов должно быть достаточно большим (репрезентативным), как с целью исключения случайных условий, так и с целью многократного подтверждения выводов. Требование *адекватности* означает, что эксперимент должен проводиться с моделями, точность которых признается достаточной с помощью надежных критериев.

Особенность предметной области науки о менеджменте затрудняет строгое соблюдение перечисленных критериев. Так, для многих экспериментов трудно обеспечить надежный контроль. Воспроизводимость эксперимента затруднена из-за сильного влияния на его результаты личностных качеств исследователя-экспериментатора. Число экспериментов зачастую ограничено в силу организационно-технических трудностей.

В социально-экономических науках в отношении экспериментов принята иная, нежели в естественных, исходная позиция. Суть ее заключается в том, что если нельзя провести совершенный эксперимент, то нужно минимизировать его несовершенства. Для этого применяется несколько приемов: 1) тестирование испытуемых до эксперимента; 2) тестирование испытуемых после эксперимента; 3) введение контрольной группы; 4) рандомизация объектов наблюдения, сеансов проведения эксперимента и переменных; 5) проведение циклов экспериментов. Думается, что такая постановка экспериментов оправдана при выполнении исследований, направленных на *познание* действительности.

Во многих случаях наука о менеджменте ставит эксперименты с целью: а) изучения *проектируемой*, будущей деятельности; б) предсказания особенностей функционирования новых управленческих схем и технологий; в) прогнозирования особенностей проявления в будущем общих управленческих законов и закономерностей. Для этих целей нужны принципиально иные трактовки экспериментов.

Мы предлагаем рассматривать эксперимент в области менеджмента как *специфическую форму коллективной деятельности по исследованию управленческих проблем, по проектированию управленческих нововведений, по принятию управленческих решений*. Такая форма коллективной деятельности может быть разновидностью *экспертной сессии*, подготовленной специальным образом. Программа такой сессии должна, конечно, содержать приемы по нейтрализации всех факторов, угрожающих валидности эксперимента. Однако надо отдавать себе отчет в том, что в большинстве случаев в экспериментах по менеджменту нельзя получить строгих доказательств валидности результатов. Эти доказательства приходится заменять *субъективными суждениями*. Проверка таких суждений осуществляется в разнообразных спорах, дискуссиях, обсуждениях, мозговых штурмах. В этом заключается, на наш взгляд, *специфика* постановки и проведения экспериментов в науке о менеджменте. Осознание этой специфики и принятие развиваемой нами точки зрения на природу эксперимента позволяет сосредоточить внимание исследователей на истинных, а не мнимых проблемах применения экспериментального метода в науке о менеджменте. Действительные же проблемы связаны, на наш взгляд, с вопросами организации *творческих сессий*, повышения эффективности их работы, разумного насыщения экспериментов техническими и методическими средствами и т. д.

В настоящее время в науке о менеджменте применяются следующие типы экспериментов: мысленный эксперимент, эксперименты на аналитических моделях, компьютерная имитация, деловые игры, организационно-деятельностные исследования, натурный эксперимент.

Результаты мысленных экспериментов широко представлены в разнообразных суждениях исследователей, зафиксированных в публикациях, выступлениях, нормативных актах. Эксперименты на аналитических и компьютерных имитационных моделях представляют собой, по существу, *явную форму мысленных экспериментов*, реализованных с помощью математических символов, формул, алгоритмов. Организационно-деятельностные исследования включают работу комиссий, рабочих групп или проектных коллективов по изучению управленческих проблем, по выработке программ, сценариев, проектов решений, а также по проведению семинаров, экспертных сессий, деловых игр, диспутов, мозговых штурмов. Сюда же можно отнести опросы руководителей, специалистов, ученых в области управления (анкеты, интервью), проведение контент-анализа и проч.



## Гуру менеджмента

Как было сказано, в некоторых областях знаний системы научных представлений являются общепризнанными, например, в математике (их можно логически доказать), или в большинстве разделов физики (их можно экспериментально проверить). В других науках существует несколько альтернативных совокупностей принципов, теорий, утверждений, призванных объяснить, «как устроен мир». Например, в медицине (традиционная медицина, восточная медицина, нетрадиционная медицина, народная медицина). Подобно медицине, наука о менеджменте имеет дело со сложным объектом – с человеком. Поэтому можно утверждать, что в области менеджмента вообще *нельзя* создать нормативную (аксиоматическую) теорию, которая достоверно объясняла бы происходящие здесь процессы или служила инструментом решения проблем.

Поэтому не удивительно, что в науке о менеджменте существуют (и еще долгое время будут существовать) различные совокупности теоретико-методологических представлений о природе происходящих здесь явлений и о методах решения имеющихся проблем. Зачастую за каждой такой совокупностью принципов, правил, толкований фактов и т. д. стоит определенная *личность*. Если эта личность обладает авторитетом, если деятельность этого человека характеризуется заметными успехами, если у него много успешных последователей, то такого человека (в соответствии с западной традицией) называют «*гуру менеджмента*». И такой человек, действительно, является гуру (пастырем, наставником, проповедником) в индусском<sup>6</sup> понимании этого слова. Так как он не может математически (или экспериментально) доказать правильность своей теории (совокупности воззрений). Ему остается только указывать на имеющиеся факты, подтверждающие его правоту (опуская или игнорируя иные факты, а также зачастую не указывая на методы достижения обозначенных им идеальных целей), и *убеждать, убеждать, убеждать*. Со страстью проповедника<sup>7</sup>. И надо сказать: *это работает!* Любая целостная концепция приносит свои плоды. Именно в силу целостности, системности, последовательности, убежденности в ее правоте, *вере* в правильности выбранного пути! Такова, видимо, природа менеджмента, как вида человеческой деятельности.

Современный бизнес полон стрессов и неопределенностей. Острота конкуренции и скорость изменения рынков таковы, что менеджмент находится в состоянии постоянного беспокойства, маневрируя между реалиями рынка и требованиями инвесторов или собственников. В этой ситуации гуру менеджмента играют роль, подобную роли психоаналитика, причем как индивидуального – путем создания системы ценностей, ориентиров и просвещения непосредственно менеджеров, так и в «корпоративном лечении» – путем участия в консалтинге и создании тех или иных схем деятельности. Подчеркнем, что достаточно часто консалтинговые услуги решают не столько проблемы самого бизнеса, сколько задачу *повышения уверенности* в себе и снижения беспокойства в рамках фирмы.

Немаловажно и то, что новые идеи и тенденции из уст авторитетов (в осознанном и обработанном виде) намного быстрее и эффективнее проникают в бизнес-сообщество. Публичная, консалтинговая и преподавательская деятельность гуру в этом смысле весьма важна для развития бизнес-сообщества, а следовательно, для развития экономики страны. Это выпукло показал С. Н. Паркинсон в своих знаменитых «Законах Паркинсона» [23]: «...со временем консультант начинает учиться чему-то у своих клиентов, и, прежде всего, – на их ошибках. Его роль в бизнесе чем-то напоминает *роль пчелы*, которая перелетает с одного растения на другое и опыляет каждое из них ради общего блага». В этом смысле роль гуру состоит в *концентрации опыта* бизнес-деятельности и преобразовании накопленной информации

<sup>6</sup> В переводе с санскрита *гуру* – это духовный учитель или наставник. В соответствии с индийской традицией словом гуру называют руководителя в духовном мире (как правило, в сфере религии). Такой гуру хорошо осведомлен в существующих духовных учениях. Испытал (с помощью специальных практик) эти учения и понимает этот мир. Умеет донести смысл учения до понимания своих учеников. Умеет убедить их в правильности данного учения. Считается, что «абсолютный гуру» может дать ответ на любую вашу ситуацию, если вы попали в затруднительное положение. Может наставить вас на «путь истинный».

<sup>7</sup> Аналогичную роль играют проповедники других религий. Ведь каждая религия основана не на доказанных фактах и теоремах, а на вере. На системе догм и представлений, которые разделяют адепты данной религии. При этом каждая религия по-своему объясняет устройство мира. Сколько религий – столько объяснений картины мира. Поэтому любой религии нужны авторитетные люди (пастыри, проповедники, гуру).

в те или иные схемы, которые можно использовать для создания рецептов при решении тех или иных проблем.

Гуру менеджмента, чьи наставления принимают как ключ к успеху, это феномен, которому от силы 40–50 лет. Перед Второй мировой войной, когда, как вспоминает Питер Друкер [24], «все книги по менеджменту могли поместиться на небольшой книжной полке» (их было, может, штук семьдесят на всех языках), а самих гуру менеджмента, пользующихся авторитетом среди коллег, можно было пересчитать по пальцам одной руки. Далее все нарастало лавинообразно: 770 книг по бизнесу, изданных в Великобритании в 1975 г., превратились в 1996 в 3 000 томов, оборот этого рынка вырос до 35 млн фунтов стерлингов, а в США приблизился к миллиарду долларов. Тем не менее количество признанных гуру менеджмента существенно меньше: не все авторы даже успешных книг по управлению становятся гуру. В настоящее время к их числу можно отнести приблизительно 40 человек. Эти 40 человек сумели увлечь своими теориями множество других людей. Их идеи развивали, популяризировали, применяли на практике целые поколения научных работников и управленцев. Почему? По мнению Кэрл Кеннеди [25], тому есть несколько причин.

«Гуру оценивают по тем препятствиям, которые он помогает преодолеть», – пишет автор книги. Скажем, теория «управления качеством», разработанная У. Эдвардом Демингом, в 1950-е гг. помогла японцам избавиться от клейма производителей «дешевых поделок». Не менее важным фактором признания гуру является его умение излагать свою теорию образно и оригинально. «Гуру можно отличить по его умению изобретать термины, которые входят в деловой словарь, подобно «Теории Х», «реинжинирингу», «психологическому контракту», «латеральному мышлению» и прошедшей множество возрождений «адхократии», утверждает Кэрл Кеннеди. Играет роль и самореклама, напористость, яркость. Впрочем, автор признает, что в явлении «гуру» еще много загадочного, чему она еще не нашла объяснения.

В России нет собственных бизнес-гуру. Может быть, по причине короткого срока существования рыночных отношений. Может быть, из-за отсутствия у отечественных специалистов достаточных предпринимательских навыков в этом специфическом бизнесе. Ведь современные «бизнес-гуру» – это не только новое культурное явление, но еще и прибыльная отрасль экономики. Трудно даже примерно подсчитать, в какую сумму выливаются многотысячные лекционные гонорары, доходы консалтинговых компаний, выручка от продажи книг и все прочие средства, которые зарабатываются в мире на эксплуатации бренда «гуру». Ясно, что общий «объем рынка» получается очень существенным, причем помимо самих «гуру» индустрия «бизнес-гуруизма» дает хлеб множеству самых разных людей. Это бизнес-консультанты, организаторы лекций, журналисты, издатели и т. д.

### Список литературы

1. Кун Т. Структура научных революций. М.: Прогресс, 1975.
2. Фетисов Г. Большой академический стиль // Изв. 2006. № 69. 19 апр.
3. Берг А. И., Бирюков И. В. Кибернетика – путь решения проблем управления // Будущее науки. М.: Знание, 1970.
4. Винер Н. Кибернетика или управление и связь в животном и машине. М.: Наука, 1983. 344 с.
5. Оптнер С. Л. Системный анализ для решения деловых и промышленных проблем. М.: Советское радио, 1969.
6. Янг С. Системное управление организацией. М.: Советское радио, 1972
7. Информационные технологии управления / Под ред. Г. А. Титаренко. М.: Юнити, 2002. 280 с.
8. Садовский В. Н. Основания общей теории систем. М.: Наука, 1974. 279 с.
9. Системный анализ и структуры управления / Под ред. В. Г. Шорина. М.: Знание, 1975. 304 с.
10. Дядченко Л. Я. Социальные технологии в управлении общественными процессами. М., 1993.
11. Кузьмин И. А. Психотехнологический и эффективный менеджмент. М., 1992. 190 с.

12. *Дугельный А. П., Комаров В. Ф.* Бюджетное управление предприятием. 3-е изд. М.: Дело, 2007. 432 с.
13. *Маркова В. Д.* Стратегический менеджмент. М.: Инфра М, 2001. 288 с.
14. *Якобсон П. М.* Психологические проблемы мотивации поведения человека. М., 1969. 317 с.
15. Математика и кибернетика в экономике: Словарь-справочник. М.: Экономика, 1975. 700 с.
16. *Кэмбелл Д.* Модели экспериментов в социальной психологии и прикладных исследованиях. М.: Прогресс, 1980.
17. *Комаров В. Ф.* Управленческие имитационные игры. Новосибирск: Наука, 1989. 272 с.
18. Социальная психология: краткий очерк. М.: Политиздат, 1975.
19. *Магун В. С.* Потребности и психология социальной деятельности личности. Л.: Наука, 1983.
20. Общая характеристика состояния теоретического знания в современной западной социальной психологии // Современная зарубежная социальная психология. Тексты / Под ред. Г. М. Андреевой и др. М., 1984.
21. *Уинч П.* Идея социальной науки. М., 1996.
22. *Якимова Е. В.* Западная социальная психология в поисках новой парадигмы: анализ методологических дискуссий 70–90-х гг.: Научно-аналитический обзор РАН ИНИОН. М.: ИНИОН, 1993.
23. *Паркинсон С. Н.* Законы Паркинсона: Сб. тр.: Пер. с англ. М.: Прогресс, 1989.
24. *Друкер П.* Задачи менеджмента в XXI веке: Пер. с англ. М.: Вильямс, 2002. 272 с.
25. *Кеннеди К.* Гуру менеджмента. «Кто есть кто» в бизнес-элите. М.: АСТ, 2006. 286 с.

*Материал поступил в редколлегию 03.04.2012*

**V. F. Komarov, A. N. Pukhalskiy, R. K. To**

#### **ON METHODOLOGY OF RESEARCH MANAGEMENT ISSUES**

Methodology of research of management is reviewed. Specific issues related to the science of management are studied. A proposal is made and substantiated that for study of management one shall use not axiomatic but rather descriptive approach. The role of experiment is defined for the study of features and causalities in the science of management. Significance and methodological approach are verified for the laboratory setting of organizational and management experiments. A management guru term is defined as a missionary of some system of rules, principles and management approaches, application of which leads to effectiveness of management efforts.

*Keywords:* normative approach, positive approach, experiment in the science of management, laboratory testing, business games, management guru.