

МЕЖДУНАРОДНЫЙ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКИЙ ЖУРНАЛ

Вестник МИРБИС

издается с 2015 года
выходит 4 раза в год



Редакционная коллегия

Клейнер Георгий Борисович, д-р экон. наук, профессор, член-корреспондент РАН, заместитель директора ЦЭМИ РАН (Москва, Россия)

Воробьев Владимир Владимирович, д-р полит. наук, профессор кафедры истории и философии ГМУ им. адм. Ф. Ф. Ушакова (Новороссийск, Россия)

Левашов Владимир Иванович, д-р социол. наук, зам. заведующего кафедрой по научной работе ИГСУП РАНХиГС (Москва, Россия)

Мареева Елена Валентиновна, д-р филос. наук, профессор кафедры социально-философских наук Московского государственного института культуры (Москва, Россия)

Пирогов Станислав Витальевич, д-р экон. наук, профессор

Савин Станислав Леонидович, д-р экон. наук, профессор, заслуженный деятель науки РФ (Москва, Россия)

Соломатин Александр Васильевич, канд. экон. наук, доцент, первый проректор Института МИРБИС (Москва, Россия)

Черников Сергей Юрьевич, канд. экон. наук, доцент кафедры маркетинга экономического ф-та РУДН (Москва, Россия)

Исхакова Марина, руководитель программ Австралийского национального университета, канд. экон. наук, MBA (Канберра, Австралия)

Джеффкот Марк, бизнес-консультант VoiceNet asiapacific, MBA (Сидней, Австралия)

Главный редактор

Уколов В. Ф., д-р экон. наук, профессор

Заместитель главного редактора

Кострюков В. А., д-р экон. наук, профессор

Ответственный секретарь

Ивахненко М. В.



Учредитель и издатель: Автономная некоммерческая организация высшего образования «Московская международная высшая школа бизнеса «МИРБИС» (Институт), 109147, Москва, ул. Марксистская 34, корп. 7.

Описание журнала: Вестник МИРБИС [Электронный ресурс] : международ. науч.-практич. журн. / Моск. междунар. высш. шк. бизнеса МИРБИС (Ин-т). – Электрон. журн. – М. : Институт МИРБИС, 2017. – №2(10). – Режим доступа к журн.: <http://journal-mirbis.ru/>. Загл. с экрана. Свидетельство Эл №ФС 77-60414 выдано Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций, от 30 декабря 2014 г.

Форма периодического распространения: сетевое издание.

Рецензируется по экономическим, социологическим, философским и политическим наукам. При отборе материалов для публикации главным критерием является их высокий научный уровень. Рукописи рецензируются, все материалы, публикуемые в журнале, проходят научную экспертизу. Авторы опубликованных материалов несут ответственность за их содержание, подбор и точность приведенных фактов, цитат, статистических данных, собственных имен, географических названий. Редакция не вступает в переписку с авторами. Мнение авторов может не совпадать с мнением редакции и редакционной коллегии. Перепечатка материалов, опубликованных в журнале «Вестник МИРБИС», допускается только с письменного разрешения редакции.



INTERNATIONAL RESEARCH JOURNAL

Vestnik MIRBIS

Issued since 2015

Published 4 times a year

Editorial board

Kleiner Georgy B., Dr. Sci. (Econ.), Professor, Corresponding Member of RAS, Deputy Director of CEMI RAS (Moscow, Russian Federation)

Vorobyov Vladimir V., Dr. Sci. (Polit.), Professor of the Department of History and Philosophy of the SMU Adm. FF Ushakov (Novorossiysk, Russian Federation)

Levashov Vladimir Ivanovich, Dr. Sci. (Sociology), deputy Head of the Department for Scientific Work of IPACS RANEPa (Moscow, Russian Federation)

Mareeva Elena Valentinovna, Dr. Sci. (Philosophy), Professor of the Department of Social and Philosophical Sciences of the Moscow State Institute of Culture (Moscow, Russian Federation)

Pirogov Stanislav Vitalievich, Dr. Sci. (Econ.), Professor (Moscow, Russian Federation)

Savin Stanislav Leonidovich, Dr. Sci. (Econ.), Professor, Honored Worker of Science of the Russian Federation (Moscow, Russian Federation)

Solomatin Alexander Vasilyevich, PhD (Econ.), associate professor, First Pro-Rector of the MIRBIS Institute (Moscow, Russian Federation)

Chernikov Sergey Y., PhD (Econ.), Associate Professor of the Department of Marketing of the PFUR Economic Faculty (Moscow, Russian Federation)

Marina Iskhakova, Program Manager, Australian National University, PhD (Econ.), MBA (Canberra, Australia)

Jeffcot Mark, Business Consultant, VoiceNet asiapacific, MBA (Sydney, Australia)

Chief Editor Ukolov V. F., Dr. Sci. (Econ.), Professor

Deputy Chief Editor Kostryukov V. A., Dr. Sci. (Econ.), Professor

Executive Secretary Ivakhnenko M. V.

Publisher: Autonomous non-profit organization of higher education "Moscow International Higher Business School" MIRBIS "(Institute). ul. Marksistskaya, 34/7, office 759, Moscow, Russian Federation, 109147. *Phones:* +7 (495) 921-41-80, +7 (495) 921-41-07. *Fax:* +7 (495) 662-78-82. *E-mail:* info@mirbis.ru; journal@mirbis.ru

Description of the journal: Vestnik MIRBIS [Electron resource]: international research journal. / Moscow. Intern. Higher Business School MIRBIS (Institute). – Electron. Journal. – M.: MIRBIS Institute, 2017. – № 2 (10). – Mode of access to the journal: <http://journal-mirbis.ru/>. Ver. From the screen.

The certificate ЭЛ No. ФС 77-60414 issued by the Federal Service for Supervision in the Sphere of Telecom, Information Technologies and Mass Communications (ROSKOMNADZOR), dated December 30, 2014.

Form of periodic distribution: online edition.

It is reviewed by economic, sociological, philosophical and political sciences. When selecting materials for publication, the main criterion is their high scientific level. Manuscripts are reviewed, all materials published in the journal undergo scientific examination. Authors of published materials are responsible for their content, selection and accuracy of the cited facts, quotations, statistics, proper names, geographical names. The editors do not enter into correspondence with the authors.

The position of the authors represented in the papers does not always coincide with the position of the publishers of the journal. Reproduction, translation and placement of the journal "Vestnik MIRBIS" [Herald of MIRBIS] on the Internet is allowed only in agreement with the publisher. The reference to the journal is required. Published materials underwent procedure of reviewing and expert selection.



СОДЕРЖАНИЕ

ЭКОНОМИКА: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Анна Баскова

Высокопроизводительная аналитика на базе когнитивных технологий – будущее наступает уже сегодня 6

Наталья Ершова

Инвестиционно-инновационное развитие человеческого капитала как макроэкономическая тенденция долгосрочного развития национальной экономики 9

Сергей Мареев, Елена Мареева

"Стоимость" или "ценность": ответ В. Я. Чеховскому 17

Игорь Яковлев

Бизнес-стратегемы действий с равным конкурентом 20

ПРОБЛЕМЫ ГУМАНИЗАЦИИ БИЗНЕСА: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА

Владимир Уколов

Япония – страна, для которой характерна «восточная» матрица развития 23

РОССИЙСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ: СОВРЕМЕННЫЙ РАКУРС

Фуад Мамедов

Концептуальное развитие стратегического маркетинга 26

ПСИХОЛОГИЯ И СОЦИОЛОГИЯ

Леонид Надточиев

Генезис воззрений на человека – трудные проблемы познания 30

Галина Евстифеева

Новый руководитель в новой для себя среде – модернизатор или инноватор? (Анализ моделей поведения) 43

СОВРЕМЕННЫЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Ирина Жаворонкова

Andragogy: challenges of a foreign language [Андрагогика: трудности обучения иностранному языку] 52

Александр Штефан, Владимир Киселев

Есть ли возможность у факультета зарабатывать на образовательных программах для магистров? 56

Елена Алексеева, Владимир Киселев

Подготовка факультета к внутреннему аудиту перед плановой проверкой 64

CONTENTS

ECONOMICS: PROBLEMS AND PROSPECTS

Anna Baskova

High-performance analytics based on cognitive technologies – the future is coming today 6

Natalia Ershova

Investment and innovative growth of human capital as a macroeconomic tendency of the national economy's long-term development economy 9

Sergey Mareev, Elena Mareeva

"Cost" or "value": the answer to V. Chekhovsky 17

Igor Yakovlev

Business stratagems for actions with an equal competitor 20

HUMANE BUSINESS: THEORY AND PRACTICE

Vladimir Ukolov

Japan is a country characterized by an "eastern" development matrix 23

RUSSIAN MANAGEMENT: A MODERN PERSPECTIVE

Fuad Mamedov

Conceptual development of strategic marketing 26

PSYCHOLOGY AND SOCIOLOGY

Leonid Nadtochiev

The genesis of the conceptions of man – the challenge of cognition 30

Galina Evstifeeva

New leader In a new environment – modernizer or innovator? (Analysis of behavioral patterns) 43

MODERN EDUCATIONAL TECHNOLOGIES

Irina Zhavoronkova

Andragogy: challenges of a foreign language 52

Alexander Shtefan, Vladimir Kiselev

Is it possible to have the Faculty gain on educational programs for the Masters? 56

Elena Alekseeva, Vladimir Kiselev

Preparation of the faculty to the internal audit before the planned inspection? 56

ЭКОНОМИКА: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Международный научно-практический журнал "Вестник МИРБИС" ISSN 2411-5703 <http://journal-mirbis.ru/>
№ 2 (10) 2017 http://cs.journal-mirbis.ru/-/JVAs72nlacdGPXnGzBzt3w/sv/document/f8/ad/73/521295/113/2_2017VM.pdf?1502193596
URL статьи: http://cs.journal-mirbis.ru/-/NeYRBK8B2GTqDrZCcw4IIQ/sv/document/94/ad/60/521295/89/6_8.pdf?1499350363 Статья
опубликована: 10.07.2017

Ссылка для цитирования этой статьи: Баскова А. Ю. Высокопроизводительная аналитика на базе когнитивных технологий – будущее наступает уже сегодня [Электронный ресурс] // Вестник Московской международной высшей школы бизнеса (МИРБИС). – 2017. №2(10). С. 6-8. – Библиогр.: с. 8 (2 назв.)– URL: http://cs.journal-mirbis.ru/-/NeYRBK8B2GTqDrZCcw4IIQ/sv/document/94/ad/60/521295/89/6_8.pdf?1499350363 (доступ свободный). Загл. с экрана. Яз. рус., англ.

УДК 311:33:519.67

Анна Баскова^{1,2}

ВЫСОКОПРОИЗВОДИТЕЛЬНАЯ АНАЛИТИКА НА БАЗЕ КОГНИТИВНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ – БУДУЩЕЕ НАСТУПАЕТ УЖЕ СЕГОДНЯ

Аннотация. Статья рассматривает современные тренды математически-статистических вычислений, роль высокопроизводительной аналитики в деятельности людей, каковы предпосылки изменения качества жизни в ближайшее десятилетие.

Ключевые слова: аналитика, высокопроизводительная аналитика, когнитивные вычисления, Большие Данные, Интернет вещей.

1 **Баскова Анна Юрьевна** – руководитель департамента маркетинга SAS Россия/СНГ, студентка 3-го курса магистратуры по направлению «Стратегический менеджмент и инновации» – Московская международная высшая школа бизнеса «МИРБИС». 109147, Российская Федерация, Москва, ул. Марксистская, дом 34, корп. 7. E-mail: mask319@mail.ru

2 Научный руководитель **Сазанович Александр Николаевич** – доктор технических наук, профессор. Московская международная высшая школа бизнеса «МИРБИС». 109147, Российская Федерация, Москва, ул. Марксистская, дом 34, корп. 7. E-mail: sazanovich@sazanovich.ru

Глобальная информатизация мирового сообщества породила явление, называемое в мире Большими Данными (Big Data). К началу 2017 года термин Большие Данные стал платформой для развития новейших технологических парадигм, основанных на математически-статистических моделях расчетов. К таким парадигмам можно отнести Когнитивные вычисления (cognitive computing), Интернет Вещей (Internet of Things) и прикладные концептуальные проекты, такие как Умные Города (Smart Cities).

Телекоммуникации прочно проникли в образ жизни большинства людей, а современные технологии уже сейчас позволяют объединить в одну сеть все мобильные устройства. Интернет повсюду. Ещё 15 лет назад такого не было. А сейчас уже в самолетах есть Интернет. Датчики – существенная часть контроля как в производственной сфере, так и в социальной. Сегодня ребенок, приходя в школу попадает под полный цифровой контроль как учителей, так и родителей. Транспортные системы, контрольно-пропускные пункты, розничная торговля и даже парки отдыха и театры оснащены датчиками.

Основным инструментом, преобразовывающим Большие Данные в ценную информацию, является высокопроизводительная аналитика (High Performance Analytics), основанная на когнитивных вычислениях.

Когнитивные вычисления открывают перспективу естественного взаимодействия человека с компьютером. Если машины станут когнитивными, то есть приобретут способность познания, они смогут понимать запросы, выявлять взаимосвязи между данными и делать выводы. Машины смогут рассуждать, наблюдать и планировать.

Область когнитивных вычислений содержит множество направлений (Рисунок 1), включая следующие:

- **Машинное обучение**, которое позволяет автоматизировать создание аналитических моделей. Тут используются методы нейросетей, статистики, исследования операций и физики для выявления скрытых фактов в данных; при этом явно не программируются инструкции, указывающие, где искать данные и как делать выводы.
- **Нейросеть** – это разновидность машинного обучения, функционирующая по алгоритмам, схожим с принципами работы человеческого мозга. Это компьютерная система, состоящая из взаимосвязанных блоков (наподобие нейронов) и обрабатывающая информацию путем реагирования на поступление данных извне с передачей информации между блоками. Такой процесс подразумевает несколько проходов по данным с целью выявления их взаимосвязей и обнаружения значения и смысла в неопределенных данных.
- **Глубокое обучение** (Deep learning) – метод использования крупных нейросетей со множеством уровней процессоров, с усовершенствованными методиками обучения, чтобы обнаруживать сложные закономерности в огромных массивах данных. Распространенные области применения: распознавание изображений и речи.
- **Компьютерное зрение** (Computer vision) – распознавание шаблонов и глубокое обучение для распознавания изображений и даже видео. В перспективе, когда машины смогут обрабатывать, анализировать и понимать изображения, они

будут способны снимать фото или видео в реальном времени и интерпретировать окружающую обстановку.

- **Обработка естественного языка** – способность компьютеров анализировать, понимать и синтезировать человеческий язык, включая устную речь. Дальнейший этап в развитии обработки естественного языка – общение человека и машины на естественном языке, то есть возможность управлять компьютерами с помощью обычного языка, используемого в повседневном обиходе.

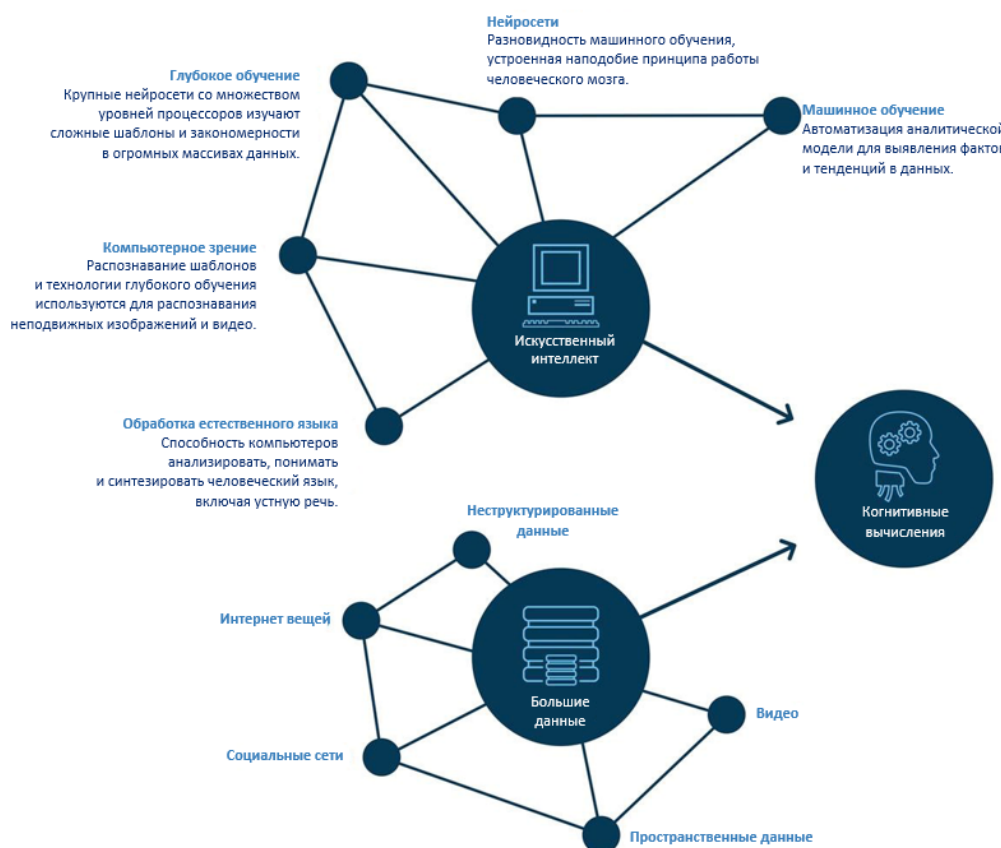


Рис. 1 – Разновидности когнитивных вычислений

Каковы же преимущества когнитивных вычислений для реального мира?

В финансовой сфере можно выявлять и даже предотвращать мошенничество. В розничной торговле можно быстрее предлагать сопутствующие товары. В промышленности – прогнозировать отказы оборудования и предсказывать аварийные ситуации. В здравоохранении можно будет быстрее оценивать эффективность лечения. Уже сегодня есть примеры своевременной диагностики онкологических заболеваний посредством предсказательной аналитики на основе аналогичных случаев.

В каждом из этих примеров компьютер понимает, какая нужна информация, выявляет взаимосвязи между всеми переменными, формулирует ответ и автоматически передает его вам вместе с разными вариантами последующих запросов.

Традиционный подход к использованию аналитики, который повсеместно применяется организациями уже более 20 лет подразумевает сбор данных, систематизацию и накопление этих данных в едином хранилище, затем эти данные анализируются и визуализируются в виде отчетов. На основе этого принимаются различные управленческие решения.

Однако сегодня ключевым фактором становится время.

С появлением Интернета вещей элементы традиционного подхода остаются, но добавляются новые элементы, которые порождены новыми требованиями. Первое - это захват огромного потока данных с датчиков, сети, внешних данных. Поэтому важным этапом становится интеллектуальная фильтрация поступающих данных или предварительная обработка данных.

Более того Большие Данные обуславливают дополнительные характеристики высокопроизводительной аналитики: массивно-параллельные алгоритмы, перенос расчётов обратно в хранилища данных или выполнять их напрямую на потоке данных, выполнение расчётов в оперативной памяти (in memory). В результате появляется требование к применению аналитики и разработке моделей на потоке данных, чтобы мгновенно, в режиме online информировать о возникающих событиях и принимать мгновенные решения.

Например, стоит ли перекрыть трубопровод, ведь причиной изменения цифр может быть, как скачок потребления, так и протечка?

8 Высокопроизводительная аналитика на базе когнитивных технологий – будущее наступает уже сегодня

Таким образом, происходящие вокруг нас цифровые процессы не просто часть повседневной жизни, но и источник принятия будущих решений, прогнозов и предсказанных явлений. Если опираться на наукоемкие когнитивные вычисления, человечество сделает огромный шаг в сторону повышения качества жизни. Сегодня на лицо предпосылки, что шаг будет сделан в ближайшее десятилетие!

Литература

1. Becoming cognitive. Understanding cognitive computing vs. artificial intelligence, deep learning and machine learning by Wayne Thompson, Hui Li and Alison Bolen [Электронный ресурс] : официальный сайт SAS. – Режим доступа: https://www.sas.com/en_us/insights/articles/big-data/becoming_cognitive.html свободный. – Загл. с экрана. – Яз. англ.
2. Баскова А. Ю. Разработка стратегии интенсивного роста компании посредством интеграции в новые рынки с целью кратного увеличения рыночной доли на примере компании SAS Россия/СНГ : Магистерская диссертация. М.: МИРБИС, 2017.

Anna Baskova³

HIGH-PERFORMANCE ANALYTICS BASED ON COGNITIVE TECHNOLOGIES – THE FUTURE IS COMING TODAY

Abstract. The article considers modern trends in mathematical-statistical calculations, the role of high-performance analytics in people's activities, prerequisites for changing the quality of life in the next decade.

Key words: analytics, high-performance analytics, cognitive calculations, Big Data, Internet of Things.

³ **Baskova Anna Yu.** – Head of Marketing Department of SAS Russia / CIS, 3rd year student of Master's degree in Strategic Management and Innovation - Moscow International Higher Business School MIRBIS. 109147, Russian Federation, Moscow, ul. Marxistskaya, 34/ 7. Email: mask319@mail.ru

References

3. Becoming cognitive. Understanding cognitive computing vs. artificial intelligence, deep learning and machine learning by Wayne Thompson, Hui Li and Alison Bolen [Electronic resource]. URL : https://www.sas.com/en_us/insights/articles/big-data/becoming_cognitive.html.
4. Baskova A.Yu. Development of the strategy of intensive growth of the company through integration into new markets with the purpose of a multiple increase of the market share by the example of SAS Russia / CIS: Master's thesis. M. : MIRBIS, 2017

ЭКОНОМИКА: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Международный научно-практический журнал "Вестник МИРБИС" ISSN 2411-5703 <http://journal-mirbis.ru/>
№ 2 (10) 2017 http://cs.journal-mirbis.ru/-/JVAs72nlacdGPXnGzBzt3w/sv/document/f8/ad/73/521295/113/2_2017VM.pdf?1502193596
URL статьи: http://cs.journal-mirbis.ru/-/5qZ-h8Dr8p8NYmWgPhPUrg/sv/document/01/c8/8e/521295/102/9_16.pdf?1499350363
Статья опубликована: 10.07.2017

Ссылка для цитирования этой статьи: Ершова Н. А. Инвестиционно-инновационное развитие человеческого капитала как макроэкономическая тенденция долгосрочного развития национальной экономики [Электронный ресурс] // Вестник Московской международной высшей школы бизнеса (МИРБИС). – 2017. №2(10). С. 9-16. – Библиогр.: с. 14-15 (10 назв.)– URL: http://cs.journal-mirbis.ru/-/5qZ-h8Dr8p8NYmWgPhPUrg/sv/document/01/c8/8e/521295/102/9_16.pdf?1499350363 (доступ свободный). Загл. с экрана. Яз. рус., англ.

УДК 330.34

Наталья Ершова¹

ИНВЕСТИЦИОННО-ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА КАК МАКРОЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕНДЕНЦИЯ ДОЛГОСРОЧНОГО РАЗВИТИЯ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ

Аннотация. В статье рассмотрены возможности долгосрочного регулирования экономики в направлении экономического роста с использованием социально-ориентированных инвестиционных стратегий развития.

Ключевые слова: экономика, Европейская модель компетентностного подхода моделирование, инновации, человеческий капитал, технология, устойчивое развитие экономики.

1 Ершова Наталья Анатольевна – кандидат экономических наук, преподаватель кафедры экономики и менеджмента Московской международной высшей школы бизнеса «МИРБИС» (Институт). 109147, Российская Федерация, Москва, ул. Марксистская, дом 34, корп. 7. Email: nataly_ershova@mail.ru.

В связи с принятием Федерального закона от 28 июня 2014 г. N 172-ФЗ "О стратегическом планировании в Российской Федерации" [1] – макроэкономическое прогнозирование долгосрочных тенденций развития экономики РФ на принципах рыночной саморегуляции приобрело свою актуальность и практическую значимость

Государство получило юридическую возможность долгосрочного регулирования экономики в направлении экономического роста с использованием социально-ориентированных инвестиционных стратегий развития, в полном соответствии с действующей конституцией.

«Цель социально-экономического развития – состояние экономики, социальной сферы, которое определяется участниками стратегического планирования в качестве ориентира своей деятельности и характеризуется количественными и (или) качественными показателями» [1, ст. 3, п. 13].

Акцент на новые технологии, созданные в результате важнейших открытий конца двадцатого века, недостаточен для устойчивого развития экономики РФ в долгосрочной перспективе. Нужны новые научные открытия. Государству необходимо стимулировать ускоренное развитие фундаментальных исследований, наращивать их масштаб и качество. В этой сфере результативность экономической деятельности определяется, в первую очередь, качеством человеческого капитала, уровнем развития его рационального и иррационального (эмоционального) интеллекта. Необходима долгосрочная программа инновационного развития человеческого капитала в сферах новационной и инновационной деятельности. Действующая в настоящее время стратегия инновационного развития человеческого капитала основана на стандартизации всех видов профессиональной деятель-

ности в соответствии с идеологией Болонского процесса, включая научное и художественное творчество, а также систему высшего профессионального образования. Участие РФ в создании единого научно-образовательного пространства на основе стандартизации научно-образовательной деятельности вузов и научных организаций привело, как ни странно, к резкому снижению качества и конкурентоспособности человеческого капитала в сферах высокоинтеллектуальной экономической деятельности. Многими вузами и научными организациями утеряны лидерские позиции. Европейская модель компетентностного подхода в инновационном развитии человеческого капитала, ориентированная на ролевую, нормативную эффективность работника, проиграла конкуренцию с американской моделью компетентностного подхода, ориентированного на результат (конкурентоспособность человеческого капитала). Стратегия трудосберегающих инноваций, основанная на роботизации производства экономических благ, призванная снизить негативное влияние на экономику человеческого фактора, ведет к значимым социальным экстерналиям – интенсивному росту безработицы, снижению значимости трудовой деятельности человека, снижению трудовой активности, усилению роли распределительного механизма хозяйствования, росту зависимости населения от социальной политики государства.

Таким образом, возникновение в долгосрочной перспективе проблемных зон развития экономики страны, содержащих фазы стабилизации и спада, имеет объективный характер. Их преодоление требует изменения принципов инновационного развития экономики, в основе которых должен быть акцент на инвестиционно-инновационное развитие человеческого капитала в направлении интеллектуализации и

индивидуализации как основы его высокой производительности, роста качества и конкурентоспособности. Стандартизация этого процесса всегда ведет к интенсификации и росту производительности труда при невысоком его качестве и отсутствии конкурентоспособности в условиях инновационной экономики. «Русификация» компетентного подхода в развитии человеческого капитала является, на наш взгляд, актуальной и практически значимой задачей, сущность которой состоит в приоритете личного фактора работника по сравнению с профессионализмом и социальной нормативностью. Интеллектуальный уровень развития личности служит определяющим фактором экономической активности работника и его потенциала компетентности в социально-ролевой профессиональной деятельности.

В "Экономической энциклопедии" человеческий капитал определяется как "особый вид капиталовложений, совокупность затрат на развитие воспроизводственного потенциала человека, повышение качества и улучшение функционирования рабочей силы. В состав объектов человеческого капитала обычно включают знания общеобразовательного и специального характера, навыки, накопленный опыт" [2].

В экономической литературе выделяют следующие его составляющие: капитал образования, капитал здоровья и капитал культуры. Существует несколько подходов к классификации видов человеческого капитала. Виды человеческого капитала можно классифицировать по элементам затрат, инвестиций в человеческий капитал. [3].

С точки зрения характера содействия экономическому благосостоянию общества, также различают потребительский и производительный человеческий капитал. Потребительский капитал содействует общественной полезности, создавая поток услуг, потребляемых непосредственно обществом. Это может быть научная, творческая и образовательная деятельность. В результате такой деятельности повышается эффективность существующих способов удовлетворения потребностей, и предоставлении потребителю таких потребительских услуг, которые приводят к появлению новых способов их удовлетворения. В этом случае имеется в виду непосредственное практическое применение именно в производстве (создание средств производства, технологий, производственных услуг и продуктов).

Между формами, в которых воплощается человеческий капитал, среди критериев классификации видов также есть различие [4], [9, с. 229].

1. Живой капитал – это знания, воплощенные в человеке.
2. Неживой капитал – это знания, которые воплощаются в физических, материальных формах.
3. Институциональный капитал – это живой и неживой капитал, связанный с производством услуг, удовлетворяющих коллективные нужды общества. Он включает в себя все правительственные и неправительственные институты, которые содействуют эффективному использованию двух типов капитала.

Такой ресурс как «человеческое время», как подчерки-

вают многие ученые, также имеет важное значение в формировании и накоплении способностей человека «Запас человеческого времени является столь же базовым, – пишет Л. Туроу, – как и запас ресурсов. Это – главный актив человеческого капитала, который позволяет индивидууму приобретать другие активы человеческого капитала» [5]. Значение запаса жизненного времени осознается к закату жизни или в стрессовых, чрезвычайных ситуациях, когда требуется мобилизация всех внутренних потенций человека.

Инвестиции в человеческий капитал, традиционно рассматриваются с позиции носителя указанного капитала – человека, сотрудника организации. Любое инновационное развитие, в том числе и технологическое развитие организации, тесно переплетаются с повышением производительности человеческого капитала и неотделимы от него, так как с увеличением объема знаний и улучшением технологии работники и оборудование, созданные ими, становятся производительнее. Навыки работы на высокотехнологичном производстве при его сложности, работники могут развить, только имея непосредственный контакт с технологией. Многие знания, к тому же, не являются общедоступными, а являются лишь приложением к оборудованию, на котором они используются. Приобретение подобных знаний, невозможно без получения соответствующих лицензий, а внедрение в производство таких технологий требует значительных финансовых вложений.

Таким образом, подход к человеческому капиталу подразумевает его рассмотрение как структурного элемента предприятия. Инновационное развитие предприятий и связанное с ним технологическое развитие предполагает рассматривать человеческий капитал предприятий не только с позиции носителя этого капитала – человека, но и с позиции предприятия. В результате, потенциальный доход от инвестиций в человеческий капитал будет являться собственностью предприятия и частично передаваться в качестве вознаграждения его носителю – работнику. При оценке инвестиций в человеческий капитал необходимо в полной мере учитывать позиции организаций, однако обладать полными правами собственности на человеческий капитал, как на вещественный капитал организация, в силу объективных причин не может. Соответственно, в методику инвестирования в человеческий капитал с позиции его носителя должны быть внесены определенные коррективы. Вероятно, в некоторых случаях, для эффективного инновационного развития и оптимизации расходов на персонал предприятиям следует привлекать временных работников ("маховиков" инновационной деятельности) или пользоваться инновационными услугами сторонних организаций. При этом необходимо учитывать такое явление – как сопротивление организационным изменениям среди персонала любой организации [6].

В этом случае можно рекомендовать разработку и внедрение некой сетевой структуры, производящей инновационный продукт. Организация – инициатор производства инновационного продукта привлекает к своей деятельности предприятие, предоставляющее соответствующую научную

или производственную базу, обеспечивающую создание этого продукта. По своей структуре указанная сеть напоминает технопарк или технополис, но в отличие от них она является временной и создается для решения конкретных задач инновационного развития.

Последние исследования в сфере микро- и макроэкономики, учитывают значимость инновационной составляющей конкурентоспособности и роли в ней человеческих ресурсов, в расчеты включают не только инновационные изменения в оборудовании и технологиях, но и человеческий капитал (накопленные способности, знания, умения и навыки персонала предприятия), то есть уровень развития персонала, его соответствие инновационному характеру производства. При этом уместно использовать такие показатели и критерии эффективности человеческого капитала, как компетенции. На сегодняшний день, они входят, как в определяющие уровни профессионального обучения, приема на работу, так и в критерии, предопределяющие производительность труда [7].

Очевидно, что инновационное развитие, являющееся основой повышения конкурентоспособности предприятия, нельзя рассматривать вне связи с развитием персонала предприятия. Наиболее высоких темпов инновационного развития, организация может достичь при сбалансированности между стратегическими целями (включая инновационную составляющую), которые ставит перед ним управленческий персонал, и уровнем развития персонала предприятия в целом.

Если принято решение о внедрении инноваций, необходимо иметь в виду, что участниками этого процесса являются разноуровневые звенья управления, работники предприятия, и прежде всего руководство предприятия, от которых может зависеть эффективность внедрения инновационной в низших звеньях управления. Соответственно, перед руководством предприятия ставится системная задача: с одной стороны, активизировать инновационное развитие как фактор успеха на рынке, с другой – развивать персонал своего предприятия и приводить в соответствие экономическую политику своей деятельности и организационную структуру. Практика показывает, что существует ряд проблем для руководителей инновационно активных организаций, связанных с квалификационным развитием персонала, его эффективным распределением для выполнения определенных задач инновационного развития.

Стандартная схема инновационной деятельности представлена тремя основными этапами: разработка, внедрение, использование.

Одна из ключевых проблем заключается в определении роли персонала в реализации этих этапов. Очевидно, у предприятия должно быть подготовленный к инновациям персонал, который способен полностью реализовать такое развитие по всем этапам, особенно, если это собственные инновации предприятия. Если это инновации, требующие только внедрения на предприятии, то у предприятия должен быть персонал, подготовленный таким образом, чтобы такие инновации внедрялись с эффективностью не меньшей, чем у

их разработчика. Идеальной для предприятия является ситуация, когда его сотрудники обладают творческими способностями, учувствуют в разработке инноваций, легко адаптируют инновации других предприятий и т. д. Поэтому для достижения такого уровня подготовки персонала, необходимо предусматривать технологии его развития (знаний, умений и навыков) с целью стимулирования и скорейшей адаптации персоналом инновационной деятельности на предприятии.

Как определить руководству организации область, куда направлять дополнительные инвестиции, которые могут дать наибольший эффект? Для этого необходимо выявить отсутствие сбалансированности между уровнем развития персонала и использованием предприятиями новых технологий. Это нарушение и указывает нужное направление инвестирования. Так, например, если наблюдается низкий уровень технической оснащенности производства по сравнению с развитием человеческого капитала, то максимальную экономию затрат труда обеспечат совершенствование и развитие технологий.

Если же не наблюдается несоответствия между ресурсами производства, то наиболее высокие темпы развития допускаются при осуществлении процесса сбалансированного инвестирования, т. е. в нахождении оптимальных пропорций одновременного инвестирования, как развития технологий, так и развития человеческих ресурсов.

Процесс сбалансированного инвестирования предполагает, что при принятии решения о привлечении инвестиций в производство, необходимо направлять часть средств на подготовку, переподготовку, повышение квалификации работников и руководства предприятия, улучшение организации труда, поиск и найм персонала на внешнем рынке труда. Эти работники должны будут работать на новом оборудовании, осваивать новые технологии и т. п., что в конечном итоге повысит эффективность их труда и всего производства.

Однако, нельзя забывать, что существует такое явление, как «сопротивление организационным изменениям».

Из этого следует, что эффективность всей системы управления чаще всего определяется и обеспечивается активной, творческой деятельностью работников. В условиях инновационного развития предприятия управление его персоналом побуждает руководителей сосредоточиваться на стратегических направлениях работы с людьми в период массовой переквалификации работников, в связи с переходом на новые технологии. Этот процесс может быть связан с широким увольнением сотрудников.

В связи с этим может быть использован «аутплейсмент» – услуга по организации процесса увольнения сотрудников наиболее щадящим способом, форма расторжения трудовых отношений между компанией и работниками, предусматривающая привлечение специализированных организаций в целях оказания помощи в трудоустройстве уволенным сотрудникам. В Российских компаниях используется достаточно редко.

Результаты исследования Economist Intelligence Unit показывают, что человеческий фактор оценивается крупны-

ми компаниями как главный риск, угрожающий их бизнесу. Увольнение сотрудника нередко приносит массу проблем: один «сливает» компромат, другой норовит восстановиться, третий в отместку уносит с собой файлы с конфиденциальными документами, кто-то распространяет негативную информацию о работодателе, а кто-то обращается в трудовую инспекцию с заявлением, что ему платили зарплату «в конверте». Некоторые уносят с собой так называемую «клиентскую базу», считая, что они тоже над этим работали. А раз так – необходимо заранее позаботиться о том, чтобы увольнение работника не стало угрозой вашему бизнесу.

Здесь показателен пример аутплейсмента Procter & Gamble. В 1993 году компания стала стратегическим инвестором в АК «Новомосковскбытхим». Остро встал вопрос о реорганизации производства, и оказалось, что предприятие может эффективно работать при гораздо меньшем количестве персонала. Соответственно была разработана специальная программа по сокращению штата: все ушедшие сделали это добровольно, получив компенсационный пакет в размере от 2,5 до 4,5 годовых окладов и воспользовавшись про-

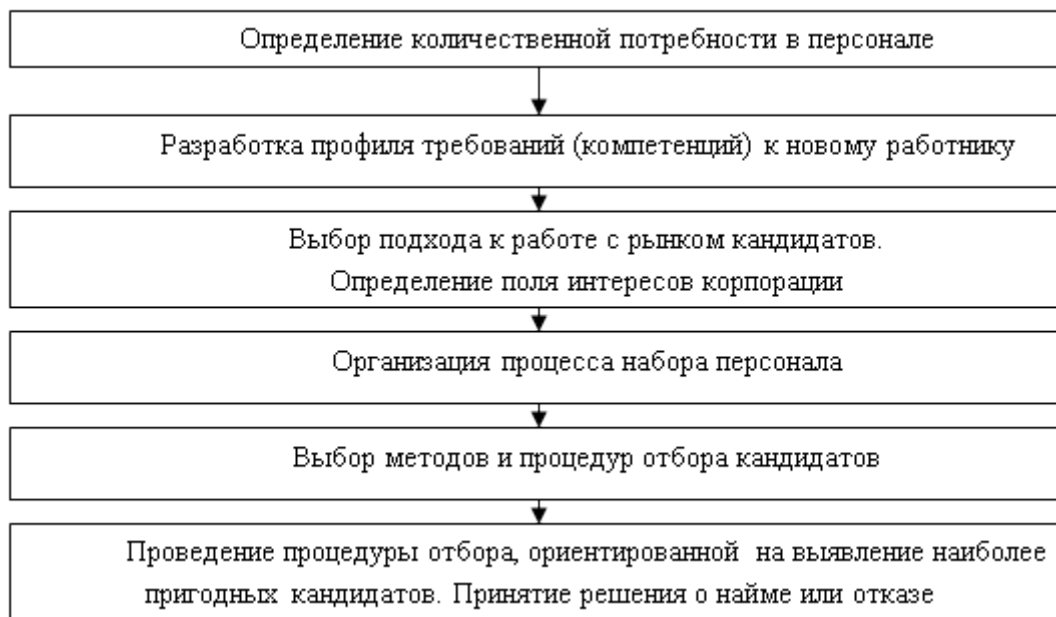
граммой переквалификации. Для этого Procter & Gamble создала собственный центр по переподготовке кадров – фонд труда «Старт». Предлагались самые разные специальности: от технических до сферы услуг. Программа обошлась компании более чем в \$1 млн. Но имидж и репутация были сохранены [8].

В этой связи, в целях повышения эффективности инновационного развития, в отношении персонала предприятий, высшему руководству организаций, необходимо проводить комплексные мероприятия, а именно: определять потребности в персонале в соответствии с инновационным развитием и имеющимися возможностями предприятия; планировать работу с персоналом (подбор и увольнения); проводить аттестацию персонала; осуществлять ротацию в системе управления; управлять карьерой сотрудников; осуществлять мотивацию и стимулирование персонала.

Расчет качественной потребности сопровождается одновременным расчетом количественной потребности в персонале (рисунок 1) [9].

Рис. 1 – Стратегемы равенства сил

Стандартным Инструментом, облегчающим процесс системы комплектования штатов и отбора персонала, особен-



но с учетом инновационной стратегии развития предприятия, является карта компетенций. Компетенции – это совокупность способностей, знаний, опыта, навыков человека, позволяющая ему свободно осуществлять определенную деятельность и достигать наилучших результатов при ограниченности ресурсов. Использование карты компетенции дает также возможность структурированной оценки работников (по каждой характеристике) и сравнения их между собой. Подготовка карты компетенции требует специальных знаний и, как правило, осуществляется при помощи профессионального консультанта или специально обученного сотрудника отдела управления персоналом.

Фрагмент карты компетенций приведен в таблице 1[9]. При этом необходимо широко использовать инструментарий маркетинга персонала, как для успешного удовлетворения потребностей в персонале на предприятиях, для выявления внутренних резервов труда, так и для изучения ситуации на внешнем рынке.

Для этого можно использовать ряд способов: формирование «студенческих программ» для поиска перспективных студентов уже с младших курсов вузов, выплатой стипендии за счет предприятия, помощью в прохождении производственной практики, в подготовке и защите дипломных работ; взаимодействием с организациями, осуществляющими лизинг персонала, организаций прогнозных исследований по проблемам подготовки и переподготовки квалифицированных работников организации.

Таблица 1 – Карта компетенций (фрагмент)

Компетенция (качество)	Описание компетенции (качества)	Степень развития (5 – качество полностью развито, ..., 1 – качество полностью не развито)
Стратегическое управление	Имеет навыки в формировании стратегических целей развития	
	Анализирует динамику внешней среды	
	Разрабатывает мероприятия по достижению поставленных целей	
Управленческие решения	Имеет навыки в выявлении проблем	
	Обладает способностью к анализу	
	Умеет просчитывать риски при принятии решений	

Социальные сети также используют как помощь в подборе персонала в инновационных отраслях новой экономики: медиа, интернет, телекоммуникации, потребительский рынок, перерабатывающая промышленность.

К внутреннему рынку труда относят основной кадровый состав предприятия. На этом уровне изучаются вопросы высвобождения работников в связи с изменением структуры производства, оплата труда и сопоставления ее размеров с уровнем на внешнем рынке, возможности продвижения по службе, непрерывного повышения квалификации и связанные с этим проблемы.

Новейшей практикой западных исследований сравнительной конкурентоспособности является бенчмаркинг (англ. *bench* – место, *marking* – отметить, *benchmark* – ориентир) как метод управления инновациями.

Также – это способ изучения лучшей практики и условий деятельности хозяйствующих субъектов, прежде всего, своих конкурентов, при которых обеспечивается успешный трансфер передового опыта с целью использования его в своей работе. Он включает в себя комплекс средств, позволяющих систематически находить, оценивать все положительные достоинства чужого опыта и организовывать их использование в своей работе. Он направлен на изучение бизнеса, а применительно к инновациям, означает изучение бизнеса других предпринимателей с целью выявления основополагающих характеристик для разработки своей инновационной политики и конкретных видов инноваций. При бенчмаркинге важное значение имеет преодоление психологической закомплексованности руководителей и специалистов.

Для осуществления бенчмаркинга обычно создается специальная рабочая группа.

Преимущества бенчмаркинга, заключаются в следующем:

- изменения мотивируются, так как имеются цели, достигнутые другими;
- сопротивление изменениям становятся меньше, если идеи изменений приходят из других сфер и областей деятельности;

- инновации из других отраслей знания могут быть легче идентифицированы и применены.

Бенчмаркинг используется как инструмент инновационного развития предприятия и как эффективная система управления персоналом.

Например, в английской компании KPMG (аудиторские услуги) – зарубежная компания, присутствующая на российском рынке, есть так называемая своя «формула успеха» системы управления в работе с персоналом, как с разнообразностью ресурсов:

$$S = K + IQ + EQ + D, \text{ где } [10]:$$

K (knowledge) – знания;

IQ (intelligence quotient) – коэффициент интеллекта;

EQ (Emotionality Quotient) эмоциональный интеллект;

D (done) – должно быть обязательно сделано.

В соответствии с этой формулой каждый сотрудник компании будет успешен в своей деятельности, при условии наличия всех элементов, указанных в ней. Это дает возможность раскрытия потенциала работников.

Бенчмаркинг системы управления персоналом проводился неоднократно компанией KPMG – это обзор показателей системы управления персоналом, позволяющий сравнить показатели своей компании с аналогичными показателями других участников рынка. Бенчмаркинг – это удобный инструмент:

- планирования численности и расходов на персонал;
- получения измеримой информации о системе управления персоналом компании (HR-показатели);
- оценки эффективности системы управления персоналом;
- оценки эффективности деятельности работников службы управления персоналом;
- оценки рентабельности инвестиций в персонал².

Также, в целях повышения эффективности инновационно-

² http://www.kpmg.com/ru/ru/services/tax/hr_benchmarking/pages/ (дата обращения 03.06.2017)

го развития, в отношении персонала предприятий, в качестве комплексного мероприятия используется планирование. Для целей инновационного развития перспективное или стратегическое планирование подготовки персонала опирается на учет многих факторов, наиболее важным из которых являются: концепция кадровой политики организации; концепция системы повышения квалификации организации, которой руководствуются учебные заведения; перспективы развития организации, в том числе применение новых технологий; потребности в подготовке и обучении управленческого персонала. Определяются виды подготовки, то есть планируется не просто "повышение квалификации", а конкретный ее вид (стажировка, переподготовка, ежегодное или периодическое повышение квалификации, самоподготовка).

Необходимо отметить, что наиболее эффективными вложениями для инновационного развития являются инвестиции в подготовку молодого специалиста. Важно подчеркнуть, что в результате обучения работника производительность его труда вырастает независимо от будущего места работы. Т.е. полученные на предприятии знания пригодятся работнику в его дальнейшей работе не только на предприятии, осуществляющем инвестиции в его образование, но и на любом другом предприятии данной отрасли.

Таким образом, для предприятия подобные инвестиции оказываются весьма рискованными – ведь работник, окончив обучение, может предложить свои услуги другому предприятию на более выгодных условиях. А также, способности к обучению у людей различны, поэтому повышения производительности обученных работников до максимального возможного уровня не всегда можно ожидать. Вышеуказанные факты должны быть учтены при модификации используемых моделей оценки инвестиций в человеческий капитал предприятия. По этим причинам, до настоящего времени не проводится системных инвестиций в обучение персонала, а руководство предприятия предпочитает нанимать на рынке труда уже обученных работников. В последнее время на внешнем рынке труда складывается такая ситуация, когда специалисты необходимой квалификации отсутствуют или наем новых работников обходится дороже переобучения своих сотрудников. Поэтому с экономической точки зрения дополнительные капиталовложения обоснованы в

том случае, когда они характеризуются достаточно высоким уровнем окупаемости. Поэтому с целью повышения эффективности инновационного развития предприятия необходимо использовать весь комплекс оценки эффективности инвестиций в человеческий капитал, изучая возможности привлечения трудовых ресурсов необходимого качества с внешнего рынка труда и развитие внутреннего рынка труда в контексте повышения квалификации своих работников и их карьерного роста. Необходимо отметить, что все вышеуказанные процессы, как на внешнем рынке труда, так и на внутреннем требуют определенных капиталовложений. Оценка экономической эффективности мероприятий по развитию персонала и соответственно инвестиций в человеческий капитал принято рассматривать с четырех аспектов: личного, учебного заведения, предприятия и общества. При этом методы оценки эффективности инвестиций используют при личном подходе. В остальных случаях используют либо стоимостные показатели, либо показатели, связанные с повышением производительности труда персонала, а на уровне государства – показатели, связанные с производством валового внутреннего продукта и др. Оценка эффективности мероприятий по развитию персонала и приведению его качественных характеристик в соответствие с требованиями инновационного развития на уровне предприятия должны проводить с применением методики оценки эффективности инвестиций "затраты-выгоды". При этом необходимо использовать инструментарий оценки инвестиций в человеческий капитал с позиции предприятия, а не с позиции его носителя работника [19, с. 252].

И образование, и наука, как составляющие человеческого капитала, и сам человеческий капитал в целом, стали главным фактором роста и развития современной экономики, развития общества и повышения качества жизни. Человек конечно, был и остается ядром человеческого капитала. Сам же человеческий капитал определяет ныне основную долю национального богатства стран, регионов, муниципальных образований и организаций. В сущности, накопленный человеческий капитал – это инвестиции и отдача от них в человека, в качество его жизни, в условия и инструменты его интеллектуального труда, в среду обитания и работы.

Литература

1. Федеральный закон от 28 июня 2014 г. N 172-ФЗ "О стратегическом планировании в Российской Федерации".
2. Экономическая энциклопедия / Авт. кол. : Е. И. Александрова, А. В. Аникин, Р. С. Асатрян и др. ; Гл. ред. Л. И. Абалкин. М.: Экономика ; Институт экономики Российской Академии Наук, 1999. – 1055 с.
3. Долинца Д. М. Инвестиции в человеческий капитал // В сб. Проблемы развития инновационно-креативной экономики. – 2010. – С. 370-373. [Электронный ресурс] : ИД Библио-глобус. – URL: <http://bgscience.ru/lib/10703/> (дата обращения 03.06.2017).
4. Петко О. В. Инвестиции в человеческий капитал как фактор экономической безопасности страны // Креативная экономика. – 2012. – № 5 (65). – с. 46-49. [Электронный ресурс]: ИД Библио-глобус. – URL: <http://bgscience.ru/lib/4718/> (дата обращения 03.06.2017).



5. Thurow, L. Investment in Human Capital. Belmont / L. Thurow. – С. U. Print. – Cambrige, 1970. – p. 56. [Электронный ресурс]: Научная библиотека диссертаций и авторефератов disserCat. – URL: <http://www.dissercat.com/content/vliyanie-chelovecheskogo-kapitala-na-ekonomicheskii-rost#ixzz4lj1HljwU> (дата обращения 04.03.2017).
6. Ершова Н. А. Корпоративная социальная ответственность как метод инновационного управления, и как инструмент влияния на процесс принятия управленческого решения [Электронный ресурс] // European Science and Technology: 9 th International scientific conference. Munich 2014, pp. 139-142. – URL: <http://sciencic.com/ru/archive.php> (дата обращения 04.03.2017).
7. Ершова Н. А. Управленческие решения в социально-экономической сфере развития персонала, как фактор повышения эффективности бизнес-организации [Электронный ресурс] // Вестник Московской международной высшей школы бизнеса (МИРБИС). – 2015. №4(4). С. 31-36. Режим доступа к журн.: <http://journal-mirbis.ru/> (доступ свободный).
8. Статьи о менеджменте [Электронный ресурс]: Бизнес-класс. – URL: <http://www.classs.ru/stati/menejment1/> (дата обращения 07.06.17).
9. Ершова Н. А., Сергеева Н. В. Современные технологии системы управления персоналом в бизнес-структурах: Монография. – М.: Институт МИРБИС, 2014 – С. 21- 22
10. Ершова Н. А. Разработка управленческих решений в системе эффективного менеджмента: Монография. – М.: Институт МИРБИС, 2015 – С. 116.

Natalia Ershova³

INVESTMENT AND INNOVATIVE GROWTH OF HUMAN CAPITAL AS A MACROECONOMIC TRENDENCY OF THE NATIONAL ECONOMY'S LONG-TERM DEVELOPMENT

Abstract. In the article we look at the different options of long-term economy regulation in order to promote economic growth with the use of socially oriented investment developmental strategies.

Key words: economy; European model of the competence-based approach; modeling; innovations; human capital; innovative technology, sustainable economy development.

³ Ershova Natalia A. – Ph.D. in Economics, associate professor, Lecturer of the Management department of Moscow international higher business school MIRBIS. 109147, Russian Federation, Moscow, ul. Marxistskaya, 34/ 7. Email: nataly_ershova@mail.ru

References

1. Federal Law of June 28, 2014 No. 172-FZ On Strategic Planning in the Russian Federation.
2. Encyclopedia of Economics / Authors. Count. : E. I. Aleksandrova, A. V. Anikin, R. S. Asatryan and others; Ch. Ed. L. I. Abalkin. Moscow: Economca; Institute of Economics of the Russian Academy of Sciences, 1999. –1055 p.
3. Dolintsa D. M. Investments in human capital. Problems of development of innovative and creative economy. – 2010. – P. 370-373. [Electronic resource]: Biblio-Globus. – URL: <http://bgscience.ru/lib/10703/> (03/06/2017).
4. Petko OV Investments in human capital as a factor of economic security of the country // Journal of Creative Economy. – 2012. – No. 5 (65). – pp. 46-49. [Electronic resource]: Biblio-Globus. – URL: <http://bgscience.ru/lib/4718/> (03/06/2017).
5. Thurow, L. Investment in Human Capital. Belmont / L. Thurow. – C. U. Print. – Cambrige, 1970. 03/06/2017 p. 56. [Electronic resource]: Scientific library of dissertations and abstracts disserCat. – URL: <http://www.dissercat.com/content/vliyanie-chelovecheskogo-kapitala-na-ekonomicheskii-rost#ixzz4lj1HljwU> (04/03/2017).
6. Ershova N. A. Corporate social responsibility as a method of innovative management, and as an instrument of influence on the process of making managerial decisions [Electronic resource] // European Science and Technology: 9th International scientific conference. Munich 2014, pp. 139-142. – URL: <http://sciencic.com/en/archive.php> (circulation date 04/03/2017).
7. Ershova N. A. Managerial decisions in the socio-economic sphere of staff development, as a factor in increasing the efficiency of the business organization [Electronic resource] // *Vestnik MIRBIS*. – 2015. № 4 (4). Pp. 31-36. URL: <http://journal-mirbis.ru/> (access is free).
8. Articles about management [Electronic resource]: Business class. – URL: <http://www.class.ru/stati/menejment1/> (07.06.17).
9. Ershova NA, Sergeeva NV Modern technologies of the personnel management system in business structures: Monograph. - Moscow: MIRBIS Institute, 2014 - P. 21-22
10. Ershova N. A. Development of managerial decisions in the effective management system: Monograph. – Moscow: MIRBIS Institute, 2015, p. 116.

ЭКОНОМИКА: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Международный научно-практический журнал "Вестник МИРБИС" ISSN 2411-5703 <http://journal-mirbis.ru/>
№ 2 (10) 2017 http://cs.journal-mirbis.ru/-/IVAs72nlacdGPXnGzBzt3w/sv/document/f8/ad/73/521295/113/2_2017VM.pdf?1502193596
URL статьи: http://cs.journal-mirbis.ru/-/WopFkX-yxmaM6FZxEsdVQ/sv/document/5b/e5/d1/521295/91/17_19.pdf?1499350363
Статья опубликована: 10.07.2017

Ссылка для цитирования этой статьи: Мареев С. Н., Мареева Е. В. "Стоимость" или "ценность": ответ В. Я. Чеховскому [Электронный ресурс] // Вестник Московской международной высшей школы бизнеса (МИРБИС). – 2017. №2(10). С. 17-19. – URL: http://cs.journal-mirbis.ru/-/WopFkX-yxmaM6FZxEsdVQ/sv/document/5b/e5/d1/521295/91/17_19.pdf?1499350363 (доступ свободный). Загл. с экрана. Яз. рус., англ.

УДК 330.85

Сергей Мареев¹³, Елена Мареева¹⁴

"СТОИМОСТЬ" ИЛИ "ЦЕННОСТЬ": ОТВЕТ В. Я. ЧЕХОВСКОМУ

Аннотация. В связи с продолжением полемики по поводу перевода на русский язык термина "Wert" из первого тома "Капитала" авторы рассматривают проблему происхождения научной терминологии, уточняют различие между термином и понятием в науке. Доказывая адекватность перевода "Wert" в "Капитале" как "стоимость", а не как "ценность", авторы обращают внимание на издание перевода первого тома "Капитала" под редакцией П. Б. Струве, где замена "стоимости" на "ценность" имела важный идеологический контекст.

Ключевые слова: термин, понятие, различия в переводах "Wert", «Капитал» К. Маркса, стоимость, ценность.

¹³ **Мареев Сергей Николаевич** – доктор философских наук, профессор, зав. кафедрой общеобразовательных дисциплин. Московская международная высшая школа бизнеса «МИРБИС». 109147, Российская Федерация, Москва, ул. Марксистская, дом 34, корп. 7. E-mail: e.v.mareeva@yandex.ru

¹⁴ **Мареева Елена Валентиновна** – доктор философских наук, профессор кафедры социально-философских наук. Московский государственный институт культуры. Российская Федерация, 141406, Центральный федеральный округ, Московская обл., г. Химки, ул. Библиотечная, д.7.. E-mail: e.v.mareeva@yandex.ru

Отвечать В. Я. Чеховскому не имело бы смысла, если бы он не привел еще один «аргумент», суть которого явно выходит за пределы его компетенции. В. Я. Чеховский утверждает, что термин и теоретическое понятие одно и то же: «"За терминами стоят теоретические понятия" – это тавтология»¹⁵. Тавтология означает, что в предикате повторяется то же самое, что в субъекте. Но даже в элементарном курсе логики «термин» отличается от «понятия». Термин – это просто слово с определенным значением. И больше ничего. Понятие же – это понимание существа дела. С терминологии начинается всякая научная теория, или должна начинаться. Понятие же мы получаем в конце. При этом иногда уточняется и терминология.

Про «кирпичики», из которых складывается «здание любой науки», говорить не будем: это достаточно вульгарное понимание научной теории, которое встречается, и довольно часто, в интерпретациях логики «Капитала» Маркса. Сам Маркс не складывал свою теорию из «кирпичиков», а развивал ее из одного единственного «кирпичика» – товара. Этот метод Маркс называет «восхождением от абстрактного к конкретному». И если все так, то понятия не могут быть в начале, потому что понятие, как и истина, всегда конкретно. Абстрактное понятие – еще не

понятие, а только смутное представление. Дальше эту тему мы здесь развивать не можем, а порекомендуем г-ну Чеховскому почитать кое-какие книжки, в особенности посоветовали бы «Науку логики» Гегеля. А теперь вернемся к вопросу о различии понятий и терминологии.

Всякая научная терминология формируется, как правило, на основе обыденного языка. И как бы ни отличался физический термин *сила* от обыденного слова *сила*, слово здесь одно и то же. И это позволяет любому нормальному человеку войти в науку. Глубина и истинный характер науки нисколько не страдают от того, что она выражена на языке, понятном для человека со средним развитием. Иногда, правда, ученым приходится придумывать некоторые слова, если в обыденном разговорном языке не находится ничего подходящего. Так, к примеру, Фридрих Ницше, а потом его ученик Макс Шелер, не найдя в немецком адекватного термина, обозначили то, о чем хотели сказать, французским словом *ressentiment*. Их не удовлетворяло немецкое слово *groll*. А что касается значения этого понятия применительно к русскому языку, то тут не подходят и «озлобленная зависть» и «завистливая озлобленность», но это понятие хорошо выражают многие литературные образы из романов Достоевского, в частности, Смердяков.

То же самое и со *стоимостью*. Тем более, что это слово в русском языке имеет совершенно определенный экономический смысл. Повторим: если русский русского спрашивает, сколько стоит его товар, то тот должен сказать, сколько ко-

¹⁵ Чеховский В. Я. О точности перевода научных терминов // Вестник Московской международной высшей школы бизнеса (МИРБИС). – 2017. №1(9). С. 76-78.

пеек, рублей, или кун, бел и т. д. он просит за этот товар. Т. е. в обыденном словоупотреблении уже присутствует определенный понятийный смысл, означающий обмен и количественную пропорцию. Поэтому в обыденном языке «меновая стоимость» – это то же самое, что «стоимость». И только тогда, когда мы различаем «потребительскую стоимость» и «стоимость», имеет смысл добавлять слово «меновая»: «меновая стоимость».

Русское слово *стоимость* прекрасно выражает экономический смысл соответствующего понятия. Поэтому оно и употребляется Н. Ф. Даниельсоном в его переводе первого тома «Капитала». Отправной точкой для Даниельсона было содержание, выраженное в понятийной системе «Капитала», а не буквальный перевод *Wert* вне данного научного контекста. С чисто филологической точки зрения все как будто бы верно. Но еще раз повторим, что экономический смысл марксова понятия *Wert* русское слово *ценность* не передает! В его значении нет ни обмена, ни количественной пропорции. А перевод должен быть не просто калькой. Последнее характерным образом проявляет себя в искусстве, где часто используют не те слова, а другие. В особенности, в поэтических переводах. Речь ведь идет об образах, а не словах, которые лишь средство, форма, а не содержание. И бывает так, что смысл образа в переводе выражен даже лучше, чем в оригинале.

И то же в науке, где слово подчиняется понятию, а не наоборот. Вот что пишет Л. С. Выготский, который специально, и очень даже успешно, занимался языком: «Значение слова только в контексте. Но самое главное: мысль не равна прямому значению слов»¹⁶. Потому прямое значение немецкого слова *Wert* – это *ценность*, но мысль у Маркса другая: пропорция при обмене, овеществленный труд и т. д. Именно по этой причине содержание научного понятия выражено в его определении, а не в прямом значении отдельного слова. Прямое значение слова *чернила* – черные. Ну, а как быть с красными чернилами? Это пример Выготского.

Что касается исторического контекста, в котором П. Б. Струве в 1897 году предложил автору нового перевода первого тома «Капитала» Е. А. Гурвич (второго переводчика Л. М. Зака к тому моменту уже не было в живых) заменить *стоимость* на *ценность*, то в этом нужно разбираться еще подробнее. Но вот что пишет Е. А. Гурвич по этому поводу: «Наиболее существенное изменение, сделанное редактором, это – замена слова *стоимость* словом *ценность*, на котором Струве особенно настаивал. Так как я согласилась на его редактирование, то не могла настаивать, хотя мне казалось, что *стоимость* больше соответствует значению слова *Wert* и, хотя мне трудно было привыкнуть к этой замене, я тем бо-

лее должна была согласиться, что легально издать перевод без редактирования его кем-нибудь из известных в то время экономистов ни одно издательство не согласилось бы, так как я для них являлась совершенно неизвестной величиной»¹⁷.

Известный экономист-марксист П. Струве в качестве редактора настаивает на изменении перевода одного из важнейших понятий «Капитала». Мы знаем позицию Струве в споре, который развернулся у русских марксистов в те годы. Мы знаем о критике «легального марксизма» Струве В. И. Лениным. И настойчивость Струве в замене *стоимости* на *ценность* у Маркса, конечно, вписана в этот теоретический и идеологический контекст. Вполне закономерно, что аргументы Струве в пользу *Wert* как *ценности* в Предисловии к последующему изданию будут совпадать с аргументами из рецензии М. И. Туган-Барановского.

«Вторым планом» в теперешней дискуссии, в пользу версии Струве и Туган-Барановского, стоит идеологическая неприязнь к Ленину. Тем более, что вся эта возня с разными переводами «Капитала» вновь возникла после перехода наших экономистов от «политической экономии» к «экономикс». И тогда пошла писать губерния: какую экономическую либеральную книжку или статью ни возьми, везде стоит *ценность*, а не *стоимость*. Это во всех отношениях было влияние американизма. Хотя «влиять» давно уже не надо: все экономисты со времен Егора Гайдара стали «американцами». Но какой-то авторитет Маркса все же сохраняется. И это, естественно, побуждало и побуждает причислить Маркса под либерала. Вот и вернулись мы к, казалось бы, давно забытой затее либерал-марксистов типа П. Струве.

В. Я. Чеховский говорит, что первый академический экономист в России А. К. Шторх, который употреблял русское слово *стоимость*, умер, когда Марксу было только 17 лет. К чему это? Будучи популяризатором идей Адама Смита в России, Шторх применительно к трудовой теории стоимости использует именно этот термин. И в русских изданиях Адама Смита мы имеем *стоимость*, а не *ценность*. И то же самое в русских изданиях Давида Рикардо. В заключение скажем, что даже если Чеховский переписет и Смита, и Рикардо, и всех других, поменяв в русском варианте *стоимость* на *ценность*, русские люди не перестанут спрашивать продавца, сколько стоит его колбаса. Ведь и сам Чеховский не спросит продавца в России, какова ценность этого товара. Это будет искажением и русского языка, и сути дела. В экономической науке цена есть денежное выражение стоимости, а не ценности. А потому замена стоимости ценностью в данном случае является и искажением научного языка, и подменой понятий. Вот на этом пока и остановимся.

16 Записные книжки Л. С. Выготского. Избранное. М., «КАНОН», 2017. С. 305.

17 Гурвич Е. А. Из воспоминаний (Мой перевод «Капитала») // Летописи марксизма. М.-Л., 1926. №1, С. 92-93.



Sergey Mareev¹⁸, Elena Mareeva¹⁹

"COST" OR "VALUE": THE ANSWER TO V. YA. CHEKHOVSKY

Abstract. In connection with the continuing controversy over the translation into Russian language of the term "Wert" from the first volume of "Capital" the authors consider the problem of the origin of scientific terminology, clarify the distinction between term and concept in science. Proving the adequacy of the translation of "Wert" in "Capital" as "cost" and not as "value", the authors draw attention to the publication of the translation of the first volume of "Capital" under the editorship of P. B. Struve, where replacing "value" with "value" was an important ideological context.

Key words: the term, the concept, the differences in the translation of "Wert", "Capital" of Karl Marx, value, value.

18 **Mareev Sergey N.** – Doctor of Philosophy, Professor, Head of general education disciplines. "MIRBIS" Moscow International Higher Business School. 109147, Russian Federation, Moscow, ul. Marxistskaya, 34/ 7. E-mail: e.v.mareeva@yandex.ru

19 **Mareeva Elena V.** – Doctor of Philosophy, professor of social and philosophical sciences. Moscow State Institute of Culture. ul. Libraries, 7, Khimki, Central Federal District, Moscow Region, Moscow, Russian Federation, 141406. E-mail: e.v.mareeva@yandex.ru

ЭКОНОМИКА: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Международный научно-практический журнал "Вестник МИРБИС" ISSN 2411-5703 <http://journal-mirbis.ru/>
№ 2 (10) 2017 http://cs.journal-mirbis.ru/-/JVA572nlacdGPXnGzBzt3w/sv/document/f8/ad/73/521295/113/2_2017VM.pdf?1502193596
URL статьи: http://cs.journal-mirbis.ru/-/yP6knFQ005Bwa_FKDzU9Aw/sv/document/25/e6/1f/521295/92/20_22.pdf?1499350363
Статья опубликована: 10.07.2017

Ссылка для цитирования этой статьи: Яковлев И. Г. Бизнес-стратегемы действий с равным конкурентом [Электронный ресурс] // Вестник Московской международной высшей школы бизнеса (МИРБИС). – 2017. №2(10). С. 20-22. – Библиогр.: с. 22 (3 назв.) – URL: http://cs.journal-mirbis.ru/-/yP6knFQ005Bwa_FKDzU9Aw/sv/document/25/e6/1f/521295/92/20_22.pdf?1499350363 (доступ свободный). Загл. с экрана. Яз. рус., англ.

УДК 338.984

Игорь Яковлев¹

БИЗНЕС-СТРАТЕГЕМЫ ДЕЙСТВИЙ С РАВНЫМ КОНКУРЕНТОМ²

Аннотация. Продолжая серию материалов, направленных на формирование методики планирование бизнеса на основе тридцати шести китайских стратегем, в настоящей статье автор рассматривает второй раздел стратегемного канона, относящийся к действиям с равным конкурентом. Каждой канонической стратегеме ставится в соответствие ее аналог из сферы предпринимательства. Новацией является формирование цепочек стратегем, связанных между собой в единые ансамбли.

Ключевые слова: 36 стратегем, китайский военный канон, предпринимательская уловка, цепочка стратегем, переговорный процесс.

1 Яковлев Игорь Геннадьевич – доктор социологических наук, специальности 22.00.08 и 08.00.05, президент Научно-издательской компании «Контент-Пресс». Москва, ул. Сормовская, д.8, к.2, 109444, Российская Федерация. Email: yakovlev-ig@ya.ru.

2 Продолжение серии статей. Начало в № 1 2017 г.: Яковлев И. Г. Бизнес-стратегемы победных рыночных действий // Вестник Московской международной высшей школы бизнеса (МИРБИС). – 2017. №1(9). С. 73-75.

Второй раздел древнекитайского стратегемного канона относится к случаю действий предпринимательских структур с конкурентом, близким к субъекту предпринимательских уловок по уровню влияния на рынке. В этом случае субъекты и объекты стратегем представляют лидирующую группу в отрасли.

Формулировки и расшифровки классических военных хитростей второго стратегемного раздела равенства сил древнекитайского канона [Зангер, 2004; Малявин, 2003] приведены на рисунке. Рассмотрим эти стратегемы более подробно и приведем примеры их возможного применения в сфере бизнеса. В скобках курсивом приведены отсылки на древнекитайский эквивалент.

7. Нечто из ничего. Из недр небытия возникает бытие; из ничто возникает нечто. Желательно извлечь из ничего нечто для достижения преимущества. Иными словами, если противник привык к определенному образу действий повторяемых многократно, для него может стать неожиданностью резкое изменение образа действий. Тогда ложные многократные действия (*ничего*) могут превратиться в реальную атаку (*нечто*). Здесь мы имеем дело с тактикой отвлечения внимания противника и создания у него иллюзии, которая может дать возможность для неожиданного маневра или атаки.

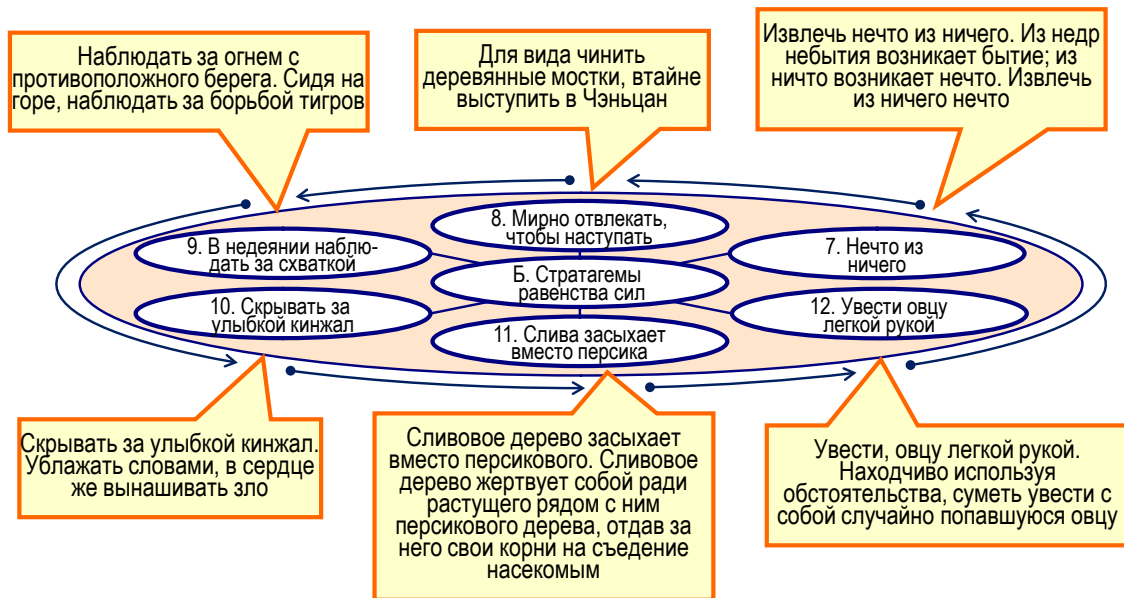
Применительно к сфере предпринимательства такой способ действий предполагает необходимость создания у конкурентов и потребителей иллюзии наличия у определенного бизнеса конкурентных преимуществ (*нечто*) при фактическом дефиците или полном отсутствии таковых (*из ничего*). Стратегема, среди прочего, может трактоваться как представление фантазии потребителя (*ничего*) реальностью (*нечто*), а дезинформация персонала конкурента (*ничего*) как способ деморализации персонала конкурента (*нечто*).

8. Мирно отвлекать, чтобы наступать. Другая формулировка этой стратегемы звучит следующим образом: «Для вида чинить деревянные мостки, втайне выступить в Чэньцан». Речь идет об использовании тактики отвлечения внимания конкурента от направления главного удара на что-либо второстепенное, малозначимое.

В бизнесе это может соответствовать демонстрации неагрессивной маркетинговой стратегии (*мирно отвлекать*), направленной на то, чтобы неожиданно перейти к агрессивному стилю рекламной кампании (*наступать*) и получить преимущество от эффекта внезапности.

9. В недеянии наблюдать за схваткой недругов. Этот прием перефразирует китайскую поговорку: «Сидя на вершине горы, наблюдать за схваткой двух тигров». Стратегема предполагает не бездействие, а недеяние, т. е. не отказ от действий в отношении сражающихся врагов или мятежников в стане противника, а активное ожидание результатов такой конфронтации. Выжидая удобного момента для атаки, возможны такие действия, как подтягивание резервов, передислокация, подвоз боеприпасов и т. п.

В сфере предпринимательства речь может идти не о пассивном наблюдении за конкурентной борьбой участников рынка (*предаться недеянию*), а о подготовке нового конкурентоспособного продукта с целью неожиданного выхода на рынок и создания на нем нового успешного сектора.



Источник: автор, Зангер, 2004; Малявин, 2003

Рис. 1 – Стратегии равенства сил

10. Скрывать за улыбкой кинжал. В соответствии с этой военной хитростью нужно вначале успокоить врага, например, подписанием с ним пакта о ненападении и взаимной дружбе или нейтралитете, после чего неожиданно напасть на него. Внезапная атака из засады в удобный момент может дать в дальнейшей борьбе существенное преимущество. Важным моментом является то, что угрозы, высказанные перед нападением на врага, заставят его ожидать нападения, что не даст реализовать эффект внезапности. Выжидание удобного момента для удара кинжалом, предполагает вежливое и предупредительное общение с будущей жертвой.

Бизнесу также иногда бывает свойственно проявление коварства, выражающееся, например, в том, чтобы проводить тайные переговоры с поставщиками и покупателями (*кинжал*) в процессе вежливого затягивания заключения с потенциальным партнером договора о совместном бизнесе (*улыбка*).

11. Слива засыхает вместо персика. Этот способ поведения предполагает при обнаружении изъяна в собственной позиции (*слива*) быстрое его устранение путем передислокации на более предпочтительную позицию (*персик*), чтобы не дать противнику получить позиционное преимущество.

В бизнесе в некоторых случаях выгодно отказаться от малых сиюминутных преимуществ в торговле (*слива*) для последующего получения сверхприбыли (*персик*) за счет использования новых продуктов или маркетинговых стратегий.

12. Увести овцу легкой рукой. Эта рекомендация направлена на использование слабостей врага. Чтобы разрушить прочную крепостную стену, иногда бывает достаточно расшатать всего лишь один кирпич. Малое отверстие можно расширить и сделать пролом в стене, через который можно захватить крепость. Но после обрушения стены нужно действовать моментально, чтобы в полной мере воспользоваться сложившейся ситуацией.

Это означает, что любая слабость противника должна быть использована для нанесения ему максимально возможного ущерба, причем как в победном сражении, так и при вероятном поражении. Брешы в обороне врага должны быть использованы для собственной пользы, поскольку даже маленький ручеек через трещину в плотине может привести к ее полному разрушению.

Практика переговоров с некоторыми предполагаемыми партнерами показывает, что в ходе обсуждения бизнес-планов они «на голубом глазу» могут отказаться от достигнутых ранее договоренностей (*увести овцу*), чтобы затормозить переговорный процесс до наступления ожидаемого выгодного события (*что бы легко получить всю атаку*).

Приведенные выше стратегии равенства сил могут быть связаны в цепочки в виде дуплетов и триплетов. Проанализируем варианты таких многоходовых комбинаций.

Совместное применение седьмой и восьмой стратегем, позволяет получить стратегемную цепочку отвлечения, которая предполагает создание у равного по силе врага иллюзии опасности или перевод внимания противника от направления в тайне подготавливаемого главного удара.

Сочетание девятой и десятой стратегем порождает цепочку, которая ориентирована на ожидание изменения равновесной ситуации, связанной с борьбой потенциальных противников субъекта стратегемы, подготовкой засады или началом войны без предварительного ее объявления с целью слома сложившегося равновесия сил.

Одиннадцатая стратегема вкуче с шестой позволяет получить цепочку использования слабостей конкурента для сохранения или наоборот разрушения существующего баланса сил, что предполагает устранение собственных недостатков и слабостей для поддержания статус-кво или создание обстановки неразберихи в стане противника для использования его слабостей с целью пополнения собственных ресурсов.

Седьмая, девятая и одиннадцатая стратегемы вместе дают стратегемную цепочку, направленную на то, чтобы сила (*не-что*) возникла из бессилия (*ничего*) (7). Для этого нужно спокойно (*в недеянии, но не бездействии*) наблюдать за конкурентом, дожидаться подходящего момента (9) и, принеся искупительную жертву (*сливу за персик*) (11), сломать баланс сил с равным соперником в свою пользу.

Восьмая, десятая и двенадцатая стратегемы совместно могут использоваться для осуществления успешного наступления на равного по силе врага. В этом случае при подготовке атаки нужно мирно отвлекать противника (8) обсуждением перспектив сотрудничества, скрывая за улыбкой кинжал (10), чтобы в итоге, накопив ресурсы, легкой рукой увести из-под носа конкурента овцу победы (12)

В следующей статье настоящей серии будут рассмотрены шесть канонических стратегем раздела наступлений на более сильного конкурента.

Продолжение следует

Литература

1. Зенгер, Х. фон. Стратегемы. О китайском искусстве жить и выживать. Том 1. – М.: Эксмо, 2004.
2. Искусство управления / Сост., пер., вступ. ст. и коммент. В. В. Малявина. – М.: Издательство Астрель : Издательство АСТ, 2003. 432 с.
3. Малявин, В. В. 2017. Неразгаданный секрет старых мастеров. [Электронный ресурс] : Chinasecrets.ru. – Режим доступа: <http://chinasecrets.ru/wushu/schools/9-old-masters-secret> (дата обращения 04.03.2017).

Igor Yakovlev³

BUSINESS STRATAGEMS FOR ACTIONS WITH AN EQUAL COMPETITOR

Abstract. Continuing the series of materials aimed at the formation of the methodology of business planning on the basis of the 36 Chinese stratagems, in this article the author examines the second section stratageme Canon related to the action with an equal competitor. Each canonical stratagem is defined in accordance with its counterpart from the business. Innovation is the chaining stratagems linked together into a single ensemble.

Key words: 36 stratagems, Chinese military canon, business trick, a chain of stratagems, negotiations.

References

1. Senger, H. von. Stratagem. About Chinese art to live and survive. Vol. 1. – M.: Eksmo, 2004.
2. The art of management / Preparer, translator, introductory article and comments. V. V. Malyavin. – M.: Astrel : AST, 2003. 432 p.
3. Maljavin, V. V. 2017. Unsolved the secret of the old masters. [Electronic resource] : Chinasecrets.ru. – URL: <http://chinasecrets.ru/wushu/schools/9-old-masters-secret> (accessed 04.03.2017).

³ **Yakovlev Igor G.** – Doctor of Social Sciences, President of the "Content-Press" Scientific and Publishing Company. Sormovskaya ul., 8/2, Moscow 109444, Russian Federation. Email: yakovlev-ig@ya.ru.

ПРОБЛЕМЫ ГУМАНИЗАЦИИ БИЗНЕСА: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА

Международный научно-практический журнал "Вестник МИРБИС" ISSN 2411-5703 <http://journal-mirbis.ru/>
№ 2 (10) 2017 http://cs.journal-mirbis.ru/-/IVAs72nlacdGPXnGzBzt3w/sv/document/f8/ad/73/521295/113/2_2017VM.pdf?1502193596
URL статьи: http://cs.journal-mirbis.ru/-/pClGVyYjClG2PjPScgqVfg/sv/document/6c/95/fd/521295/93/23_25.pdf?1499350363
Статья опубликована:

Ссылка для цитирования этой статьи: Уколов В. Ф. Япония – страна, для которой характерна «восточная» матрица развития [Электронный ресурс] // Вестник Московской международной высшей школы бизнеса (МИРБИС). – 2017. №2(10). С. 23-25. – Библиогр.: с. 25 (4 назв.) – URL: http://cs.journal-mirbis.ru/-/pClGVyYjClG2PjPScgqVfg/sv/document/6c/95/fd/521295/93/23_25.pdf?1499350363 (доступ свободный). Загл. с экрана. Яз. рус., англ.

УДК 338.24

Владимир Уколов¹

ЯПОНИЯ – СТРАНА, ДЛЯ КОТОРОЙ ХАРАКТЕРНА «ВОСТОЧНАЯ» МАТРИЦА РАЗВИТИЯ²

Аннотация. В статье рассмотрено назначение философии управления, обоснованы философские основания японского управления. Показан творческий подход к воздействию на объекты управления, раскрыто понимание причин, динамичности и изменчивости окружающего мира с опорой на философию управления.

Ключевые слова: методы управления, технология управления, философия управления, Япония, японская система, общество.

1 **Уколов Владимир Федорович** – доктор экономических наук, проректор по организации научной деятельности, Московская международная высшая школа бизнеса «МИРБИС» (Институт), 109147, Российская Федерация, Москва, ул. Марксистская, дом 34, корп.7. Email: ukolovdom@mail.ru

2 Продолжение цикла статей на тему "Философия управления". Начало см. Вестник Московской международной высшей школы бизнеса (МИРБИС). – 2017. №1(9). С. 4-8.

Японское управление основано на духовных традициях японского народа. Учения, отражающие лучшие традиции дзен-буддизма, сохраняются в сознании японцев и передаются из поколения в поколение, пронизывая все поры жизнедеятельности общества.

Чтобы понять природу философии управления в Японии, необходимо коснуться некоторых основ традиционной культуры этой страны. Исследуя источники японской философии управления, нельзя не упомянуть об эре Токугавы, когда японская культура после продолжительной ассимиляции китайских традиций достигла своего классического выражения. Сойзане Судзуки, дзенскому философу, одному из теоретиков того времени, влияние идей которых весьма ощутимо в современной управленческой мысли Японии, принадлежит знаменитый афоризм. По-русски он звучит примерно так: «Когда мы втягиваемся в мирские дела, мы продолжаем придерживаться религиозных обычаев». Опираясь на эти традиции, философия эры Токугавы завещала современной Японии способность быстрых преобразований, дисциплину и порядок в неизменном движении по пути развития.

Японская философия ориентирована на постоянное совершенствование управления в качестве общенациональной задачи. Одним из главных завоеваний японского управления считается виртуозность методики перспективного планирования. Она поддержана другими особенностями японской системы управления: пожизненный наем, коллективная ответственность, согласование решений, управление «снизу вверх».

Опираясь на духовные основания и вытекающие из них

культурные традиции, философия японского управления предполагает, что работа – это групповая деятельность. В определенной мере это связано с тем, что Япония – маленькая страна. Плотность населения здесь высока, ресурсы ограничены. Природные катаклизмы воспринимаются как прямая опасность, вызывая у жителей чувство страха. Поэтому у японцев так остро чувство необходимости национального единства. Они в полной мере осознают, что их выживание зависит от единства и социальной сплоченности нации. Во многом это обусловлено и тем, что японское общество однородно и пронизано духом коллективизма. Это, в частности, проявляется в том, что японцы мыслят от имени групп. Личность осознает себя прежде всего в качестве члена группы, а свою индивидуальность – как индивидуальность части целого.

В связи с этим в японском управлении делается упор на групповую ориентацию, согласованность действий, моральные качества служащих, стабильность занятости и гармонизацию отношений между рабочими и управляющими. Здесь принято коллективно вырабатывать решения и существует система пожизненного найма. Японцы работают группой более эффективно, чем европейцы, особенно когда перед ними поставлена сложная задача. Они отвергают личность как отдельного индивидуума, но проявляют уважение к мнению каждого.

Современные изменения методов, технологий управления в Японии характеризуются возрастанием свободы выбора концепций для создания оптимальных систем управления. Однако стремление к изменениям зиждется на уважении к национальным традициям, духовным ценностям и их соблю-

дени. Даже кажущиеся наиболее современными особенностями мышления и чувствования личности и общественных групп являются порождением прошлых эпох и базируются на национальных духовных основаниях. Поэтому философия японского управления в корне отличается от философии европейского и американского управления. Различия в духовности, культуре, национальных традициях являются источником того, что главные принципы японского и европейского управления лежат в разных плоскостях и имеют весьма мало точек пересечения.

Философия японского управления отличается от философии, используемой в большинстве стран Европы и Америки, прежде всего предметом управления и своей направленностью. Главными предметами управления в Японии являются человек, трудовые ресурсы государства. Цель, которую ставит перед собой японский менеджер, заключается в повышении эффективности работы предприятия в основном путем применения наиболее рациональных форм использования трудовых ресурсов, повышения производительности труда работников.

В европейском и американском управлении предметом деятельности являются процессы. Основная же цель – получение максимальной прибыли, т. е. наибольшей выгоды с наименьшими усилиями.

Отсюда вытекают и различия в стратегиях, принципах, средствах достижения целей менеджмента. Можно выделить следующие отличительные признаки японского управления: гарантия занятости и создание обстановки доверительности. Эту гарантию обеспечивает система пожизненного найма – явление уникальное и во многом неадекватное европейской культуре и образу жизни. Формула «предприятие есть люди» является искренним убеждением работодателей. Необходимость гарантии пожизненного найма делает управление персоналом стратегическим фактором менеджмента. Японские управляющие не только прививают своим работникам технические навыки, но и воспитывают моральные, нравственные качества; **ориентация деятельности корпорации на общегосударственные ценности**, культурные традиции, адаптированные к интересам и специфике функционирования предприятия. Японская система управления направлена на создание общей для всех работников фирмы базы понимания таких корпоративных ценностей, как приоритет качественного обслуживания потребителей, сотрудничество рабочих с администрацией, взаимодействие подразделений. Персонал управления стремится приобщать работников к корпоративным ценностям и поддерживать их на всех уровнях. Информация и анализ ориентированы на повышение эффективности и качества. Руководящий персонал управления максимально приближен к производству и размещен прямо в производственных помещениях. В Японии для содействия дополнительным нововведениям широко используются система новаторских предложений и кружки качества. Поддержание чистоты и порядка на производстве служит гарантией качества продукции и способствует повышению производительности труда; **непрерывное обучение**. Япон-

цы уверены, что непрерывное обучение приводит к постоянному совершенствованию мастерства. Каждый человек через обучение может улучшить качество своей работы. Это ведет к самосовершенствованию, а достигнутые результаты приносят моральное удовлетворение. Вместе с тем целью обучения является подготовка к более ответственной работе и продвижение по службе. Но в отличие от западного подхода к управлению японский подход придает особое значение совершенствованию мастерства без ожидания какой-либо материальной выгоды, исходя из того, что улучшение мастерства само по себе приносит человеку огромное удовлетворение.

Инновация – основа экономического роста, и японцы ей искренне привержены, собирая прогрессивные идеи по всему миру и внедряя их у себя. Японскую систему управления можно рассматривать как синтез культурных традиций, импортированных идей и социальной ответственности управляющих.

Японские корпорации управляют своими служащими так, чтобы последние работали максимально эффективно. Для сохранения дисциплины и улучшения качества работы японский менеджмент больше полагается на вознаграждение, чем наказание. Для этого японцы используют американскую технику управления кадрами, в том числе эффективные системы заработной платы, анализа организации труда и рабочих мест, аттестации служащих и др. Но существует серьезная разница между американским и японским методами управления.

Японские корпорации в большей степени используют преданность служащих своей компании. Отождествление служащих с корпорацией способствует формированию у них высокой морали и высокоэффективной работе.

Как высшие должностные лица, так рядовые исполнители считают себя представителями корпорации. В Японии каждый работающий убежден, что он важное и необходимое для своей компании лицо. Многие служащие редко берут дни отдыха и часто не полностью используют свой оплачиваемый отпуск, так как убеждены, что их долг – работать, когда компания в этом нуждается, проявляя тем самым свою высокую преданность компании.

Японцы стремятся совершенствовать себя до бесконечности. Они готовы упорно работать ради этой цели. Стремление к совершенству очень помогло японскому менеджменту в интеграции европейского опыта управления в традиционную японскую культуру.

Вполне понятно, что философия японского управления отличается от философии американского и немецкого управления. Считается, что американский менеджмент силен «быстротой побед и достижений». В его основе – постановка задач и достижение результатов, измеряемых в деньгах. Согласно американской философии, каждый проект должен приносить прибыль не менее чем в расчетном объеме и не позднее установленных сроков. Это национальный девиз американцев. В США данная философия пронизывает все сферы деятельности – от бизнеса до высокой политики.

Немецкая философия управления издавна ориентируется

на долгосрочные цели выживания фирмы. В отличие от американцев, направляющих инвестиции в улучшение конкурентной позиции, немцы вкладывают деньги в диверсификацию деятельности для повышения устойчивости корпорации. Хотя такое разделение и условно, но эксперты все же считают, что оно объясняет различия в поведении европейских и американских фирм на рынке.

Литература

1. Ukolov V.F., Kostryukov, V.A., Ukolov A.V. State Regulation of Economy Corresponding Psychological Reasons of People // *International Journal of Humanities and Cultural Studies (IJHCS)* ISSN 2356-5926, Tunisia, April 2016. (3 мб.) Special Issue Thomson Reuters (<http://ijhcs.com/index.php/ijhcs/article/view/1171>). P.1048-1044.
2. Уколов В.Ф. и др. Теория управления: учебник для вузов / В.Ф. Уколов, Д.А. Розенков, И.К. Быстряков, В.А. Галайда. – 4-е изд., доп. и перераб. – Москва : Экономика, 2015. 1008 с. 153-163.
3. Соломатин А. В., Юрковский А. В. Теории социальной ответственности бизнеса // Вестник Московской международной высшей школы бизнеса МИРБИС. 2016. № 2 (6). С. 102-110.
4. Похвощев В.А., Соломатин А.В., Ковалева О.С., Ляшенко М.А. Международный опыт управления информационно-коммуникационными субъектами хозяйствования // Вестник Московской международной высшей школы бизнеса МИРБИС. 2016. № 4 (8). С. 6-13.

Vladimir Ukolov³

JAPAN IS A COUNTRY CHARACTERIZED BY AN "EASTERN" DEVELOPMENT MATRIX

Abstract. The article considers the purpose of the management philosophy, the philosophical foundations of Japanese management are grounded. A creative approach to the impact on management objects is shown, understanding of the reasons, dynamism and variability of the surrounding world is revealed with the support of the management philosophy.

Key words: Management methods, management technology, management philosophy, Japan, Japanese system, society.

³ **Ukolov Vladimir F.** – Doctor of Economics, Vice-Rector for Organization of Scientific Activities, Moscow International Higher Business School "MIRBIS" (Institute). Ul. Marksistskaya, 34/7, Moscow, 109147, Russian Federation. Email: ukolovdom@mail.ru

References

1. Ukolov V.F., Kostryukov, V.A., Ukolov A.V. State Regulation of Economy Corresponding Psychological Reasons of People // *International Journal of Humanities and Cultural Studies (IJHCS)* ISSN 2356-5926, Tunisia, April 2016. (3 мб.) Special Issue Thomson Reuters (<http://ijhcs.com/index.php/ijhcs/article/view/1171>). P. 1048-1044.
2. Ukolov V.F. i dr. Teoriya upravleniya: uchebnik dlya vuzov / V.F. Ukolov, D.A. Rozenkov, I. K. Byistryakov, V. Theory of Management: A Textbook for Universities. Moscow: Ekonomika, 2015, pp. 153-163.
3. Solomatin A. V., Yurkovskiy A. V. Theories of social responsibility of business // *Vestnik MIRBIS*. 2016, no. 2(6), pp. 102-110.
4. Pohvoshev V. A., Solomatin A. V., Kovaleva O. S., Lyashenko M. A. International experience of management of information-communication business entities // *Vestnik MIRBIS*. 2016, no. 4(8), pp. 6-13.

РОССИЙСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ: СОВРЕМЕННЫЙ РАКУРС

Международный научно-практический журнал "Вестник МИРБИС" ISSN 2411-5703 <http://journal-mirbis.ru/>
№ 2 (10) 2017 http://cs.journal-mirbis.ru/-/JVAs72nlacdGPXnGzBzt3w/sv/document/f8/ad/73/521295/113/2_2017VM.pdf?1502193596
URL статьи: http://cs.journal-mirbis.ru/-/qqYznuuXtm2SZd7trW0YpA/sv/document/cd/99/89/521295/94/26_29.pdf?1499350363

Статья опубликована:

Ссылка для цитирования этой статьи: Мамедов Ф. М. Концептуальное развитие стратегического маркетинга [Электронный ресурс] // Вестник Московской международной высшей школы бизнеса (МИРБИС). – 2017. №2(10). С. 26-29. – Библиогр.: с. 29 (5 назв.). – URL: http://cs.journal-mirbis.ru/-/qqYznuuXtm2SZd7trW0YpA/sv/document/cd/99/89/521295/94/26_29.pdf?1499350363 (доступ свободный). Загл. с экрана. Яз. рус., англ.

УДК 339.138

Фуад Мамедов¹

КОНЦЕПТУАЛЬНОЕ РАЗВИТИЕ СТРАТЕГИЧЕСКОГО МАРКЕТИНГА

Аннотация. Концепция маркетинга, сутью которой является «ориентация на потребителей», возникла в конце XIX века. Однако сейчас, в середине 21 века, эффективность маркетинговой деятельности начала снижаться. Необходимость «перезагрузки» концепции маркетинга вызвана как внутренними, так и внешними общемировыми факторами.

Ключевые слова: маркетинг, концепция, структура, развитие, факторы.

¹ **Мамедов Фуад Мамед оглы** – кандидат экономических наук. Московская международная высшая школа бизнеса (МИРБИС). 109147, Москва, ул. Марксистская, дом 34, корп.7. E-mail: 9912551@mail.ru

За последние 15 лет произошла фетишизация маркетинга. Этому способствовали многочисленные бизнес-школы, которые, привлекая слушателей, наделяли маркетинг волшебными характеристиками, формируя мнение, что есть секретные инструменты, которые знают «гуру» маркетинга. Это значительно повышало количество слушателей семинаров, однако со временем вызвало обратный эффект – разочарованность в маркетинге.

К общемировым факторам можно отнести то, что, во-первых, рынок перенасыщен дифференцированными товарами предложениями. В эпоху массового потребления базовые потребности удовлетворены, поэтому маркетинг, основанный на изучении именно потребностей потребителей, становится неэффективным: 90% товаров-новинок проваливаются на рынке, так и не найдя потребителей. Выигрывает тот, кто создает такое маркетинговое предложение, которое формирует новые потребности и ведет к повышению качества жизни. Во-вторых, в середине XX века наука впервые столкнулась со следующим противоречием: человечество, с одной стороны, заинтересовано, с другой, не заинтересовано в развитии науки, если вектор такого развития приводит к негативным изменениям окружающей среды. Именно развитие науки привело цивилизацию к экологическим проблемам, которые в совокупности создали экологический кризис.

Для решения этих противоречий эволюция концепции маркетинга должна иметь двуединый вектор развития, благодаря которому товары приобретают дополнительную ценность для потребителей и общества за счет:

- ориентации на формирование дополнительного спроса для улучшения качества жизни;
- учета экологических стандартов и социально-экономических последствий производства и потребления

товаров.

Современная концепция маркетинга является результатом многолетней эволюции взглядов на цели и процесс развития хозяйствования. В свое время формирование концепции маркетинга происходило под влиянием научно-технического прогресса, который обеспечил огромное разнообразие товаров, высокие темпы их обновления. Однако дальнейшая история развития человечества вызвала возникновение концепции социально-этического маркетинга.

Концепция социально-этического маркетинга (просвещенного маркетинга, социально-ориентированного маркетинга, социально-ответственного маркетинга) является отражением современных потребностей международного сообщества и ведет к дальнейшему развитию экономики с учетом потребностей будущих поколений. Это концептуальное направление является ярким отражением парадигмы устойчивого развития, которая получила поддержку многих стран мира как социально и экологически ориентированная модель развития мировой цивилизации, при которой рост благосостояния общества не входит в противоречие с социальными потребностями и возможностями природных систем. Россия поддержала ориентацию на устойчивое развитие, которое является одним из наиболее обсуждаемых направлений развития человечества.

Впервые термин «устойчивое развитие» как «...развитие, которое удовлетворяет потребности настоящего времени, не ставя под угрозу способность будущих поколений удовлетворять свои собственные потребности» [1] было предложено на Конференции в Рио-де-Жанейро в 1992 году в рамках так называемой «Повестки дня на XXI век». Такая парадигма является результатом работы международной комиссии ООН по вопросам окружающей среды и развития.

Человечество осознало необходимость направления действий на сохранение окружающей среды в процессе жизнедеятельности. Проблемы предупреждения экологической катастрофы, ресурсного истощения и необходимости духовного возрождения начали подниматься в работах ученых, начиная с 70-х годов XX века. В частности, это труды Д. Х. Медоуз, Д. Л. Медоуз, Г. Е. Далле, Г. Стивенс [3].

Идеи устойчивого развития трансформировались в отдельные теоретические направления, а именно: социализации, экологизации, информатизации, гуманизации экономики и другие. Одним из таких направлений следует считать концепцию социально-этического маркетинга.

Первые системные подходы к сущности концепции социально-этического маркетинга были отражены в работе Ф. Котлера, Г. Армстронга, Дж. Сондреса, В. Вонга, которые считают, что социально-этический маркетинг способен поддерживать оптимальный сбыт при выполнении пяти условий:

- ориентации на потребителя;
- инновационности;
- ценности товара;
- осознании своей миссии;
- социально-этической направленности.

Последнее условие предусматривает удовлетворение потребностей потребителей более эффективным, чем у конкурентов способом при сохранении благополучия потребителя и общества [3].

Таким образом, обобщая существующие взгляды, можно считать, что сущность концепции социально-этического маркетинга заключается в выявлении потребностей, запросов и интересов целевых рынков, в обеспечении максимальной потребительской ценности способами, которые поддерживают или улучшают благополучие потребителя и общества с учетом обеспечения целостности существующих природных систем. Эта концепция требует сбалансированной увязки трех факторов: прибыли предприятия, уровня удовлетворения запросов потребителей и учета интересов общества. Она способна устранить возможные конфликты между сиюминутными потребностями и длительным благополучием клиента и общества.

Итак, на взгляд автора, современное видение социально-этического маркетинга должно содержать три концептуальных направления: социальный, гуманистический, экологический.

Первое направление – это социальный маркетинг. Проблема расширения использования методов маркетинга обсуждались специалистами еще в 60-70 годах XX столетия. В 70-х годах большинство американских специалистов отметили необходимость использования принципов коммерческого маркетинга в некоммерческой сфере. С этим связано понятие социального маркетинга, в котором в качестве приоритетных установлены социальные задачи и подходы – управление рождаемостью, медицинским, социальным, юридическим, образовательным обслуживанием и прочее.

Социальный маркетинг базируется на концепции социальной доброты, которая активно внедряется в мире. Концеп-

ция социальной доброты (социальное правовое государство) является составной частью теории «смешанной экономики», согласно которой государство выступает в роли инструмента распределения произведенного дохода в пользу бедных, в отличие от социального рыночного хозяйства, что предполагает не совершенствование распределения, а обеспечение экономического роста.

Социальный маркетинг широко применяется в США для проведения антитабачной кампании, пропаганды здорового образа жизни, рационального питания, образовательной реформы, привлечения иностранных инвесторов, увеличения рабочих мест. В Швеции, Канаде, Австралии социальный маркетинг используется в компаниях борьбы с атеросклерозом, против курения и чрезмерного употребления алкоголя. Такие компании с успехом проводятся не только в «странах социального благосостояния», но и в странах, что развиваются. Например, в Филиппинах, Индонезии к социальному маркетингу прибегают с целью проведения профилактических мероприятий против вирусных инфекций, для стимулирования здорового образа жизни. По мнению Д. Берре, социальный маркетинг является концепцией заимствования инструментов классического маркетинга в реализации попыток изменения в нужном направлении общественного поведения [4].

Второе направление – это гуманистический маркетинг. Концепция гуманистического маркетинга определяется как маркетинговая философия, базирующаяся на этических принципах, интересах населения. Для ее реализации предусмотрены мероприятия на трех уровнях:

- внутренний организационный уровень – уровень трудового коллектива;
- уровень взаимоотношений с партнерами (потребителями, конкурентами, заинтересованными аудиториями);
- уровень сотрудничества предприятия и общества.

Следует отметить, что гуманистическая концепция маркетинга направлена, прежде всего, на повышение духовного потенциала общества и являются звеном, связывающим социальный и экологический маркетинг. Эта концепция, в первую очередь, ориентируется на то, что, несмотря на мировые тенденции глобализации экономики, формирование потребностей групп потребителей все более основывается на их религиозных и духовных предпочтениях.

Третье направление – это экологический маркетинг. Базируется на экологизации экономики, которая трактуется как целенаправленный процесс преобразования, направленный на уменьшение экодеструктивного воздействия процессов производства и потребления в расчете на единицу совокупного общественного продукта. Экологизация осуществляется через систему организационных мер, инновационных процессов, реструктуризации сферы производства и спроса, технологическую конверсию, рационализацию природопользования, трансформацию природоохранной деятельности. Экодеструктивное влияние – это сведение к единой критериальной базе результатов негативных последствий воздействия на человека и природные системы процессов производства и

потребления предметов и услуг [5]. Как отмечает Л. Мельник, понятие «экологизация» шире понятия «природоохранная деятельность». Последнее можно считать составным элементом трансформационных процессов народнохозяйственного комплекса, которые квалифицируются как экологизация.

Таким образом, несмотря на то, что экологизация включает также процессы природоохранной деятельности, она принципиально от нее отличается. Природоохранная деятельность направлена на охрану компонентов окружающей среды от загрязнения и другого экодеструктивного влияния, поэтому она фактически используется для смягчения экологического несовершенства существующих технологий и способствует консервации технических принципов, на которых основаны эти экологически эффективные технологии. Экологизация же означает процесс постоянного экологического совершенствования, который направлен на ликвидацию экодеструктивных факторов, а соответственно, и потребности в природоохранных мероприятиях.

Несмотря на то, что идея экологически ориентированного устойчивого развития была предложена еще 25 лет назад, ни у одного государства нет комплексного реального плана действий по внедрению процессов экологизации экономики. Однако некоторые сдвиги в этом направлении есть. Так, мировым лидером построения экологической экономики является Дания. Она имеет постоянное по численности население, запретила строительство угольных тепловых электрических станций, запретила упаковки напитков в тару, непригодную для повторного использования, 15% электроэнергии, получаемой с помощью ветра. В государстве сформирована разветвленная транспортная сеть, однако треть поездок по Копенгагену осуществляется на велосипедах. Дания пока что не решила проблему воспроизводства баланса между углеродными выбросами и связыванием углерода, но она очень уверенно движется в этом направлении.

В Южной Корее, благодаря принятию национальной программы воспроизводства лесов, горы начинают покрываться лесами. В Коста-Рике принят план переориентации экономики государства на воспроизводимые источники энергии к 2025 году [2]. Значительные сдвиги наблюдаются в государствах Евросоюза, которые также осуществляют активную политику экологизации экономики. В этом контексте актуальным является исследование сущности экологического маркетинга, поскольку единый категориальный аппарат пока еще не создан.

Согласно словарю терминов зеленого маркетинга, под экологическим маркетингом следует понимать усилия предприятий и организаций, направленные на удовлетворение спроса потребителей в продукции, производство которой оказывает наименее вредное влияние на окружающую среду; продление жизненного цикла такой продукции и пропаганда этих усилий в направлении увеличения продаж, годовых прибылей для предприятий и организаций. Отметим, что Дж. Оттман под экологическим маркетингом понимает всю хозяйственную деятельность предприятия, направленную на производство экологически ориентированной продукции,

формирование спроса на эту продукцию и на приведение всех ресурсов предприятия в соответствие с требованиями и возможностями рынка с целью получения прибыли без нанесения вреда окружающей среде.

Исходя из указанного понятия экологического маркетинга можно разделить его на составляющие, а именно, на концепцию маркетинга экологически чистой продукции и концепцию маркетинга экологически чистого производства. Отличаются эти направления объектом исследования – продукцией или производством.

Похоже, трактовка экологического маркетинга, предложенная в [5], где автор под экологическим (устойчивым, зеленым) маркетингом понимает функцию управления, которая организует и направляет деятельность предприятий (организаций), связанную с оценкой и превращением запросов потребителей в экологически ориентированный спрос на товары и услуги, способствующие сохранению качественного и количественного уровня основных экосистем, удовлетворяющих потребности как отдельных лиц, так и организаций или общества в целом.

По мнению [2], экологический маркетинг – это не только обеспечение максимального роста потребления, расширение потребительского выбора, потребительского удовольствия и максимального роста качества жизни, а также поддержка устойчивого, сбалансированного развития территорий и сохранение высокого качества окружающей природной среды.

Вследствие естественного стремления человека использовать наиболее безопасную в процессе потребления продукцию, на рынке появились «органические», «биологические» и другие товары, в отношении которых может быть использовано общее толкование, а именно: «экологически чистая продукция».

Экологически чистыми называют продукты, товары или услуги, которые в процессе жизненного цикла, от сырья и потребления, утилизации, повторного использования или переработки, соответствуют требованиям экологического предпринимательства (устойчивого развития), могут удовлетворять экологические потребности и предлагаются на рынке с целью привлечения внимания, приобретения, использования или потребления.

Исследования, проведенные Roper Organization, позволяют поделить экологически сознательных потребителей на четыре группы (в одном случае использована психографическая сегментация): 1 группа: «зеленые» активисты (5-15% населения) – сторонники или члены экологических организаций; 2 группа: «зеленые» мыслители (30% населения, включая 1 группу) – ищут новые экологические товары и услуги, новые пути и возможности для усиления безопасности своей жизни и здоровья; 3 группа: «зеленые» потребители (45-60%, включая 1 и 2 группы) – покупают и потребляют продукцию, имеющую отношение к экологической; 4 группа: потенциальные потребители (90%, включая предыдущие группы) – утверждают, что интересуются экологическими результатами.

По разным экспертным оценкам, в ближайшее время

доля экологически чистой продукции в мировом продовольственном балансе достигнет 12-18%. К 2020 году экологические продукты потребления займут четвертую часть мирового экологического рынка. По существующим прогнозам, к 2020 году мировой объем продаж продукции органического земледелия достигнет 200-250 млрд долларов в год.

Что касается развития маркетинга экологически чистого производства, то это понятие базируется на модели экологически чистого производства, предложенной в рамках концепции экологизации экономики в мире. Отметим, что впервые модель «чистое производство» была разработана департаментом «Технология. Индустрия и экономика» Программы ООН по окружающей среде

(UNEP) с принятием Международной декларации по чистому производству. «Чистое производство» трактуется UNEP как модель использования интегрированной стратегии предупреждения загрязнения окружающей среды по отношению к производственным процессам, продукции и услугам, что также содержат энергопотребление и водопотребление, с целью снижения выбросов (сбросов) вредных веществ, а также отходов, минимизации угрозы здоровью людей и окружающей природной среде. Сейчас активными проводниками стратегии экологически чистого производства являются: Норвегия, Голландия, Австрия, Дания, Франция, США, Словакия, Польша, Чехия, Литва, Китай, Россия.

Литература

1. Астафьева Н. В. Инновационное развитие маркетинга и логистики в современной модели бизнеса // В сборнике: Человеческий и производственный потенциал российской экономики перед глобальными и локальными вызовами материалы международной научно-практической конференции. 2017. С. 168-171.
2. Брежнева В. М., Башкатова В. Я., Головин А. А. Персонализированный маркетинг: сущность и специфика развития // Успехи современной науки и образования. 2017. Т. 3. № 3. С. 6-8.
3. Ковалёва Н. Л. Маркетинг влияния как инструмент развития торгово-экономических отношений // В сборнике: Актуальные проблемы управления: теория и практика материалы IV Международной научно-практической заочной конференции. Тверской государственный университет. 2017. С. 139-144.
4. Мишулин Г. М., Сериков Д. Ю. В развитие подхода к формированию современной модели маркетинга // Экономика и предпринимательство. 2017. № 2-1 (79-1). С. 552-556.
5. Рябов В. Н. Развитие и внедрение инновационного маркетинга как способ повышения конкурентоспособности компании // Вестник Северо-Кавказского федерального университета. 2017. № 1 (58). С. 81-84.

Fuad Mamedov²

CONCEPTUAL DEVELOPMENT OF STRATEGIC MARKETING

Abstract. The concept of marketing, the essence of which is "customer orientation", emerged at the end of the XIX century. However, now, in the middle of the 21st century, the effectiveness of marketing activities began to decline. The need to "reset" the concept of marketing is caused by both internal and external global factors.

Key words: , emarketing, concept, structure, development, factors.

² Mamedov Fuad M. – candidate of Economics. Moscow international higher business school MIRBIS. Ul. Marksistskaya, 34/7, Moscow, 109147, Russian Federation. Email: 9912551@mail.ru

References

1. Astafieva N. V. Innovative development of marketing and logistics in the modern business model // In the book: the Human and industrial potential of the Russian economy to global and local challenges materials of international scientific-practical conference. 2017, pp. 168-171.
2. Brezhneva V. M., Bashkatova V. Ya., Golovin A. A. Personalized marketing: the nature and specificity of development // *Uspekhi sovremennoj nauki i obrazovaniya*. 2017. Vol. 3. No. 3, pp. 6-8.
3. Kovaleva N. L. Marketing influence as an instrument of development of trade-economic relations // In collection: Actual problems of management: theory and practice: materials of IV International scientific-practical conference. Tver: Tverskoj gosudarstvennyj universitet (Tver state University), 2017, pp. 139-144.
4. Mishulin G. M., Serikov D. Y. In the development of the approach to the formation of modern marketing models // *Ekonomika i predprinimatel'stvo*. 2017. No. 2-1 (79-1), pp. 552-556.
5. Ryabov V. N. The development and implementation of innovative marketing as a way to enhance company competitiveness // *Vestnik Severo-Kavkazskogo federal'nogo universiteta*. 2017. No. 1 (58), pp. 81-84.

ПСИХОЛОГИЯ И СОЦИОЛОГИЯ

Международный научно-практический журнал "Вестник МИРБИС" ISSN 2411-5703 <http://journal-mirbis.ru/>
№ 2 (10) 2017 http://cs.journal-mirbis.ru/-/JVA572nlacdGPXnGzBzt3w/sv/document/f8/ad/73/521295/113/2_2017VM.pdf?1502193596
URL статьи: http://cs.journal-mirbis.ru/-/WT1bqV17k3rS-EniwcdG_w/sv/document/93/ef/f4/521295/95/30_42.pdf?1499350363
Статья опубликована: 10.07.2017

Ссылка для цитирования этой статьи: Надточиев Л. Н. Генезис воззрений на человека – трудные проблемы познания [Электронный ресурс] // Вестник Московской международной высшей школы бизнеса (МИРБИС). – 2017. №2(10). С. 30-42. – Библиогр.: с. 41 (16 назв.). – URL: http://cs.journal-mirbis.ru/-/WT1bqV17k3rS-EniwcdG_w/sv/document/93/ef/f4/521295/95/30_42.pdf?1499350363 (доступ свободный). Загл. с экрана. Яз. рус., англ.

УДК 159.923.2

Леонид Надточиев¹

ГЕНЕЗИС ВОЗЗРЕНИЙ НА ЧЕЛОВЕКА – ТРУДНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ПОЗНАНИЯ

Аннотация. В данной статье были затронуты лишь некоторые аспекты темы «Человек как часть экосистемы». Целью ее написания было некое обобщение наиболее известных теорий и подходов ученых разных эпох к исследованию человека.

Ключевые слова: экосистема, экосфера, ноосфера, формирование личности, индивидуальность, самосознание, общество, человек.

¹ **Надточиев Леонид Николаевич** – психолог, выпускник факультета психологии МГУ им. М. В. Ломоносова по специальности социальная психология/119991, Российская Федерация, Москва, Ленинские горы, д. 1. E-mail: L_nad@mail.ru

Человек как часть экосистемы²

С древних времен ученые мужи пытаются разобраться в тайнах человеческого бытия, определить место и роль человека в окружающем мире. Вряд ли сегодня найдутся люди, оспаривающие неразрывность связи человека с природой, без которой немислимо само существование человека. Не вдаваясь в вопрос о происхождении жизни на Земле, по которому пока не достигнуто единство мнений (от божественного до внеземного происхождения человека), в рамках данной статьи постараюсь напомнить читателям ряд положений и неразрешенных проблем изучения человека с точки зрения социальной психологии.

Экосфера и ноосфера

Считается доказанным, что первые живые организмы стали зарождаться около 4 млрд лет назад в оболочке Земли или экосфере, состоящей из всей гидросферы, верхней части литосферы и нижней части атмосферы. В ней обитает более 3 млн видов растений, животных, грибов и бактерий. Совокупность всех живых организмов и их отношение между собой и неживой природой объединяется понятием «биосфера», введенным в научный оборот в 1875 году австрийским геологом и палеонтологом Эдуардом Зюссом³.

Однако дальнейшее изучение экосферы и роли в нем человека повлекло за собой появление различных подходов и теорий, среди которых наибольшую полемику в течение длительного времени вызывает учение о биосфере и ноосфере русского мыслителя Владимира Ивановича Вернадского (1863–1945).

² *Экосистема* – это целостная, функционирующая, саморегулирующаяся система. Термин «экосистема» впервые был предложен английским экологом А. Тенсли в 1935 году. Глобальная экосистема Земли – биосфера.

³ Зюсс Эдуард // Большая советская энциклопедия: [в 30 т.] / под ред. гл. ред. А. М. Прохоров – 3-е изд. – М.: Советская энциклопедия, 1969.

Понятие «ноосфера» было введено в 1927 году французским католическим философом Пьером Тейяром де Шарденом и профессором математики Сорбонны Эдуардом Леруа, которые трактовали его как «мыслящую» оболочку, формирующуюся человеческим сознанием. Согласно Тейяру де Шардену человек стремится перейти в сферу разума и раствориться в Боге. Они пришли к этой идее после посещения цикла лекций по геохимии В. И. Вернадского в университете Сорбонны в 1922–1926 гг., который считал, что человек является частью биосферы, а его деятельность превосходит многие природные процессы.

В книге «Научная мысль как планетное явление», написанной Вернадским в 1934–1936 гг., ученый утверждал, что все живое на планете, в том числе и человек, не является независимым от окружающей среды. «Ноосфера есть новое геологическое явление на нашей планете. В ней впервые человек становится крупнейшей геологической силой. Он может и должен перестраивать своим трудом и мыслью область своей жизни, перестраивать коренным образом по сравнению с тем, что было раньше. Перед ним открываются все более и более широкие творческие возможности». По мнению этого ученого переход биосферы в стадию «ноосферы» (сфера разума) стал важным показателем необратимости ее эволюции [1].

Сторонники этой теории считают, что дальнейшее развитие природы должно быть подчинено процессу развития человека. Ими же в научный обиход было внесено понятие «техносфера» как часть биосферы, коренным образом преобразованная человеком с помощью опосредованного воздействия технических средств и соответствующая социально-экономическим потребностям человечества.

В последнее время ряд современных отечественных и зарубежных авторов все чаще подвергает учение о ноосфере

критике, обвиняя В. И. Вернадского в утопическом походе к вопросу о роли науки в преобразовании природы. Особенно остро ученые отреагировали на принятие всемирной конференции в Рио-де-Жанейро в 1992 году документа об устойчивом развитии с использованием ряда положений Вернадского о ноосфере, и на публикацию в 1996 году «Концепции перехода Российской Федерации к устойчивому развитию»⁴, в которой прямо указано, что «движение человечества к устойчивому развитию в конечном счете приведет к формированию предсказанной В. И. Вернадским сферы разума (ноосферы)», посчитав, что таким образом идее ноосферы был придан государственный статус.

Среди многих критических публикаций на эту тему наиболее серьезные аргументы были сформулированы доктором биологических наук В. И. Назаровым в опубликованной в 2003 году статье «Пусть сторонники ноосферы мне возразят!»: «Известно, что интегральным показателем мощности любой системы может служить поток проходящей через нее информации. По определениям современных экологов, только через одну бактериальную клетку проходит информационный поток, равный по мощности таковому в современном персональном компьютере. Число таких клеток, контролирующих биосферу, 10 в 28 степени. Это на 20 порядков больше числа людей на Земле и на 22 порядка больше числа имеющихся компьютеров. Чтобы взять на себя функции биосферы по обеспечению замкнутого биохимического круговорота и регуляции химического состава сред жизни, человеку пришлось бы преодолеть информационную пропасть, отделяющую его от возможностей биосферы и равную 12-13 порядкам, что вряд ли когда-либо осуществимо. Так что реальной альтернативы биосфере не существует. Да и какому здоровому человеку придет в голову перекладывать функции биосферы на какое-либо техническое устройство, если биосфера с этими функциями прекрасно справляется» [2].

В этом же ключе высказался доктор физико-математических наук, профессор В. Г. Горшков: «Количественная пропасть по этим показателям между биотой⁵ и цивилизацией показывает, что запас сведений, накопленный цивилизацией, совершенно недостаточен для управления окружающей средой. Цивилизация по сравнению с биотой беспомощна. Только естественная биота Земли, включая людей, может претендовать на то, что называется жизнью на нашей планете. Человечество должно научиться с уважением относиться к естественной биоте, несравненно более совершенной, чем созданная людьми цивилизация, которая, однако, уже сейчас может полностью освоить и уничтожить биосферу. Люди не в состоянии помочь естественной биоте управлять качеством окружающей среды. Они могут лишь не мешать биоте делать

это. Поэтому единственной целью человечества в настоящее время должно быть сохранение ныне функционирующей естественной биоты и восстановление ее способностей к регуляции окружающей среды в глобальных масштабах» [3]. По его мнению адаптация в системе «природа – общество» может осуществляться только в одностороннем порядке: человечество должно приспособиться к законам биосферы и неукоснительно их соблюдать.

Альтернатива ноосфере может быть предложена в коэволюции человеческого общества и природы, о чем писал в своих последних работах российский эколог академик Н. И. Моисеев. Коэволюция – это согласованное, терпимое, мирное, равноправное соразвитие частей одного целого, например, разных компонентов экосистемы, или человеческой цивилизации и дикой природы [4].

Эволюция человека

Учеными установлено и не подвергается сомнению, что появление человека в биосфере произошло около 4 млн лет назад в результате отделения эволюционной ветви предков человека. В ходе длительного эволюционного процесса человек смог подняться от уровня примитивного существа до человека мыслящего (*Homo Sapiens*), став венцом творения природы.

В раннем плейстоцене (1,6 млн лет назад) на смену «человеку умелому» (*Homo habilis*) или австралопитеку пришел «человек прямоходящий» (*Homo erectus*), которого прежде называли питекантропом. Примерно один млн лет назад «человек прямоходящий» вышел за пределы Африки и заселил южную Азию и Европу, а 400 тыс. лет назад исчез, освободив место для «человека разумного» (*Homo sapiens*). Ранним подвидом современного человека считается неандерталец (*Homo sapiens neandertalensis*), ископаемый вид человека, занимавший в эволюции человечества промежуточное положение между питекантропом и современным человеком и живший от 200 до 40 тыс. лет назад.

Человек же, подобный современному, так называемый «кроманьонский человек» (*Cro-Magnon Homo sapiens*) появился в биосфере всего 40 тыс. лет тому назад. К этому времени человек научился говорить, добывать огонь, шить одежду и строить жилище.

Первобытный человек знал границы территории своего обитания, в котором жил он сам, жили его семья и его племя. Это означает, что среда, окружающая человека, имеет пространственные пределы. Первобытные люди сознавали не только «свое место», но и то, что у них есть отцы и деды и будут дети и внуки, т. е. помимо пространственного параметра жизнь человека ограничивалась во времени.

Человек, обретший способность мыслить возвысился над всеми другими творениями природы, однако присущие ему биологические факторы, постоянно напоминают о том, что человек продолжает оставаться частью природы и существенно зависеть от нее. Живя в среде себе подобных, он обладает врожденными инстинктами и жизненными потребностями. Но в отличие от животных, человек обладает членораздельной речью, сознанием, самосознанием и абстрактным (логическим) мышлением.

4 Указ Президента Российской Федерации от 1 апреля 1996 г. N 440 "Концепция перехода Российской Федерации к устойчивому развитию"

5 Биота (от др.-греч. βίωτή – жизнь) – исторически сложившаяся совокупность видов живых организмов, объединённых общей областью распространения в настоящее время или в прошедшие геологические эпохи.

Выдающийся российский ученый, физиолог И. П. Павлов (1849–1936) в своем учении о двух сигнальных системах действительности, изложенном в «Лекциях о работе больших полушарий головного мозга» в 1918 году, пришел к выводу, что в процессе эволюции животного мира произошло качественное видоизменение системы сигнализации, обеспечивающее адаптивное приспособительное поведение. Первой сигнальной системой он назвал деятельность коры головного мозга, которая связана с восприятием через рецепторы непосредственных раздражителей (сигналов) внешней среды, например, световых, тепловых, болевых и т. д. Она является основой для выработки условных рефлексов и свойственна как животным, так и человеку. Вторая сигнальная система, которая в отличие от животных свойственна только человеку, связана с функцией речи, со словом, слышимым или видимым (письменная речь). Слово, по Павлову, является сигналом для работы первой сигнальной системы («сигнал сигналов»). Он подчеркивал, что в этих вторых сигналах действительности «мы имеем способ связи человека с окружающей его социальной средой, средство "межлюдской сигнализации"» [5].

Образование условного рефлекса на основе речи является качественной особенностью высшей нервной деятельности человека. Обе сигнальные системы тесно взаимодействуют между собой, так как вторая сигнальная система возникла на базе первой и функционирует в связи с ней. У человека вторая сигнальная система преобладает над первой в связи с общественным образом жизни и развитым мышлением.

Все явления в организме учение Павлова трактует как постоянно изменяющиеся и развивающиеся, все процессы рассматриваются им в их взаимосвязи; организм изучается как часть природы, находящаяся в непрерывном взаимодействии с окружающей средой.

Павловское физиологическое учение стало выдающейся научной работой, во многом определившей дальнейшие исследования в области физиологии и медицины.

Как было отмечено выше, человек является единственным биосоциальным существом, обладающим даром мышления и речи, нравственно-этическими качествами, способностью создавать орудия труда и пользоваться ими в процессе общественного производства.

Биологическое начало в человеке или его физические особенности (возраст, пол, вес, внешность и т. д.), инстинкты, темперамент даны ему от природы. Как природное биологическое существо человек рождается, растет, взрослеет, стареет и умирает.

Социальное в человеке приобретает им в процессе жизни в обществе: членораздельная речь, сознание, самосознание, абстрактное (логическое) мышление, культурные навыки, навыки общения и т. д. При этом главным отличием выступает сознание – отражение в головном мозге человека окружающего мира.

Население

Ученые установили, что постепенный рост численности населения начался примерно 10 тыс. лет назад. По мере увеличения и географического распространения челове-

чество становилось все более мозаичным, состоящим из разных этносов, контактирующих друг с другом. Российский историк-этнолог Л. Н. Гумилев (1912–1992) рассматривал этнос как географическое, природное, а не социальное явление. Этнос – «это тот или иной коллектив людей (динамическая система), противопоставляющий себя всем прочим аналогичным коллективам («мы» и «не мы»), имеющий свою особую внутреннюю структуру и оригинальный стереотип поведения». Основными признаками этноса он считал психологические характеристики: самосознание (или идентичность) и стереотип поведения, понимаемый им как нормы отношений между группой и индивидом и между индивидами. Ученый подчеркивал, что стереотипы поведения формируются у ребенка в первые годы жизни, то есть принадлежность к этносу не является врожденной, а приобретается в процессе социализации. Он имел в виду формирование человека в определенной культурной среде. Л. Н. Гумилев пришел к выводу, что с появлением этноса впервые возникло противопоставление «мы – они» и деление на «своих» и «чужих» [6].

В настоящее время Земля заселена людьми одного биологического вида, но пяти разных рас. В 1960–1965 гг. человечество насчитывало 3,5 млрд человек, а к концу XX века численность населения достигла шестимиллиардного рубежа. На январь 2016 года население Земли уже составило около 7,3 миллиарда человек. Если динамика роста численности не претерпит разительных изменений, то восьмимиллиардный рубеж будет преодолен к 2024 году, а к 2100 году население Земли превысит 11 миллиардов человек. Ученые подсчитали, что за всю историю человечества на Земле жило более 107 миллиардов человек.

Человек как объект изучения

Казалось бы, о человеке, как объекте изучения издавна было известно достаточно много, и он перестал быть для ученых «тайной за семью печатями». Так, немецкий поэт и мыслитель Иоганн Вольфганг фон Гете (1749–1832) считал, что «человек является главным предметом изучения человечества». Но оказалось, что человек менее изучен и более уязвим, чем окружающий его мир, поскольку жизнь человека – это вереница событий, обусловленных непрерывно меняющимися обстоятельствами бытия и изменениями внутреннего состояния самого человека.

Сегодня достаточно трудно определить количество человековедческих научных дисциплин: от философии, антропологии, психологии до биологии, космологии, генетики. Изданная до сегодняшнего дня научная литература о человеке превосходит по числу публикаций всякую другую.

Классические философские представления о человеке, как и о мире, заключаются в том, что он представляет собой разумное или сознательное существо. Однако двойственность сущности человеческой природы, заключающаяся в дуализме тела и сознания (*body-mind problem*) или тела и души, остается одной из трудных проблем для ученых.

С древних времен люди располагали представлениями о душе, как об инстанции, которая, пребывая в теле, сообщает

ему жизнь, верили в то, что после смерти душа покидает свое временное жилище и отправляется в мир загробного существования. Наблюдая за гибелью временного тела, они были убеждены, что душа вечна, причем именно в силу отличия своей сущности от сущности телесной. Душа неотделима от тела, но сама имматериальна, нетелесна.

Античная философия не формулировала проблемы сознания или проблемы человека, а обосновывала гармоничность космоса. Греческие философы создали идеал разумного человека, существующего в гармонии с упорядоченным космосом.

В V веке до нашей эры древнегреческий целитель и философ Гиппократ (460 – 377 до н. э.) писал: «Из всех наук самыми великими и почитаемыми мысля философию и медицину. Они целебно возделывают тело и душу человека».

Другой древнегреческий философ Сократ (469 до н. э. – 399 до н. э.) основывался в своей философии на принципе: «Познай самого себя» (*Nosce te ipsum*).

Ученик Платона, древнегреческий философ Аристотель (384 – 322 до н. э.) считал, что душа, обладающая целостностью, есть не что иное, как неотделимый от тела его организующий принцип, источник и способ регуляции организма, его объективно наблюдаемого поведения. Он полагал, что сущность человека состоит из тех его свойств, при изменении которых он перестает быть самим собой. Ему принадлежат слова: «человек по своей природе есть существо общественное и что человек вне общества – либо бог, либо зверь».

Древнеримский комедиограф Тит Макций Плавт (умер около 184 до н. э.) в комедии «Ослы» впервые использовал изречение «Человек человеку волк» (*Homo homini lupus est*), на что младший современник Плавта комедиограф Цецилий Стаций (умер в 168 до н. э.) ответил: «Человек человеку бог, если знает свои обязанности» (*Homo homini deus est, si suum officium sciati*). Оба афоризма были использованы английским философом и литератором Томасом Гоббсом (1588–1679) в посвящении к своей работе "De Cive" (1651)⁶: «Если говорить беспристрастно, то оба высказывания верны; человек человеку является своего рода Богом, и, верно то, что человек человеку – волк, если мы сравним людей между собой».

По учению церкви Бог един в трех лицах, является бестелесным невидимым духом, живым вечным, вездесущим. Во II веке епископ Феофил Антиохийский впервые использовал термин «Троица»: «Три дня, которые были прежде создания светил, суть образы Троицы, Бога и Его Слова и Его премудрости». С тех пор догмат о Пресвятой Троице является основой христианского вероучения: Бог Отец, Бог Сын (Иисус Христос) и Бог Святой Дух, который руководит умом, душой и телом человека и является важным элементом человеческого естества, дающим способность иметь близкие отношения с Богом (является вертикальной связью с Богом).

Душа согласно древним религиозным источникам – это горизонтальная связь человека с миром.

Средневековые философы считали, что цель бытия человека заключается в спасении души и в соединении с Богом, а отношения с миром и с другими людьми имеют смысл только как средства перехода в Царство Божье.

Русский религиозный мыслитель-утопист Николай Федорович Федоров (1828–1903) разработал учение о нравственности (этика «туизма»), исходящее из единства и взаимосвязи «Я» и «Ты». Он утверждал, что «нужно пожить, чтобы понять глубокое различие «Другого», то есть родного «Я», от «чуждого Не-Я», чтобы стать истинным поклонником Пресвятой Троицы. «Другое Я», если оно приемлется как родное нам, не ограничивает, а расширяет наше бытие, тогда как «Не-Я» полагает границы нашему «Я», стесняет и вытесняет его⁷.

Следует отметить, что в философии Нового времени и Просвещения человек рассматривался как субъект рационального познания и опосредованной этим познанием деятельности. Разум утверждался в качестве главной способности человека, с помощью которой он мог обрести свободу и счастье. Новое время и Просвещение рассматривали человека как механизм, который мог быть полностью исследован и познан, – «в нем нет тайны». Французский философ XVII века Рене Декарт (1596–1650) утверждал, что единственным достоверным свидетельством человеческого существования является мышление: «Я мыслю, следовательно, я существую» (*Cogito, ergo sum*).

Декарт полагал, что «Я» есть особая «субстанция, вся сущность или природа которой состоит в мышлении и которая для своего бытия не нуждается ни в каком месте и не зависит ни от какой материальной вещи». Душа вследствие своей бестелесности не может состоять из частей, является в этом смысле совершенно «простою», а потому не распадается и, значит, «бессмертна». «Мыслящую субстанцию» Декарт объявил принципиально отличной по своей сути от «материальной субстанции», существование которой он тоже признавал, но указывал, что их «атрибуты» противоположны: у духовно-антропной субстанции это «мышление» (*cogitatio*), а у материально-телесной субстанции – «пространственная протяженность».

Спустя сто лет после появления декартовской «философии материи и духа» французский врач и философ-материалист Жюльен Оффре де Ламетри (1709–1751) пришел к выводу, что поскольку «все способности души» находятся в теснейшей зависимости «от особой организации мозга и всего тела человека», то «представляют собой не что иное, как результат этой организации». Ламетри преобразовал формулировку проблемы «душа-тело» в материалистически трактуемую проблему «сознание-мозг», которая позднее использовалась такими философами-материалистами как Дидро, Фейербах, Маркс и Энгельс.

6 Hobbes, Th. "De Cive" [Электронный ресурс] // UnilibRARY.com: эл. библиотека. URL: <http://www.unilibRARY.com/ebooks/Hobbes,%20Thomas%20-%20De%20Cive.pdf> (доступ свободный).

7 Н. Федоров "Я" и "Не-Я" с точки зрения философской и человеческой [Электронный ресурс] // Библиотека эл. изданий. URL: <http://www.magister.msk.ru/library/philos/fedorov/fedor058.htm> (доступ свободный).

Антропологический поворот в философии связан с именем немецкого философа Иммануила Канта (1724–1804). Он отверг догматический способ познания, считая, что вместо него нужно взять за основу метод критического философствования, сущность которого заключается в исследовании самого разума, границ, которые может достичь разумом человек, и изучении отдельных способов человеческого познания. Главным философским произведением Канта является «Критика чистого разума» (1781 г.) [7]. В его монографии «Антропология с прагматической точки зрения» (1798 г.) [8] отражены воззрения ученого на человека, на его способность познания, чувство удовольствия и неудовольствия, способность желать. Вслед за ним А. Шопенгауэр, С. Кьеркегор, Ф. Ницше, а затем представители экзистенциальной философии (К. Ясперс, Ж.-П. Сартр, А. Камю и др.) и философской антропологии (М. Шелер, А. Гелен, Г. Плеснер) сконцентрировались на человеке, сделав его переживания, судьбу и свободу, смысл и цель существования предметом углубленной философской рефлексии. Представители философской антропологии смыслом философии считали построение программы комплексного изучения человека, в которой синтезировались бы естественнонаучные, гуманитарные и философские знания.

В 1920-е годы в Германии возникло новое направление философского знания, занимающееся изучением человека – философская антропология, основоположником которой стал немецкий философ и социолог Макс Шелер (1874–1928), а значительный вклад в ее дальнейшее развитие внесли немецкие философы Г. Плеснер, А. Гелен и ряд других исследователей. По мнению основателей этого направления философская антропология – это «*базисная наука о сущности и сущностном строении человека*».

Как писал М. Шелер, философская антропология – это наука о сущности человека, о его отношении к различным сферам природы, о его происхождении, силах, которые им движут, о возможностях его развития. Сущностной особенностью человека он называл дуализм духа и жизни. Именно этот дуализм определяет характер человеческого бытия. Между человеком и остальным животным миром существует принципиальное различие, определяемое наличием у человека духа, открытого миру. Дух принципиально открыт миру. Эта открытость, по мнению М. Шелера, и есть свобода.

Во «Введении в философскую антропологию», опубликованном в 1925 году, М. Шелер писал: «К трагическим чертам человеческого познания относится то, что человек, который в процессе своей истории приобрел разнообразие знаний, все еще мало знает о том, что есть он сам, где и каково его место в общем порядке мироздания и, далее, каково его происхождение и его предназначение». Согласно Шелеру, человек стал полностью проблематичным для себя. Он не просто не знает, что он такое, а впервые ясно осознал, что он этого не знает. Все научные знания о человеке, писал М. Шелер в «Положении человека в космосе» 1928 года [9], причисляют человека к той или иной области сущего, но ни одна не может определить его тотальность и структуру этой тотальности.

Другой немецкий философ и социолог Арнольд Гелен

(1904–1976) в своей работе «Человек, его природа и положение в мире» (1940) настаивал на том, что именно в открытости миру следует искать сущность человека. Открытость миру определяет способ человеческого бытия, смысл которого – преодоление недостатков биологической природы. Отсутствие готовых биологических средств адаптации компенсируется культурой. Именно поэтому, утверждал А. Гелен, напрасно искать естественного человека: человек есть культурное существо [10].

Последователь М. Шелера немецкий философ Ханс-Эдуард Хенстенберг (1904–1998) в своем труде «Философская антропология» 1958 года писал: «*Философская антропология – это учение о человеке с точки зрения самого бытия человека. Этим она отличается от всех наук, которые хотя и имеют дело с человеком, но рассматривают его с частных точек зрения: физиологической, биологической, психологической, лингвистической и т. д. Человек есть единство реально психического (включая мышление) и тела, т. е. жизненное начало (жизнь), соединенное с духом*»⁸.

К экзистенциально-антропологическому направлению тяготеет и психоаналитическая философия (З. Фрейд, К. Г. Юнг, Эрих Фромм, Альфред Адлер и др.). Психоаналитическая философия исходит из понимания природы человека как психосоматической.

Наиболее известным представителем неклассических философских и научных представлений о человеке стал австрийский ученый, врач и психолог XIX–XX веков Зигмунд Фрейд (1856–1939). Его неожиданные и смелые идеи потрясли Европу, стали широко известными, положили начало новому направлению в психологии и составили целую эпоху в истории наук о человеке.

По мнению Фрейда, биологического или природного в человеке гораздо больше, чем разумного или культурного, или социального. Все биологическое в человеке, представляющее собой различные инстинкты, которые есть у любого живого существа, он назвал областью бессознательного. Бессознательное в свою очередь ничем не порождается, оно само есть исходное бытие, определяющее особенности личности, характера, а следовательно, и жизни человека. Открытие бессознательного как части психики человека, стало краеугольным камнем в теории Фрейда.

Он считал, что поведение и личность формируются в ходе постоянного и неповторимого взаимодействия конфликтующих сил, которые существуют на трех различных уровнях душевной жизни: предсознании, сознании и подсознании. Предсознание представляет собой обычную память. Сознание включает в себя все, что осознает человек. Подсознание хранит чувства, мысли, порывы, побуждения и воспоминания, которые находятся вне его сознания. Фрейд считал, что подсознание

⁸ Хенстенберг Ханс-Эдуард. Проблема человека в неклассической философии. Хрестоматия по философии [Электронный ресурс] // Сетевой журнал Культуролог. URL: <http://www.kulturolog.ru/library/philosophy/problema-cheloveka-v-neklassicheskoy-filosofii-xrestomatiya-po-filosofii/14/> (дата обращения 03.08.2017).

оказывает влияние на то, как себя ведет человек, или то, что он чувствует, хотя он и не способен осознать это влияние.

Наиболее важным из достижений Фрейда является разработка трехкомпонентной структурной модели психики личности: «Оно» (или «Ид»), «Я» (или «Эго») и «Сверх-Я» (или «Супер-Эго»). «Оно» обозначает неизвестную силу, управляющую поступками человека и служащую основой для двух других проявлений личности, содержащую энергию для них. «Я» – это личность человека, олицетворение его разума. «Я» осуществляет контроль над всеми процессами, проходящими в психике индивидуума, и его основная функция заключается в поддержании взаимосвязи между инстинктами и действиями. «Сверх-Я» является психической инстанцией, которая включает «родительский авторитет, самонаблюдение, идеалы, совесть – в метафорическом значении «Сверх-Я» выступает в качестве внутреннего голоса, цензора, судьи».

К «Я» человека относятся защитные механизмы, и ему приходится противостоять массе разнообразных угроз со стороны внешнего мира и желаниям «Оно», которые сдерживаются «Сверх-Я».

После появления трехкомпонентной модели сознания («Оно», «Я» и «Сверх-Я») бессознательное выражается исключительно при помощи прилагательного, отражающего психическое качество, в равной степени свойственное каждой из трех структур психики⁹.

Такие открытия Зигмунда Фрейда, как признание важности сновидений и обнаружение энергии бессознательных процессов являются общепризнанными и продолжают оказывать значимое влияние на психологию, медицину, социологию, антропологию, литературу и искусство.

Вклад Фрейда в философию заключается в выдвижении принципиально нового утверждения о том, что «душевная жизнь человека вовсе не есть поток впечатлений и реакций. Она содержит в себе некую субстанцию, некую константу, которая не только не поддается влиянию внешних впечатлений, а, наоборот, изнутри их определяет, придавая им такое значение, которое совершенно необъяснимо ни из настоящего, ни из прошлого опыта». Ученый оказал существенное влияние на эволюцию теорий личности – его взгляды на развитие человека, объединенные в рамках психоанализа, до сих пор остаются хорошо известными в психологии. Разработанная им динамическая теория развития личности, доказала, что «для развития человека главное значение имеет другой человек, а не предметы, которые его окружают».

Швейцарский психоаналитик и психолог Карл Густав Юнг (1875–1961) считал, что каждый индивид появляется на свет с «целостным личностным эскизом, представленным в потенции с самого рождения», и что «окружающая среда вовсе не дарует личности возможность ею стать, но лишь выявляет то, что уже было в ней заложено».

9 S. Freud. Massenpsychologie und Ich-Analyse (По изданию: З. Фрейд. "Психология масс и анализ человеческого "Я", издательство "Современные проблемы", Н. А. Столляр, М., 1926 г.) [Электронный ресурс] // Эл. издания произведений и биографических и критических материалов URL: <http://www.magister.msk.ru/library/philos/freud001.htm>

жено». Он определил несколько уровней бессознательного, таких как индивидуальное, семейное, групповое, национальное, расовое и коллективное. Бессознательное, по мнению ученого, включает в себя универсальные для всех времен и культур архетипы. Архетип – это след, оставшийся в каждом из нас от далекого прошлого человечества. Другими словами, это психическое содержание, не имеющее своего источника в отдельном индивиде. Один из таких архетипов, существующих в коллективном бессознательном, он определил как «самость», которая выступает как принцип объединения сознательной и бессознательной частей психики и, одновременно с этим, обеспечивает вычленение индивида из окружающего его мира [11].

Философские изыскания XIX–XX вв. показали, что человек не обладает фиксированной сущностью, т. е. нельзя выделить какое-то одно качество или свойство, выражающее всю меру его самобытности. Чтобы что-то окончательно определить и понять, надо находиться вне того, что определяется и понимается; человек же не может изучать себя как объект среди других объектов. При этом философия все же стремится найти какое-то общее основание человечности, присущее людям любых эпох и культур. Личность «обременена» культурным и историческим багажом: то, как она понимает себя, во многом зависит от конкретных условий места и времени.

Так, в книге американского философа-аналитика Дж. Серла «Открывая сознание заново», изданной в 1992 году, ученый пришел к выводу, что «сознание (*mind*) есть биологическое свойство мозга человека», причем сознание «причинно обусловлено нейробиологическими процессами», происходящими в клетках головного мозга, называемых нейронами [12].

Британский философ Стивен Прист в своей книге «Теории сознания»¹⁰, впервые изданной в 1999 году, писал: «Одна из наиболее фундаментальных проблем, с которой мы сталкиваемся, пытаюсь узнать, кто мы есть, это проблема сознания и тела: проблема, как правильно установить отношение между ментальным и физическим, или между сознанием и телом».

В результате проведенного исследования С. Прист пришел к выводу о главных, несводимых друг к другу подходах к сознанию в целом и психофизической проблеме, в частности проблеме «ментальное-физическое» (*mental-physical*), а также проблеме сознания тела (*mind-body*) и сознания и мозга (*mind-brain*), к которым, по его мнению, могут быть сведены все иные точки зрения.

Несмотря на наличие различных подходов к изучению человека, современная наука рассматривает человека как систему, которая представляет единство физического, духовного, природного и социального, наследственного и приобретенного.

Новая научная концепция в философии и медицине рассматривает человека как саморегулирующуюся систему в общей системе социальных ценностей. При этом на биологическом уровне человек рассматривается как индивид, а

10 Прист Стивен. Теории сознания. М., 2000. С. 277

на социальном как активный объект истории общественного развития.

Как уже отмечалось ранее, человек является частью экосистемы, и он не может существовать вне её.

Уникальность человека проявляется на биологическом уровне. Природа не только бережет родовую сущность, но и нечто уникальное, то, что хранится в его генофонде. Каждая клетка из почти 40 триллионов, из которых состоит человеческий организм, хранит в себе генетически контролируемые молекулы, которые делают каждого человека неповторимым с биологической точки зрения: все дети появляются на свет с даром уникальности. Человеческие индивидуальности поразительно разнообразны, а уникальность заметна даже в своем внешнем проявлении. Но подлинный ее смысл способен проявиться лишь во внутреннем, духовном мире, в манере поведения человека, его жизни, общении с другими людьми и с природой. В психологии понятие человеческой уникальности понимают как совокупность наследственных особенностей, неповторимых условий микросреды и деятельности личности. Очень часто с понятием уникальности используют термин «индивидуальность», под которым понимают отражение индивидуального бытия конкретного человека. Древнеримский философ Марк Туллий Цицерон (106 до н. э. – 43 до н. э.) обозначал единичного человека понятием «индивид» (лат. *individuum* – неделимый, неразделенный) в отличие от совокупности, массы, коллектива, социальной группы, общества в целом. Именно неповторимые черты отличают одного человека от всех остальных.

«Я-концепция»

Для более четкого понимания места человека в окружающем мире целесообразно рассмотреть конструкцию «Я» (индивид) – «не-Я» (экосистема).

Динамическая система представлений человека о самом себе, в которую входят осознание индивидом его физических, интеллектуальных и других качеств, самооценка, а также субъективное восприятие влияющих на данную личность внешних факторов, объединена в понятие «Я-концепция», формируемом под воздействием различных внешних влияний, которые испытывает индивид. Особенно важными являются для него контакты со «значимыми другими», которые, в сущности, и определяют представления индивида о самом себе.

Понятие «Я-концепция» было введено в 1950-е годы американскими психологами Карлом Р. Роджерсом и Абрахамом Х. Маслоу, которые полагали, что «Я-концепция», формирующаяся в процессе взаимодействия субъекта с окружающей социальной средой и являющаяся интегральным механизмом саморегуляции его поведения, является фундаментальным компонентом структуры личности.

Один из ведущих английских ученых в области психологии Р. Бернс определил понятие «Я-концепция» как «совокупность всех представлений человека о самом себе, сопряженную с их оценкой. Описательную составляющую «Я-концепции» часто называют «Я-образом» или «Я-картиной». Составляющую, связанную с отношением к себе или

к отдельным своим качествам, называют самооценкой или принятием себя. «Я-концепция» определяет не просто то, что собой представляет индивид, но и то, что он о себе думает, как смотрит на свое деятельное начало и возможности развития в будущем».

Другие ученые считают, что поскольку человек с одной стороны обладает сознанием, а с другой – осознает себя как один из элементов действительности, глобальное, личностное «Я» рассматривается как двойственное образование, в котором соединяются «Я-сознающее» и «Я-объект». Эти две стороны одной целостности всегда существуют одновременно. Понятия «Я-образ» или «Я-картина» делятся на «реальное Я», «зеркальное Я», «идеальное Я», «конструктивное Я».

Ученые полагают, что личность человека, его индивидуальность складывается из множества «Я», включая «Сверх-Я» или «Супер-Эго» (по Фрейдю), которые находятся в окружении «не Я», или «Оно» (по Фрейдю), или «значимых других» (по У. Джеймсу).

Если трактовать понятие «бытие» человека (то есть «не Я», «Оно», среда), как его существование в окружающем мире, или по М. Хайдеггеру (немецкий философ) «бытия-в-мире», то можно согласиться с формулой «бытие определяет сознание».

Жизнь каждого человека ограничена возрастными пределами, запрограммированными в его генотипе, и конкретными условиями существования.

Младенцы поначалу не разграничивают себя и окружающий мир. По мере роста начинает развиваться телесное «Я», с осознанием которого приходит понимание неидентичности внутреннего и внешнего миров.

Личность человека формируется под влиянием различных факторов: культура общества (традиции, культурные ценности), законы государства, личные моральные убеждения, мировоззрение и религиозные взгляды. В течение жизни личность под влиянием внешних факторов претерпевает определенные изменения.

Социологи выделяют пять основных групп внешних факторов из окружающего «Я» мира, оказывающих влияние на формирование личности:

- другая личность реальная или вымышленная (мать, отец, герой, идеал);
- семья;
- референтная группа (социальная группа, избранная индивидом по его желанию и служащая для него своеобразным стандартом для себя и других, а также источником формирования социальных норм и ценностных ориентаций);
- коллектив (группа совместно работающих лиц, собранная вместе без учета персональных предпочтений каждого, в которой люди взаимодействуют друг с другом таким образом, что каждый оказывает влияние на других и одновременно находится под их влиянием);
- общество в целом (государство).

В рамках темы «человек как часть экосистемы» наибольший интерес в конструкции «Я» – «не Я» представляют две весьма существенные ипостаси личности: «Я – центр окружа-

ющего меня мира», «Я – безлика песчинка среди множества подобных».

Ощущение «Я – центр окружающего меня мира» возникает вскоре после рождения индивида и отражает восприятие мира как нечто, окружающее его, начиная с матери, семьи, дома, окрестностей, соседей, и заканчивая местом и ролью этой личности в коллективе, обществе, стране (то есть во всем том, в чем личность не вольна выбирать). Личность вырабатывает свое отношение к происходящему вокруг нее, исходя из собственного опыта, критического восприятия, зачастую опираясь в своих субъективных оценках на рецепты (указания, рекомендации), почерпнутые из полученных разными путями знаний. Представления индивида о самом себе, как правило, кажутся ему убедительными независимо от того, основываются ли они на объективном знании или субъективном мнении, являются ли они истинными или ложными.

Суть личностного восприятия мира можно выразить такими понятиями как «индивидуальность», «самосознание», «кругозор», «мировоззрение», «эгоизм», «эгоцентризм», «господство над всеми», «отрицание всех, кроме себя», «солипсизм».

В понимании индивидуумом «Я – центр мира» могут возникнуть разные степени индивидуальности: от самолюбия, самодисциплины, альтруизма, самопожертвования, родства, до чувства чуждости, розни, индивидуализма, превосходства, самосозерцания, нарциссизма и т. п. По мере развития индивида происходит дифференциация «Я» и развитие «Супер-Эго», которое включает запреты и контроль инстинктивных импульсов через принятие родительских и социальных стандартов.

Вторая ипостась «Я – безлика песчинка среди множества подобных» также живет в каждом индивиде, но проявляется несколько позже, когда личность вступает в контакт с обществом и вынуждена подчиняться определенным законам, ограничивающим первую сущность. Немецкий социолог Никлас Луман в своей книге «Общество общества», вышедшей в 1997 году, писал: *«Общество состоит из конкретных людей и из отношений между людьми... Не все индивидуальные особенности человека принадлежат обществу. Общество не весит столько же, сколько весят все вместе взятые индивиды, и не меняет свой вес с каждым рождением и каждой смертью отдельного индивида... Никакой конкретный человек не является необходимым для общества»* [13].

Нередко прямое, непосредственное выражение установки в поведении индивида модифицируется или вовсе сдерживается в силу его социальной неприемлемости, нравственных сомнений индивида или его страха перед возможными последствиями. Человек склонен оценивать себя так, как по его мнению, его оценивают другие. Внешние установки на всеобщую одинаковость и обезличивание индивида касаются социально значимых сторон его жизни, и при определенных условиях могут полностью подавить его «Супер-Эго», превращая индивида в серое, лишённое индивидуальности существо, а в экстремальных ситуациях – в бессловесное жи-

вотное. Такого рода установки содержатся в законах, воинских уставах, принятых правилах поведения, обычаях. Армия усиливает комплекс «обезличенной песчинки» униформой, строем, жесткой дисциплиной с применением механизма подавления, званиями вместо имен. Еще более ярко этот комплекс «стирания личности» насаждается в местах лишения свободы, колониях, концлагерях, где первую ипостась выкорчевывают насильем. Особенно массово комплекс «безликой песчинки» проявляется в периоды стихийных бедствий, катастроф, войн, репрессий при тоталитарных режимах, то есть в условиях стихийного или сознательно насильственного уничтожения всякого «эго».

В истории развития цивилизаций обе ипостаси «Я» относительно мирно уживались в каждом индивиде до возникновения условий, вызывающих бурный рост одной из них и резкое сужение другой. Еще две тысячи лет назад греческий философ и педагог Платон (около 428 до н. э. – около 347 до н. э.) утверждал, что изобретение письма убьет память, позволит глупцам рассуждать обо всем, и сделает людей невыносимыми, превратив их в фальшивых ученых. Уже тогда существовало различие между малочисленной группой мыслителей, ученых с их «супер-Эго» и огромными массами «неученых», плебса, которым уже тогда была уготована участь «Я-песчинки».

В начале 1990-х годов, отвечая на поставленный российскими социологами вопрос «Кто Я?», люди часто отвечали: «Я никто», «Я винтик», «Я пешка», «Я никому не нужный человек», «Я рабочая лошадь». Такое самочувствие особенно характерно для пенсионеров, бедняков, людей, которые чувствуют себя в этом мире потерянными, бессильными и чужими. Чтобы выйти из этого мучительного состояния и вернуть подорванное самоуважение, многие люди прибегают к негативной идентификации, самоутверждению от противного. Негативная идентичность создается прежде всего образом врага, когда весь мир разделяется на «наших» и «не-наших», причем все собственные беды и неудачи изображаются как результат происков внешних и внутренних врагов.

Внутренний мир

Древнегреческий философ Демокрит (около 460 до н. э. – около 360 до н. э.) полагал, что внутренний мир является своего рода продолжением или воспроизведением действительного мира, его копией, отфильтрованной восприятием и преобразованной в соответствии с целями и задачами жизни человека. По Платону внутренний мир человека не сообщается напрямую с «миром идей»: для того чтобы «припомнить» идею, человеку необходимо найти ее «отблеск» в доступном чувствам материальном мире.

В западной культурной традиции открытие ценности и глубины внутреннего мира человека произошло с принятием христианства. С эпохи Нового времени его замещают набором вещных отношений (превращенных форм внутреннего мира). Сущностная составляющая внутреннего мира человека определялась по-разному: в классической философии – это разум, в учении К. Юнга архетип, в психоаналитике З. Фрей-

да – бессознательное.

В дальнейшей разработке понятия «внутренний мир» принял участие известный российский психолог Б. Г. Ананьев (1907–1972), который считал, что внутренний мир личности определяется многообразием связей личности с обществом в целом, с различными социальными группами и институтами. По мнению ученого, внутренний мир человека вместе с отражением действительности является составляющей частью сознания. Человек, как субъект деятельности, постоянно изменяется в процессе ее осуществления. В его внутреннем мире происходит определенная работа, которая затем экстерииоризируется в процессе деятельности. Именно в продуктах экстерииоризации внутреннего мира возможно наблюдение индивидуальности [14].

В совокупности внутренний мир человека формируют 4 понятия: эмоции, чувства, интеллект и мировоззрение.

Эмоции являются источником энергии и стимулируют личность на действия.

Чувства определяют отношения человека с другими людьми в семье и обществе.

Благодаря интеллекту человек живет, определяет свои высшие потребности, эмоции, чувства, познает окружающий мир и себя, свое место в этом мире и обществе, формирует свои ориентиры, стратегические цели и тактические задачи.

Мировоззрение формируется на основе интеллекта, эмоций, воспитания и самовоспитания, становясь системой жизненных ценностей, которые определяют поведение человека и его отношения с другими людьми в обществе, формируют ответственность за свою судьбу и ответственность за благополучие своей семьи и общества, в котором человек живет и трудится.

В целом внутренний мир является сферой индивидуальной жизни человека, которая включает в себя эмоции, чувства, аффекты, верования, устремления и содержит в себе результаты внутреннего и внешнего опыта человека, не подлежащего полной и адекватной передаче другому.

Жизненное пространство

Понятие «жизненное пространство» было введено американским психологом немецкого происхождения Куртом Левиным (1890–1947) с целью показать, что истинной средой обитания человека являются те фрагменты физической реальности и социальной среды, которые отражены в сознании человека и на которых строится его поведение. Он считал, что жизненное пространство человека определяется не столько материальными благами, которыми он владеет, сколько знаниями и возможностями влияния на происходящие в мире процессы.

К. Левин изображал жизненное пространство в виде овала, в центре которого находится круг, символизирующий внутренний мир человека. Жизненное пространство обрамляют две границы: внешняя и внутренняя. Внешняя грань является рубежом жизненного пространства в пределах реального физического и социального макромиров, внутренняя грань отделяет внутренний мир человека от его психологической среды в пределах жизненного пространства.

Философы определяют жизненное пространство личности как объективные территориально-временные обстоятельства и субъективно-личностные факторы жизнедеятельности человека, которые позволяют ему сознательно строить свою собственную жизнь, предполагающую тот или иной смысл, а также цели и средства, находящиеся в сложных и неоднозначных отношениях между собой. Такое жизненное пространство, будучи по содержанию общественным феноменом, по форме для каждой отдельной личности всегда проявляется строго индивидуально. Оно начинает расширяться от детства к зрелости, а к старости сужается. Возрастные пределы человеческой жизни предполагают отмирание целых областей жизненного пространства: профессиональную, творческую, политическую, родственную. Отмершие области могут представляться человеку только в виде воспоминаний из прошлого и не иметь никаких перспектив развития в будущем.

В четко очерченных границах территориально-временного жизненного пространства человек фактически совершает внутреннее восхождение от некоего природного существа к духовной личности, чувства, мысли и дела которой продолжают жить и развиваться в других людях. «Нет, весь я не умру – душа в заветной лире мой прах переживет», – писал А. С. Пушкин. Бестелесная составляющая человека, коей является сознание, порождает идеи во всех сферах человеческой деятельности, которые материализуются в виде изобретений, произведений искусства, материальных ценностей. Происходит своеобразная «материализация чувственных идей» по фильму М. Захарова «Формула любви».

Американский философ Кен Уилбер (1949), исследуя жизненное пространство, сделал предположение, что проблемы, возникающие у конкретной личности, находятся в прямой зависимости от того, где личность проводит границу между собой и действительностью. Чем шире область самоотождествления человека, тем большее содержание мира человек признает своим. К. Уилбер выделил четыре варианта прохода границы между «Я» и «не Я»:

1. Уровень «маски» – самая узкая территория «Я», приравненная только к части своего сознания, к тому, что человек предъявляет окружающим.
2. Уровень «эго» – граница располагается между телом человека и его сознанием, при этом существует конфликт между духовной и телесной сферой.
3. Организм в целом – граница проходит между внешним миром и телом, душа с телом находятся в состоянии единства и гармонии, но они противопоставлены миру.
4. Увеличение пространства своего «Я» до бесконечности, отождествление себя со Вселенной [15].

Для создания своего актуального жизненного пространства, человек должен иметь представление о пространстве мира в целом, картине мира, то есть представление о пространстве возможного.

Структурными компонентами жизненного пространства человека выступает телесное пространство, обусловленное телесной организацией; приватное пространство как некое

внутреннее ядро личности, пространство смыслов, ценностей, предпочтений, жизненных планов; пространство повседневности, где человек находит возможные способы поведения в обществе, где он застает себя в социальном общении с другими людьми.

Пространство повседневности охватывает небольшой объем мира (микромир) и представляет собой область общедоступных, понятных каждому человеку знаний и навыков, получаемых из трех источников: 1) общение в малой группе (семья, родня, ровесники); 2) обучение в школе, получение общего образования; 3) средства массовой информации (на радио и телевидении помимо коммерческой информации существует социальная реклама, типа «Позвоните родителям», «Города как дети, и нуждаются в опеке», «Берегите близких», «День добрых дел» и т. д.).

Через тесные спонтанные контакты человек овладевает теми навыками, знаниями и стереотипами поведения, которые в дальнейшем служат базой для приобщения к пространству социальному и построению на его основе своего жизненного пространства. Многие из того, что человек усваивает в детстве, он не изменяет в последствии, только пополняет свои знания и тем самым обогащает свой жизненный опыт.

Пространство повседневности, представляет сферу эмоциональной привязанности, чувства взаимной симпатии, чувства долга по отношению к детям, пожилым и слабым. В повседневном пространстве человек на максимальном уровне соблюдает культурные условности и стремится выглядеть лучше, чем он есть на самом деле.

Восприятие личностью окружающей действительности имеет субъективную природу, поскольку обусловлено характером интерпретации жизненных событий. Находясь в одинаковых жизненных обстоятельствах, одни люди рассматривают окружающих людей как лидеров, за которыми надо следовать, другие – как конкурентов в борьбе за жизненные блага, третьи – как единомышленников в достижении общих целей.

Язык как форма мышления

Мышление является высшей ступенью человеческого познания, процессом отражения в мозге окружающего реального мира, основанном на двух принципиально различных психофизиологических механизмах: образования и непрерывного пополнения запаса понятий, представлений и вывода новых суждений и умозаключений. Мышление позволяет получить знание о таких объектах, свойствах и отношениях окружающего мира, которые не могут быть непосредственно восприняты при помощи первой сигнальной системы. Формы и законы мышления составляют предмет рассмотрения логики, а психофизиологические механизмы – соответственно – психологии и физиологии.

Объективной материальной формой мышления является язык. Мысль становится мыслью и для себя и для других только через слово – устное и письменное. Благодаря языку мысли людей не теряются, а передаются в виде системы знаний из поколения в поколение. Однако существуют и дополни-

тельные средства передачи результатов мышления: световые и звуковые сигналы, электрические импульсы, жесты и пр. Современная наука и техника широко используют условные знаки в качестве универсального и экономного средства передачи информации.

Мыслительная деятельность человека неразрывно связана со второй сигнальной системой. В основе мышления различают два процесса: превращение мысли в речь (письменную или устную) и извлечение мысли, содержания из определенной его словесной формы сообщения. Мысль – форма сложнейшего обобщенного абстрагированного отражения действительности, обусловленного некоторыми мотивами, специфический процесс интеграции определенных представлений, понятий в конкретных условиях социального развития. Поэтому мысль как элемент высшей нервной деятельности представляет собой результат общественно-исторического развития индивида с выдвиганием на передний план языковой формы переработки информации.

Немецкий филолог и философ Вильгельм фон Гумбольдт (1767–1835) развил учение о языке как непрерывном творческом процессе и о «внутренней форме языка» как выражения индивидуального мирозерцания народа. Он сформулировал идею лингвистической относительности или лингвистического релятивизма. Важным моментом теории Гумбольдта является и то, что он считал язык «промежуточным миром», который находится между народом и окружающим его объективным миром: «Каждый язык описывает вокруг народа, которому он принадлежит, круг, из пределов которого можно выйти только в том случае, если вступаешь в другой круг». Человек, по Гумбольдту, оказывается в своем восприятии мира целиком подчиненным языку.

Строгая версия лингвистической релятивистской теории была разработана в начале 1920-х годов немецким филологом Лео Вайсгербером (1899–1985).

В начале XX века данная теория отразилась в известной «гипотезе лингвистической относительности» представителей американской школы антропологии Эдварда Сепира и Бенджамина Ли Уорфа (гипотеза Сепира – Уорфа), утверждающей, что «мы воспринимаем те или иные явления так или иначе благодаря тому, что языковые нормы нашего общества предполагают данную форму выражения».

В статье «Статус лингвистики как науки» Э. Сепир отмечал, что «два разных языка никогда не бывают столь схожими, чтобы их можно было считать средством выражения одной и той же социальной действительности. Миры, в которых живут различные общества, – это разные миры, а вовсе не один и тот же мир с различными навешанными на него ярлыками... Мы видим, слышим и вообще воспринимаем окружающий мир именно так, а не иначе главным образом благодаря тому, что наш выбор при его интерпретации предопределяется языковыми привычками нашего общества» [16]. Понимая лингвистическую относительность именно как невозможность установить покомпонентные соответствия между системами разных языков, Сепир ввел термин «несоизмеримость» (*incommensurability*) языков. Языковые системы отдельных

языков не только по-разному фиксируют содержание культурного опыта, но и предоставляют своим носителям не совпадающие пути осмысления действительности и способы ее восприятия. По Уорфу на восприятие мира решающее влияние оказывает язык, на котором думает индивид.

Слово, речь, письмо являются не только слуховым или зрительным раздражителем, они несут определенную информацию о предмете или явлении. В процессе обучения речи у человека возникают временные связи между нейронами коры, воспринимающими сигналы от разных предметов, явлений и событий, и центрами, воспринимающими словесное обозначение этих предметов, явлений и событий, их смысловое значение. Словесная сигнализация у человека сделала возможным отвлеченное и обобщенное восприятие явлений, находящихся свое выражение в понятиях, суждениях и умозаключениях. Способность к обобщению и отвлечению служат основой мышления человека. Благодаря отвлеченному логическому мышлению, человек познает окружающий мир и его законы.

Физическая структура знака не зависит от объекта, который он обозначает. Одни и те же явление, предмет, мысль могут быть выражены с помощью различных звукосочетаний и на разных языках. Словесные сигналы совмещают в себе два свойства: смысловое (содержание) и физическое (звучание в устной речи, очертание букв и слов – в письменной). С помощью слова осуществляется переход от чувственного образа первой сигнальной системы к понятию, представлению второй сигнальной системы.

Существенное отличие словесных сигналов от естественных сигналов первой сигнальной системы обусловлено особенностями лежащих в их основе безусловных раздражителей. В первой сигнальной системе все формы поведения, включая способы и средства взаимного общения, базируются исключительно на непосредственном восприятии действительности и реакции на натуральные раздражители. Сигнальное значение слова определяется всем коллективным опытом людей, пользующихся данной системой словесных знаков. Таким образом, информация, содержащаяся в самих словах, связана не с природой сигнализации явлений и предметов реальной действительности, а с отраженной, преломленной человеческим сознанием деятельностью.

Американский философ-аналитик Дж. Серл в книге «Современная философия в Соединенных Штатах», изданной в 1991 году, писал: *«мысль о том, что вместо исследования сознания мы должны заниматься философией языка, трансформируется в мысль о том, что исследование языка должно составлять один из разделов философии сознания».*

Исследования ученых показали, что сознание, мышление, разум обладают четкими лингвистическими особенностями, то есть мыслительная способность выражена в лингвистических символах, приобретаемых носителем этой способности с младенческого возраста по мере формирования его сознания. Лишь крайне редко отдельные люди, носители одного языка, помещенные на длительное время в среду другого

языка, начинают мыслить на языке обитания. Достаточно широко известны случаи, когда в бессознательном состоянии или во сне человек начинает говорить на родном языке, то есть его ум воспроизводит возникающие в нем образы с помощью привычных лингвистических символов, вне контроля его сознания.

Обыденное сознание

Обыденное сознание – это несистематизированное, стихийно возникающее отражение в сознании людей их практической жизнедеятельности. Оно представляет собой осознание окружающей общественной среды, непосредственных интересов и вытекающие отсюда представления о добре, зле, долге и т. д.

Обыденное сознание, как и научное, фиксирует повторяющееся в явлениях, но в отличие от теоретического не идет дальше внешнего сходства, случайных совпадений. В поле зрения обыденного сознания оказывается чаще всего случайное, временное, преходящее, а закономерное, существенное не находит в нем адекватного отражения. Обыденное сознание возникает стихийно.

Характерной чертой обыденного сознания является его закреплённость в социуме. Содержание обыденного сознания является общим для всех людей одной культуры, одной социальной группы.

Процесс изменений в обыденном сознании происходит гораздо медленнее, чем процесс возникновения и распространения теоретических, научных знаний, в этом выражается одна из характерных черт обыденного сознания – ее в определенной мере консерватизм и догматизм.

В условиях технотронного общества интерес к обыденному сознанию заметно растет, поскольку именно на него направлены усилия средств массовой информации, рекламы, массовой культуры. Современный человек находится под мощным воздействием техногенной информационно-психологической среды. Ему все труднее сознательно контролировать воздействующие на него информационные потоки. По мере усиления этого воздействия неконтролируемая информация, воспринимаемая мозгом и психикой, будет изменять состояние и поведение человека помимо его воли и желания. Итальянский художник и ученый Леонардо да Винчи (1452–1519) утверждал, что «непознаваемая природа человека неизменна, а потому человечество не в состоянии приспособиться к техносфере со всеми вытекающими отсюда последствиями».

Близким понятию «обыденное сознание» является понятие «менталитет», который рассматривается как интегральная характеристика людей, живущих в конкретной культуре, позволяющая описать своеобразие видения этими людьми окружающего мира и объяснить специфику их реагирования на него. Менталитет включает в себя совокупность принятых и в основном одобряемых обществом взглядов, мнений, стереотипов, форм и способов поведения. Менталитет общности и сознание индивида, члена этого общества, создают единство, но не тождество. Особенности обыденного сознания, через которые социальный менталитет становит-

ся принадлежностью сознания личности, позволяет субъекту не совпадать полностью с принятыми в обществе установками, расшатывать их и делать пригодными для жизни. Изучение обыденного сознания людей помогает выяснять причины возникновения и живучести социальных иллюзий, предрассудков, антиобщественных настроений.

Литература

1. Вернадский В. И. Научная мысль как планетное явление / Отв. ред. А. Л. Яншин. М: Наука, 1991.
2. Назаров В. Пусть сторонники "ноосферы" мне возразят! // Знание-сила научно-популярный и научно-художественный журнал. – 2003 . – № 12 . – С. 38-43
3. Горшков В. Г. Физические и биологические основы устойчивости жизни. М: ВИНТИ, 1995. 470 с.
4. Моисеев Н.Н. Козволюция природы и общества. Пути ноосферогенеза // Экология и жизнь, № 2-3, 1997. – С. 7.
5. Павлов И. П. Лекции о работе больших полушарий головного мозга. [Djv - 9.0M] Редакция и статья К. М. Быкова. (Издательство Академии Наук СССР, 1949. – Серия «Классики науки») Скан: AAW, обработка, формат Djv: mor, 2010. URL : http://publ.lib.ru/ARCHIVES/P/PAVLOV_Ivan_Petrovich/_Pavlov_I.P.html#001 (доступ свободный).
6. Гумилев Л. Н. Этносфера: История людей и история природы СПб.: КРИСТАЛЛ, 2003. – 575 с.
7. Кант И. Критика чистого разума / Пер. Н. Лосского и др., прим. Ц. Арзаканяна М.: Мысль, 1994.
8. Кант И. Антропология с прагматической точки зрения. – СПб.: Наука, 1999. – 471 с.
9. Шелер Макс. Положение человека в космосе // Избр. произв. М., 1994.
10. Гелен А. Образ человека в свете современной антропологии // Личность. Культура. Общество. – 2007. – Вып. 3 – (37). – С. 37-51. (перевод А. Н. Портнова).
11. Коротков К. Г. Энергия наших мыслей: влияние человеческого сознания на окружающую действительность. М.: Эксмо, 2009. – 349 с.
12. Морозова О. Н. Дискурс согласия в диалогическом пространстве: монография. М.; Институт языкознания РАН, 2005. 219 с.
13. Луман Н. Общество общества. – М.: Логос, 2011.
14. Ананьев Б. Г. Человек как предмет познания. – 1968 [Электронный ресурс] // Библиотека имени К. Д. Ушинского – Инф. центр РАО http://elib.gnpbu.ru/text/ananyev_chelovek-kak-predmet_1968/go,288;fs,1/ (доступ свободный).
15. Уилбер К. Никаких границ: Восточный и западный пути личностного роста. Тексты трансперсональной психологии / Уилбер К., пер.: В. Данченко. М.: АСТ, 2003. – 283 с.
16. Сепир Э. С. Статус лингвистики как науки // Сепир Э. Избранные труды по языкознанию и культурологии. М., 1993, С. 261.

Leonid Nadtochiev¹¹**THE GENESIS OF THE CONCEPTIONS OF MAN – THE CHALLENGE OF COGNITION**

Abstract. In this article, only some aspects of the topic "Man as part of the ecosystem" were touched upon. The purpose of its writing was a certain generalization of the most famous theories and approaches of scientists of different eras to human research.

Key words: ecosystem, ecosphere, noosphere, personality formation, individuality, self-awareness, society, people.

¹¹ **Nadtochiev Leonid N.** – psychologist, graduate of the Faculty of Psychology of Lomonosov Moscow State University, specialty in social psychology. Leninskie gory, 1, Moscow, 119991, Russian Federation. Email: Lnad@mail.ru

References

1. Vernadsky V. I. Scientific thought as a planetary phenomenon / Ed. Yanshin A. L. Moscow: Nauka, 1991.
2. Nazarov V. Let the supporters of the "noosphere" object me! // *Znanie-sila*. 2003. No. 12, pp. 38-43.
3. Gorshkov V. G. Physical and biological foundations of life sustainability. Moscow: VINITI, 1995. 470 p.
4. Moiseyev N. N. Coevolution of nature and society. Paths of noospheregenesis // *Ehkologiya i zhizn*, No. 2-3, 1997, p. 7.
5. Pavlov I. P. Lectures on the work of the cerebral hemispheres. [Djv - 9.0M] Editorial and the article of K. M. Bykov. (Publishing house of the USSR Academy of Sciences, 1949. - Series "Classics of Science") Scan: AAW, processing, Djv: mor format, 2010. URL: http://publ.lib.ru/ARCHIVES/P/PAVLOV_Ivan_Petrovich/_Pavlov_I.P.Html#001 (access is free).
6. Gumilev L. N. Ethnosphere: History of people and the history of nature. Sankt-Peterburg: SZKO "Kristall", 2003. 575 p.
7. Kant I. Critique of Pure Reason / Transl. Lossky N. and others, approx. Arzakanyan Ts. Moscow: Mysl, 1994.
8. Kant I. Anthropology from a pragmatic point of view. Sankt-Peterburg.: Nauka, 1999. 471 p.
9. Scheler Max. The position of man in space // Selected works. Moscow, 1994.
10. Gelen A. The image of man in the light of modern anthropology // *Lichnost. Kultura. Obshchestvo*, 2007. Issue 3 (37), pp. 37-51. (Translation by A. N. Portnov).
11. Korotkov K. G. Energy of our thoughts: the influence of human consciousness on the surrounding reality. Moscow: Eksmo, 2009. - 349 p.
12. Morozova ON Discourse of Harmony in Dialogic Space: monograph. Moscow: Institute of Linguistics, Russian Academy of Sciences, 2005. 219 p.
13. Lumann N. Society of society. Moscow: Logos, 2011.
14. Ananiev B. G. Man as an Object of Cognition (1968) [Electronic resource] // Library named after K. D. Ushinsky – Inf. Center RAO http://elib.gnpbu.ru/text/ananyev_chelovek-kak-predmet_1968/go,288;fs,1/ (access is free).
15. Wilber K. No boundaries: Eastern and Western ways of personal growth. Texts of transpersonal psychology / Wilber K., trans.: V. Danchenko. Moscow: AST, 2003. - 283 p.
16. Sepir E. S. The Status of Linguistics as a Science // Sepir, E. Selected Works on Linguistics and Culturology. Moscow., 1993, p. 261.

Международный научно-практический журнал "Вестник МИРБИС" ISSN 2411-5703 <http://journal-mirbis.ru/>

№ 2 (10) 2017 http://cs.journal-mirbis.ru/-/JAs72nlacdGPXnGzBzt3w/sv/document/f8/ad/73/521295/113/2_2017VM.pdf?1502193596

URL статьи: http://cs.journal-mirbis.ru/-/eS-q57wdt00njr3bjCsinw/sv/document/78/59/ac/521295/114/43_51.pdf?1502193596

Статья опубликована:

Ссылка для цитирования этой статьи: Евстифеева Г. Г. Новый руководитель в новой для себя среде – модернизатор или инноватор? (Анализ моделей поведения) [Электронный ресурс] // Вестник Московской международной высшей школы бизнеса (МИРБИС). – 2017. №2(10). С. 43-51. – Библиогр.: с. 50 (5 назв.). http://cs.journal-mirbis.ru/-/eS-q57wdt00njr3bjCsinw/sv/document/78/59/ac/521295/114/43_51.pdf?1502193596 (доступ свободный). Загл. с экрана. Яз. рус., англ.

УДК 331.102.142

Галина Евстифеева³

НОВЫЙ РУКОВОДИТЕЛЬ В НОВОЙ ДЛЯ СЕБЯ СРЕДЕ – МОДЕРНИЗАТОР ИЛИ ИННОВАТОР? (АНАЛИЗ МОДЕЛЕЙ ПОВЕДЕНИЯ)

Аннотация. Ситуация, проанализированная в кейкисе [1-3], описывает сложившуюся в России модель взаимодействия регионального сообщества и федеральных государственных учреждений. Данный кейкис – учебно-исследовательский материал. Образы всех персонажей – директора музея и его подчиненных, сотрудников Министерства культуры, региональных и федеральных руководителей, жителей региона и активных граждан носят собирательный характер. Названия компаний и групп, имена и фамилии, наименования должностей являются типизированными и не имеют прямых прототипов в реальности, любые сходства и аналогии с реальными людьми и организациями являются случайными. Автором предложено несколько вариантов решения проблемы, возникшей после назначения на должность директора государственного музея человека, имеющего недостаточный и не очень удачный опыт в данной сфере в другом регионе страны.

Ключевые слова: стратегия развития учреждения, региональное сообщество, управление конфликтом, модернизация, инновация.

³ **Евстифеева Галина Геннадьевна** – кандидат социологических наук, доцент кафедры менеджмента Владимирского филиала РАНХиГС. 600017, Владимирская область, г. Владимир, ул. Горького, 59а. E-mail: gge65@mail.ru

Объект исследования. Внутренняя среда

Валерий Петрович Кряжонкин, директор государственного музея-заповедника Центрального региона РФ (далее музей-заповедник), энергичный и прагматичный человек, полгода назад назначенный на эту должность Министром культуры.

Кряжонкин работает в сфере культуры два года. Прежняя его должность – директор одного из подмосковных музеев. Мнения по поводу работы Кряжонкина в Подмоскovie неоднозначны: одни убеждены, что он ответственен за утрату некоторых экспонатов музея; другие (например, пресс-служба Министерства Культуры РФ) дают положительную оценку его деятельности на этом посту. До этого был начальником управления по работе с регионами в одной из госкорпораций.

Валерий Петрович считает, что на должность директора музея в Подмоскovie его назначили после не очень удачно выполненного поручения, когда в одном из регионов ему не удалось найти поддержку у местных жителей. И вот теперь Кряжонкин В. П. получил возможность проявить себя в одном из весьма значимых государственных музеев-заповедников, о существовании которого он знал только из интернета, так как в регионе ранее не бывал.

Внешняя среда. Ситуация (сложившаяся система отношений)

Для работников музея-заповедника назначение Кряжонкина было неожиданным. Прежний руководитель, Хлебникова Алла Ивановна, узнавшая об этом из СМИ, получила направление на работу директором музея в другом федеральном округе.

Кряжонкин начинает проводить реорганизацию музея-заповедника, не советуясь с его работниками, в том числе «заслуженными», что приводит к возникновению недовольства со стороны коллектива. Директор не пытается добиться взаимопонимания, считает работников музея-заповедника принципиально неспособными зарабатывать деньги.

Региональным СМИ становится известно, что в музее-заповеднике отменены традиционные мероприятия, идет изъятие экспонатов из экспозиций, начались массовые увольнения.

Журналисты берут интервью у некоторых работников музея-заповедника.

Аникин А. А., один из оставшихся сотрудников музея, рассказал, что работники музея-заповедника, которые проявили недовольство, получали приглашение явиться в отдел кадров. Там им объясняли, что их должности в музее нежелательны (избыточны). Если они не уйдут по собственному желанию, то им будут созданы «соответствующие» условия. В итоге, некоторые должности были сокращены и сотрудники уволены в связи с «реорганизацией».

Венин В. В., уволенный из музея, сообщил СМИ, что директор принимал важные решения, ни с кем не советуясь, говоря:

«Я – директор и делаю, что хочу!»

Как отмечает переведенный на другую должность (с понижением статуса и зарплаты) Беникин Б. Б., на какой бы из объектов, относящихся к музею-заповеднику, не пришел новый директор, рефреном звучало, что «денег на этом не заработаешь». Однако, деньги, всё же заработанные музеем-заповедником, он тратит, по словам Беникина, необоснованно. Например, огромную сумму получила фирма под руководством Охапкина А. Б., из числа знакомых Кряжонкина, за то, что перерисовала барельеф с одного из объектов культурного наследия региона и, представив его как новый авторский логотип, внесла минимальные изменения на существующем сайте музея-заповедника.

Семенова Василиса Михайловна, была руководителем музея-заповедника до директорства Хлебниковой Аллы Ивановны. Василиса Михайловна много лет посвятила созданию и развитию музея-заповедника. Она – его почетный президент, и имела возможность наблюдала воочию происходящие перемены и сопутствующие им проблемы.

Семенова обращалась в администрацию области, обсуждала сложившуюся ситуацию с Соколовой Ириной Аркадьевной, губернатором, которая постаралась вникнуть в ситуацию, но сочла для себя невозможным открыто выступить против назначенца из федерального центра. Губернатор до этого не была знакома с новым директором Кряжонкиным и не могла судить о его профессиональных качествах и намерениях.

Василиса Михайловна пробовала обращаться с жалобой к Иванову Семену Николаевичу, заместителю руководителя Департамента Министерства культуры, который, по поручению министра, занимался назначением в музей-заповедник нового директора.

Семен Николаевич недостаточно хорошо знает Кряжонкина, личных претензий к нему не имеет, но в курсе, что у Кряжонкина есть покровители в Министерстве. С другой стороны, он опасается обострения конфликта в регионе. Будучи опытным чиновником, он решает пока не предпринимать никаких радикальных действий, а разобраться в ситуации, выслушать все стороны конфликта.

Василиса Михайловна создает команду «Защитники музея» и пишет Петицию Президенту РФ, с указанием претензий к нынешнему руководству музея-заповедника.

Петицию подписывают известные граждане региона. Один из них, профессор высшего учебного заведения, известный общественный деятель региона, Сергей Пламенев, публикует эту Петицию в региональных средствах массовой информации (СМИ), что вызывает бурную реакцию общественности, которая до этого была не в курсе событий, происходящих в музее-заповеднике.

Информация попадает и в федеральные СМИ. Петров Иван Ильич, главный редактор агентства «Фактум», дает в своем издании сведения о сложившейся конфликтной ситуации, не вставая ни на какую из сторон конфликта.

Тема активно обсуждается в социальных сетях. Сергею Пламеневу шлют письма неравнодушные к судьбе музея граждане. На сторону работников музея встают бывшие работники организации, проработавшие там много лет, сами участвовавшие в создании экспозиций, которые оказались под угрозой расформирования. К ним присоединяются активные общественные деятели региона.

Основные претензии, изложенные в Петиции, таковы:

- непрофессиональное вмешательство директора в музейные экспозиции и интерьеры;
- массовые увольнения работников, в том числе сокращение ключевых должностей (например, заместителя гендиректора по реставрации и капитальному ремонту, это в историко-архитектурном музее-заповеднике, где десятки памятников архитектуры (в том числе, под охраной ЮНЕСКО)). Одновременный набор новых заместителей, численность которых превышает предыдущую в три раза;
- прекращена работа Ученого совета музея-заповедника, на котором, путем научных дискуссий, решалась дальнейшая судьба экспонатов;
- приостановлены реставрационные работы на некоторых объектах культурного наследия, начатые при Хлебниковой А. И. и поддержанные нынешним губернатором;
- необоснованно большие траты на обновление сайта и новый логотип музея.

К сожалению, общественники получают ответ из администрации Президента, подписанный Поповым Игорем Владимировичем, о том, что Петиция передана в Министерство Культуры РФ, так как этот вопрос находится в их компетенции.

Василиса Михайловна сомневается, что сотрудники Министерства будут готовы признать назначение такого директора ошибкой, так как они его сами и назначили.

Журналисты пытаются встретиться с Кряжонкиным, чтобы услышать его точку зрения на сложившуюся ситуацию, но он не соглашается дать свои комментарии. В качестве официального представителя музея-заповедника в СМИ выступает один из новых заместителей, Потапкин Лев Антонович. Он пытается реабилитировать Кряжонкина в глазах общественности. Главный редактор сетевого издания «Парус» получает письмо за подписью Кряжонкина, где в свободной форме прокомментированы темы, по которым журналисты хотели расспросить нового директора, но не получили ни согласия на интервью, ни указания причин, по которым встреча не может состояться.

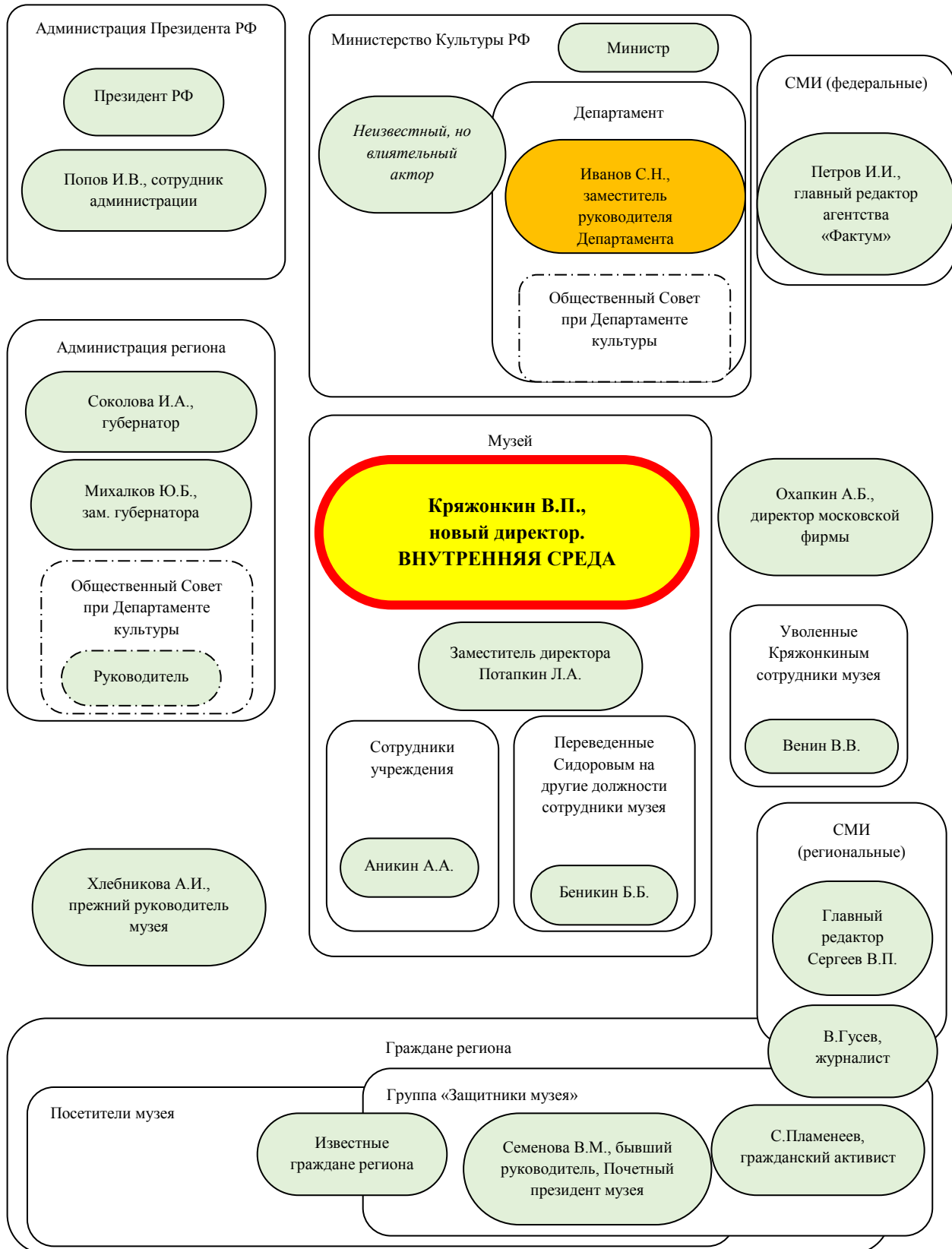


Рис. 1 – Схема ситуации для Кряжонкина В. П., нового директора музея

Масла в огонь добавляет информация, полученная от журналиста регионального издания «Гражданин» Василия Гусева, который находит и доводит до общественности информацию об огромных, по меркам региона, зарплатах заместителей и особенно директора музея. Это активно обсуждается в социальных сетях, а также биография Кряжонкина, особенно та её часть, которая связана с работой в подмосковном музее и оцененная общественностью, как некомпетентная.

Обстановка накаляется. Администрация региона озабочена создавшейся ситуацией и делает попытки утихомирить

46 Новый руководитель в новой для себя среде – модернизатор или инноватор?

активно выступающих бывших работников музея-заповедника.

В таких условиях лидеры группы «Защитники музея» (Семенова В. М., Сергей Пламенев и другие) приходят к выводу о необходимости создания общественной структуры, которая будет заниматься вопросами культурного наследия региона и способствовать разрешению конфликтных ситуаций.

Совместно с администрацией региона было решено создать Общественный Совет при Департаменте культуры региона, куда войдут заслуженные работники культуры региона, известные общественные деятели, представители музея.

Поле проблем

Директор музея хочет продолжить реорганизацию музея-заповедника, но ему мешает организационное сопротивление работников.

Он хочет провести реорганизацию побыстрее, чтобы заработать деньги, используя для этого весь ресурс времени, не тратя сил и времени на достижение согласия с коллективом и разработку стратегии развития музея.

Кряжонкин В. П. хотел бы избавиться от работников, которые не согласны с его позицией и окружить себя людьми, которым доверяет, предложить им достойную оплату, но прежние работники и общественность отказываются понимать, почему эти люди должны получать в 10-20 раз больше чем они.

Новый директор должен также доказать своему руководству в Министерстве культуры РФ, что он способный руководитель, чтобы через какое-то время получить повышение.

«Защитники музея» не принимают кадровую тактику нового руководителя. Они считают ее непрофессиональной и разрушительной, настроены на отстаивание своих позиций, надеясь, что, в конце концов, руководители Министерства культуры РФ прислушаются к их мнению и законодательству о музеях, в котором на главном месте не коммерческая деятельность таких объектов культурного наследия, а сохранение имеющихся ценностей. Главным препятствием на пути урегулирования конфликта граждане региона считают отсутствие компетентной и понятной стратегии развития музея-заповедника, нежелание нового руководства обсуждать эти вопросы.

Выбранная проблема

Необходимо разрешить конфликтную ситуацию так, чтобы это устраивало региональное сообщество, администрацию региона и Министерство культуры РФ.

Поле задач

Кряжонкин В. П. должен:

- выполнить свою миссию реорганизации музея, но у него нет поддержки среди работников и местного населения;
- предоставить стратегию развития музея;
- повысить свой авторитет у руководства (в том числе влиятельного лица, способствовавшего его назначению);
- доказать целесообразность немалых средств, потраченных на реорганизацию;
- оправдать огромные размеры своей зарплаты и зарплаты своих замов.

Группа «Защитники музея» должна:

- отстаивать право граждан региона участвовать в обсуждении проблемы;
- способствовать урегулированию создавшейся конфликтной ситуации;
- участвовать в создании стратегии развития музея;
- согласовать эту стратегию с коллективом музея и администрацией области.

Выбранным персонажем стал Кряжонкин Валерий Петрович, новый директор музея, назначенный по протекции известного лица из Министерства культуры. Именно от его действий зависит, насколько быстро и результативно завершится противостояние между ним и группой «Защитников музея».

Выбранная задача

Новому директору совместно с представителями администрации области и группы «Защитники музея» необходимо урегулировать конфликтную ситуацию вокруг музея.

Список персонажей, участвующих в конфликтной ситуации

- Попов Игорь Владимирович, сотрудник администрации Президента РФ
- Иванов Семен Николаевич, зам.руководителя Департамента Министерства Культуры
- Соколова Ирина Аркадьевна, губернатор области
- Михалков Юрий Борисович, заместитель губернатора области по социальной политике, контролирующий работу департамента культуры администрации области
- Кряжонкин Валерий Петрович, новый директор музея-заповедника, назначенец
- Потапкин Лев Антонович, заместитель директора музея-заповедника
- Охупкин А. Б., директор московской коммерческой фирмы
- Хлебникова Алла Ивановна, прежний руководитель музея, работает в другом городе
- Семенова Василиса Михайловна, бывший руководитель музея, почетный президент музея, активный общественный деятель
- Петров Иван Ильич, главред федерального агентства новостей «Фактум»

- Сергеев Валентин Павлович, главред регионального сетевого издания «Парус»
- Василий Гусев, журналист регионального издания «Гражданин»
- Аникин А. А., заслуженный работник, сотрудник музея-заповедника
- Беникин Б. Б., сотрудник музея, переведенный на другую должность
- Венин В. В., заслуженный работник, уволен из музея-заповедника
- Сергей Пламенеев, гражданский активист, лидер группы «Защитники музея»
- Группа «Защитники музея», люди с активной гражданской позицией, которые считают, что нужно защитить музей от неправильных действий директора музея
- Группа известных людей региона, подписавших Петицию Президенту РФ
- Неизвестный, но влиятельный актер из Министерства, поддерживающий Кряжонкина В. П.

Таблица 1 – Цели, значимые для Кряжонкина В. П.

Динамика цели	Физические				Психологические			
	Время	Пространство	Материалы	Драйверы изменений, энергии, вт.ч, деньги	Люди	Информация	Технологии	Драйверы изменений, деятельность, активность
Смена идентичности		1			2			3
Существенное увеличение		4		5	6,7	8		9
Увеличение	10		11		12,13	14	15	
Сохранение					16			
Снижение	17		18		19	20		21
Существенное снижение								
Смена идентичности					22			23

¹ Изменение назначения некоторых имеющихся пространств музея.

² Получение новой, более высокой должности.

³ Получение большей власти.

⁴ Пространство для коммерческой деятельности должно быть увеличено.

⁵ Прибыль должна быть увеличена.

⁶ Увеличение численности «своей» команды.

⁷ Увеличение поддержки со стороны влиятельного лица из Министерства.

⁸ Увеличение информации о музее для привлечения посетителей.

⁹ Работа музея должна быть более динамичной.

¹⁰ Увеличение времени на разработку стратегии.

¹¹ Приобретение предметов и объектов для коммерческой деятельности.

¹² Повышение роли руководителя государственного учреждения.

¹³ Укрепление своего авторитета в Министерстве.

¹⁴ Увеличение значимости музея среди подобных объектов культуры.

¹⁵ Модернизация музейных технологий.

¹⁶ Сохранение иерархии в решении проблем в регионе.

¹⁷ Уменьшение времени на реорганизацию.

¹⁸ Уменьшение экспонатов в экспозициях.

¹⁹ Уменьшение количества работников.

²⁰ Снижение негативной информации о себе.

²¹ Снижение активности группы «Защитники музея».

²² Увольнение работников, несогласных с изменениями.

²³ Изменение позиции СМИ.

Среди ценностей Кряжонкина В. П. можно выделить: развитие собственной карьеры; получение прибыли; укрепление собственной власти; удовлетворенность влиятельного лица из Министерства, способствовавшего его назначению, удовлетворенность «своей» команды. Цели Кряжонкина В. П. приведены в таблице 1.

Варианты решений для Кряжонкина В. П., нового директора музея

Решение 1. В стиле «Растворение». Кряжонкин В. П. не идет на открытый конфликт с работниками музея и группой «Защитники музея», выполняет указания Иванова С. Н. и влиятельного лица из Министерства, используя «свой ресурс» и опираясь на «свою команду». **Риски:** Недостаточность временного ресурса для реорганизации музея. **Возможности:** Конфликтная ситуация разрядится, успокоится администрация региона и сотрудники Министерства. **Бюджет:** Снизится прибыль. Возможно уменьшение доли собственной зарплаты и зарплаты своей команды. **Долговременные последствия** (горизонт прогноза: год-два): Конфликт опять может повториться. Вряд ли следует ожидать повышения.

Решение 2. В стиле «Уклонение». Кряжонкин В. П. подает заявление об уходе и не контактирует больше ни с кем, кроме своей команды и лиц из Министерства. **Риски:** Потеря авторитета. Иванов С. Н., как уполномоченный Министерства, может проверить обоснованность потраченных командой Кряжонкина В. П. средств. **Возможности:** Перевод на другую должность, более интересную и соответствующую его компетенции. **Бюджет:** При благоприятном переводе можно получить должность с большим окладом, и наоборот. **Долговременные последствия** (горизонт прогноза: год-два): Можно быстрее достигнуть карьерного роста на более подходящей должности.

Решение 3. В стиле «Соперничество». Кряжонкин В. П. может пойти на открытый конфликт с работниками музея и группой «Защитники музея». **Риски:** Рассерженные граждане могут потребовать немедленной отставки директора. **Возможности:** Можно довести до конца задуманную реорганизацию. **Бюджет:** При невмешательстве сотрудников из Министерства возможность быстро получить прибыль. **Долговременные последствия** (горизонт прогноза: год-два): Если не уволят, можно добиться большей власти, полностью заменить коллектив на своих единомышленников.

Решение 4. В стиле «Сотрудничество». Кряжонкин В. П. может изменить свое отношение к новой работе, объяснить свою позицию СМИ и администрации региона, обсудить с коллективом и сотрудниками Министерства стратегию развития музея и прийти к какому-то решению. **Риски:** Не удастся добиться компромисса, а время на реорганизацию будет утрачено. **Возможности:** После снижения напряженности, можно будет проводить изменения постепенно, не раздражая общественность. **Бюджет:** Возможно, придется пожертвовать получением больших доходов ради стабильности работы. **Долговременные последствия** (горизонт прогноза: год-два): Постепенная реорганизация с привлечением профессионалов может привести к новому уровню развития музея.

Решение 5. В стиле «Уклонение + растворение». Кряжонкин В. П. не предпринимает больше активных шагов, предоставляя решить проблему сотрудникам из Министерства. Не выступает в СМИ, не увольняет работников, а продолжает заниматься повседневной работой музея, опираясь на свою команду. **Риски:** Потеря власти. **Возможности:** Можно избежать обострения конфликта. **Бюджет:** Возрастут расходы, в том числе собственные. **Долговременные последствия:** Музей не будет самостоятельным учреждением.

Решение 6. В стиле «Соперничество + растворение». Кряжонкин В. П. попытается свалить вину за происходящее на бывших работников и «Защитников музея», прикрываясь авторитетом лиц из Министерства, доказывая последним, что он тратит все силы на выполнение их указаний. **Риски:** Сотрудники Министерства не будут открыто поддерживать директора. **Возможности:** Показать свои способности сотрудникам Министерства. **Бюджет:** Повышение прибыли. **Долговременные последствия:** Музей продолжит работу с Кряжонкиным во главе.

Решение 7. В стиле «Уклонение + Соперничество». Директор уклоняется от выяснения отношений с оставшимися работниками музея и пытается дать отпор в СМИ Семенову и Пламенееву. **Риски:** Конфликт разрешится не в пользу директора. **Возможности:** Можно продолжать проводить реорганизацию музея, доказывая, что «Защитники музея» не правы. **Бюджет:** Возрастут расходы, в том числе собственные. **Долговременные последствия:** Скорее всего, конфликт будет продолжаться.

Решение 8. В стиле «Уклонение + сотрудничество». Кряжонкин В. П. избегает выяснения отношений с работниками музея и общения с прессой. Сам в это время пытается договориться с влиятельным лицом из Министерства и получить перевод на другую должность, более интересную для него и соответствующую его компетенции. **Риски:** Потеря репутации, если общественность узнает о скрытых переговорах. **Возможности:** Можно получить более выгодную должность. **Бюджет:** Сохранение собственных средств. **Долговременные последствия:** Работа в другом учреждении.

Решение 9. В стиле «Сотрудничество + растворение». Директор поддерживает предложение администрации региона и «Защитников музея» о создании Общественного Совета при Департаменте Культуры администрации области.

Продолжает работу, отодвинув собственные планы по реорганизации музея. **Риски:** Общественный Совет ограничит его власть. **Возможности:** Конфликт будет улажен. **Бюджет:** Возрастут расходы, в том числе собственные. **Долговременные последствия:** Музей продолжит работу, не принося большой прибыли, но региональное сообщество будет довольным.

Таблица 2 – Итоговая матрица решений Кряжонкина В. П.
Рефлексия и оценка акцентуаций предложенных решений

Персонаж или группа	Стиль решения (стратегии)											Итого (решений):
	1. Растворение	2. Уклонение	3. Соперничество	4. Сотрудничество	5. Уклонение + Растворение	6. Соперничество + Растворение	7. Уклонение + Соперничество	8. Уклонение + Сотрудничество	9. Сотрудничество + Растворение	10. Соперничество + Сотрудничество	11. Компромисс	
Работники музея	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	10
Группа «Защитники музея»	+	+	+			+			+	+	+	7
Семенова В. М.	+	+	+			+	+		+	+	+	8
С. Пламенеев	+	+	+			+	+		+	+	+	8
Администрация региона		+		+					+	+	+	5
Члены «своей команды»	+	+				+						4
СМИ		+		+	+		+	+		+	+	7
Неизвестный влиятельный актер	+	+		+	+	+		+		+		8
Иванов С. Н.	+	+		+	+	+				+	+	7
Итого (решений):	7	9	4	5	4	7	4	3	5	7	9	

Обозначения: символ «+» означает, что этот тип стратегии присутствует в этом решении относительно данного персонажа. Ячейки таблицы 2, залитые серым цветом, означают не предложенные решения; вероятно, они не были продуманы.

Вывод по таблице 2: Решения Кряжонкина В. П. преимущественно ориентированы на работников музея и сотрудников Министерства, во вторую очередь на СМИ и группу «Защитники музея». Из одиннадцати эталонных менеджерских стратегий преобладают решения в стиле «Уклонение», «Соперничество» и «Компромисс», другие типы стратегий тоже присутствуют, ни одна не пропущена.

Решение 10. В стиле «Соперничество + сотрудничество». Кряжонкин В. П. сотрудничает с администрацией региона, сотрудниками из Министерства, а также со СМИ, пытаясь доказать им, что его планы по реорганизации правильные, а не правы «Защитники музея», которые против модернизации. **Риски:** Не удастся убедить тех, кто принимает решения. Или конфликт перейдет в скрытую фазу. **Возможности:** Можно продолжить реорганизацию музея по-своему, получить прибыль, а победителей не судят. **Бюджет:** Придется сначала увеличить расходы, но потом пойдет прибыль. **Долговременные последствия:** Деятельность директора будет всегда под пристальным вниманием общественности, любая его ошибка будет поводом для возобновления противостояния.

Решение 11. В стиле «Компромисс». Кряжонкин В. П. может частично пойти на уступки группе «Защитников музея» и работникам музея по своей воле или под давлением СМИ, сотрудников Министерства и администрации города. **Риски:** Найдутся недовольные частичными уступками и конфликт не закончится. **Возможности:** Можно продолжать проводить реорганизацию музея, но более осторожно, не раздражая местное сообщество. **Бюджет:** Компромиссные решения могут привести к получению дополнительной прибыли. **Долговременные последствия** (горизонт прогноза: год-два): Приобретение такого опыта может пригодиться для повышения карьеры. При благоприятном сценарии может получиться неплохой вариант сочетания прагматичного подхода директора и профессионального опыта и бережного отношения к музейным ценностям подчиненных.

С учетом ценностей и целей Кряжонкина В. П. выбран «Компромисс» как вариант стратегии, который позволяет решить основную проблему и охватить всех персонажей проблемной ситуации.

Способы контроля реализации выбранного решения:

Метрика структурная: количество сотрудников музея и их компетенция. *Метрика финансовая:* ожидаемая/полученная прибыль. *Метрика отношений:* лояльность местного сообщества. Репутация. *Метрика правоотношений:* устная договоренность с коллективом музея. Договор с Общественным Советом.

Заключение

В кейкисе проанализирована, структурирована и формализована сложная многоуровневая управленческая ситуация, в основе которой лежит институциональное рассогласование между несколькими уровнями управления и общественными интересами. Предложен один, из множества возможных альтернативных, способ разрешения типичной коллизии.

Литература

1. Киселев В. Д. Российские кейсы в жанре кейкис // Маркетинг услуг. 2014, №1(37). – С. 22–48.
2. Киселев В. Д. Смысловый драйвинг по целям и ценностям, заявленным клиентом // Стратегический менеджмент. 2015, №3-4 (31-32). – С. 226-246.
3. Киселев В. Д. Технология написания проектного кейса в жанре «кейкис» // Научные исследования и разработки. Социально-гуманитарные исследования и технологии. 2015, № 4(13). – С. 7-14.
4. Евстифеева Г. Г., Евстифеев Р. В. На пути к акме: психологические и акмеологические особенности становления и развития молодых политических лидеров // Акмеология. 2009, № 3, С. 78-79.
5. Евстифеев Р. В. Локальная идентичность: символическая политика и несимволические практики // Философские науки. 2016, №1, с. 88-95.



Galina Evstifeeva⁴

NEW LEADER IN A NEW ENVIRONMENT – MODERNIZER OR INNOVATOR? (ANALYSIS OF BEHAVIORAL PATTERNS)

Abstract. The situation analyzed in keykise describes the current model of interaction of the regional community, regional and federal government agencies. This keykis – teaching and research material. Images of all the characters of this keykis – museum director, employees of the Ministry, regional leaders and active citizens – are collective in nature. The names of companies and groups, the names, job titles are typical and have no direct prototypes in reality, any similarity and analogy with real people and organizations are random. The authors suggested several solutions to the problem, which arose after a incompetent person from another region was appointed as Director of State Museum.

Key words: institution development strategy, regional community, conflict management, modernization, innovation.

⁴ **Evstifeeva Galina G.** – candidate of sociological Sciences, associate Professor, Vladimir branch of Russian academy of National Economy and Public Administration. Ul. Gor'kogo, 59a, Vladimir, 600017, Russian Federation. E-mail: gge65@mail.ru

References

1. Kiselev V. D. Russian cases in the genre keykis // *Marketing uslug*. 2014, no. 1(37), pp. 22-48.
2. Kiselev V. D. Semantic driving on the objectives and values declared by the client // *Strategicheskij menedzhment*. 2015, no. 3, pp. 226-246.
3. Kiselev V. D. Technology of writing the design case in the genre of "keykis" // *Nauchnye issledovaniya i razrabotki. Social'no-gumanitarnye issledovaniya i tekhnologii*. 2015, no. 4(13), pp. 7-14.
4. Evstifeeva G. G. Evstifeev R. V. On the road to Acme: psychological and acmeological peculiarities of formation and development of young political leaders // *Akmeologiya* 2009, no. 3, pp. 78-79.
5. Evstifeev R. V. Local identity: the symbolic politics of mesembrina and practice // *Filosofskie nauki*. 2016, no. 1, pp. 88-95.

СОВРЕМЕННЫЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Международный научно-практический журнал "Вестник МИРБИС" ISSN 2411-5703 <http://journal-mirbis.ru/>
№ 2 (10) 2017 http://cs.journal-mirbis.ru/-/IVAs72nlacdGPXnGzBzt3w/sv/document/f8/ad/73/521295/113/2_2017VM.pdf?1502193596
URL статьи: http://cs.journal-mirbis.ru/-/ctA04Q7gvVFTWJKcVkJ9Hg/sv/document/17/fa/39/521295/97/52_55.pdf?1499350363
Статья опубликована: 10.07.2017

Ссылка для цитирования этой статьи: Жаворонкова И. А. Andragogy: challenges of a foreign language [Электронный ресурс] // Вестник Московской международной высшей школы бизнеса (МИРБИС). – 2017. №2(10). С. 52-55. – Библиогр.: с. 55 (2 назв.). – URL: http://cs.journal-mirbis.ru/-/ctA04Q7gvVFTWJKcVkJ9Hg/sv/document/17/fa/39/521295/97/52_55.pdf?1499350363 (доступ свободный). Загл. с экрана. Яз. рус., англ.

Ирина Жаворонкова⁴

АНДРАГОГИКА: ТРУДНОСТИ ОБУЧЕНИЯ ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ

Аннотация. В данной статье рассматриваются актуальные вопросы андрагогики: содержание обучения иностранному языку, в частности, английскому. Главное внимание уделено приемам эффективного обучения взрослых; особенностям восприятия ими такого уникального явления, как иностранный язык, а также некоторым успешным андрагогическим образовательным техникам.

Ключевые слова: андрагогика, вторичная лингвистическая личность, национальная специфика, беспредметность, безграничность, внутренняя неоднородность, инвариантное содержание обучения взрослых, приемы андрагогической поддержки обучаемых.

⁴ **Жаворонкова Ирина Арнольдовна** – кандидат филологических наук, доцент кафедры общеобразовательных дисциплин, Московская международная высшая школа бизнеса «МИРБИС» (Институт). 109147, Российская Федерация, Москва, ул. Марксистская, дом 34, корп. 7. Email: irina.zhavoronkova@mail.ru

Литература

1. Зимняя И. А. Лингвопсихология речевой деятельности. – М., 2000.
2. Knowles, Malcolm. The Modern Practice of Adult Education. – New York, 1970.

УДК 37.013.83:81

Irina Zhavoronkova⁵

ANDRAGOGY: CHALLENGES OF A FOREIGN LANGUAGE

Abstract. The present article considers some topical issues of andragogy: the content and framework of teaching a foreign language, English in particular. It highlights certain effective andragogical techniques; underlines major intrinsic peculiarities of such a unique phenomenon as "foreign language", outlines andragogical challenges in teaching and learning.

Keywords: andragogy, linguistic personality, nationality, subjectless, boundless nature, intrinsic heterogeneity, basic invariant educational missions, tools of andragogical support.

"Andragogy is the art and science of helping adults to learn" [Knowles, M.]

It has become quite common to consider studying foreign languages in higher school as the key to success for future life shaping: a good command of a foreign language is a marked criterion for getting an attractive job position. In this respect teaching **English** as a foreign language (**EFL**) has placed itself on a shortlist. The following article is aimed to analyze how well the above-mentioned assumptions about studying and teaching English to adults work in higher school.

Nowadays the consideration of language-wise education is generally shared by the language teaching world community, as it profoundly builds on numerous theoretical and practical papers, statistical data, scientific research, values and beliefs. Yet there are questions to ask and answers to be found. The opening paragraph of this article presents a ready-made line of discussion points: **teaching** a foreign language (English) **successfully** is **# 1**; teaching **adults** in higher school (**andragogy**)⁶ – **a problem in itself!** – is **# 2**.

⁵ **Zhavoronkova Irina A.** – Candidate of Philology, Associate Professor of the Department of General Educational Disciplines. Higher Business School "MIRBIS" (Institute). Ul. Marksisiskaya, 34/7, Moscow, 109147, Russian Federation. E-mail: irina.zhavoronkova@mail.ru

⁶ Andragogy = from Old Greek = Andros [a man, an adult] + Agogein [lead, bring up]

The two issues only seem to be simple because most of the already given professional answers so far have stated the importance of mastering a language for academic purposes: as a system of linguistic phenomena to be learnt and used properly; linguists have considered using a foreign language as an instrument to communicate; treated a foreign language as the means of getting and exchanging information globally, and also as the method to advance one's social and professional positions. **The paradox is that everything mentioned above is absolutely true and at the same time somewhat misleading!** The point is that all these functions of a foreign language do not draw the full picture, they introduce its several significant components. The present small research by no means covers the topic, but hopefully makes an attempt to add some more relevant fragments to the general overview by considering the aforesaid **two points**.

1. Teaching a foreign language successfully. If to begin contemplating English (or any other Indo-European language) as an academic subject alongside with, say, physics, it becomes surprisingly clear that “English” is not so much a regular subject to study: rather it constitutes some aspects of human activities – mental, creative, social, which, in their turn, **model the so-called “linguistic personality”,** or in the Russian linguistic tradition **“secondary linguistic personality” (SLP)**⁷.

No other subject is able to claim such a possibility! Thus, to succeed in teaching English you should firstly embrace this unique noble task. Secondly, you should take into account its definite specific features that will hardly make your life as a language teacher easier. Of course, there is no question of trivial grammatical difficulties or lexical labors, we speak about the essence of **the unique phenomenon – “a foreign language”**. To begin with, it is necessary to single out **four essential and intrinsic peculiarities** that any living language possesses, namely:

1) **Any language** is part and parcel of its national culture. When taught or studied, **unlike other academic subjects, it demonstrates a nationality**, which manifests itself not only in pronunciation, and prosody, specifics of grammar and lexis, etc., but also in logics and **particular view of the world**. The classical example of contrasting linguistic ideology is the Russian/English opposition **“The glass is half empty vs. half full”** respectively.

2) Strictly speaking, **a foreign language** (here: **English**) which is taught and studied in higher school is **no academic subject**, since mastering the language, especially at an adult age, does not give a person practical, physical knowledge about the features of the world and objective reality. The language works as the means of forming, expressing thoughts, ideas and notions; it **reflects the objectivity**, while other academic subjects like mathematics, economics, chemistry, history, geography, etc. get into general patterns and trends of the material world. Thus, a foreign language in educational activities is **“subjectless”**⁸: it **transports** information and **mirrors** various features of the world. A logical question arises: how and what to teach? In this case the laborious but accessible tasks for a teacher in class are, firstly, to outline the students' linguistic needs and abilities; secondly, relate them with their professional claims; thirdly, build the educational training activities on human behaviors; as a result, shape a “secondary linguistic personality” [SLP]. The word “secondary” indicates a fresh view of the world when studying a foreign language. To fulfill this task, the format of training activities should be tailored for students to adopt the spirit, nerve and glory of the country which language they study; to share its culture, traditions; respect its history and be in the know of its present.

3) The next special characteristic of **English** (as well as of any other living language) is its **boundless nature**: the language constantly enjoys the infinite diversity of new lexis, grammatical structures, stylistic patterns and so on; it acquires novel properties and gets rid of obsolete elements; the language is most sensible to linguistic fashion trends and prefers “with-it” vocabulary. Being **a social phenomenon**, the language is easily subject to economic, political, cultural, religious and many other non-linguistic factors, let alone “seasonal” pedagogical theories and cutting-edge teaching techniques. Not to be lost in this bottomless ocean of diverse interacting causes and phenomena, both the teacher and the students should be pragmatically selective and reasonably limit the information flow, as well as the volume of target materials and skills.

4) Another peculiarity of English concerns its **intrinsic heterogeneity**. The language incorporates different **assorted aspects**: for example, phonetic models, language units, speech patterns, lexical constructions and grammatical paradigms; word building, stylistics and phraseology; speaking and writing competencies, “phonetic ear”, type of memory and temperament, personality type and thinking skills – all these various elements and aspects can hardly exhaust the extremely diverse image of the phenomenon which is generally known as the academic discipline “Foreign language”.

#2. Teaching adults – Andragogy.

1) A brief historical overview.

Like every respectable scientific thought **andragogy** originated in Ancient Greece and dates back to 3-4th century BC. Plato (427-347) BC and Aristotle (384-322) BC are supposed to be the fathers of the theory. Later in the middle ages the idea of teaching adults was developed into an overall educational system by an outstanding teacher and philosopher Jan Amos Komensky (1592-1668). Actually that was the birth of pedagogy. It is great that a new science practically stemmed from Komensky's scientific paper “An Open Door to Languages” (1631) which is still worth reading! In the middle of 18th century a German scientist and educator A. Kapp (1799-1869) offered the nomenclature of major andragogical terms and outlined the main principles. There

7 “Secondary linguistic personality” academician Vinogradov V.V. introduced the notion; the concept was further developed by Karaulov Y.N., 1987, 2010

8 “subjectless” – the concept was offered and developed by Prof. I.A. Zimnaya (1991), (2000) [1].

were some other attempts to construct “school for adults”⁹. But it was only in 1950 when Malcolm Knowles published in New York his pilot scientific work “Informal Adult Education”; and in 1970 a fundamental best-seller “The Modern Practice of Adult Education”[2]. Andragogy in Russia got the status of a pedagogical discipline and became popular in 70s when Prof. Zmeev S. I. plunged into the issue and in 2000 published the first in the country scientific work devoted to andragogy¹⁰. At present the school of andragogy in Russia is well recognized in the world and has made some considerable advances fostering its theoretical ground as well as methodology and practical application¹¹.

2) The content and framework of adult teaching.

The contemporary understanding of education goal assumes a directed information interaction of a man and the world, thus demanding to continue education life-long. However, a life-long format is hardly gradual and steady, since life makes its pragmatic corrections about the length, the aims, forms and learning content at each period. Educational needs are sizable and diverse, they grow with age in line with professional interests and demands. Yet, in spite of their variety, it is possible to single out **basic invariant missions** of modern education for adult students. They are as follows: a) shaping the view of the world (in our case it is a linguistic world image); b) intellectual and spiritual development; ability to work with information flows; c) communication culture in “a man to man” and “a man + a computer” patterns; d) mastering novel economic and social realia; e) studying and enlarging one’s own development capacity.

Speaking about adult students one should bare in mind that the very idea of “adulthood” in teaching still calls for clarity: averaged maturity rate varies from 18 to 65! This is the so-called socio-biological rate that accompanies a person from coming of age up to pension time. For an **andragogist** [a teacher for adults] a grown up student, first and foremost, is the one who a) comprehends one’s own “**ego**”; b) understands one’s own place and significant role in the world and society; c) an adult student is willing and capable to take responsibility for one’s own words, feelings and actions; d) has a realized need in self management and self development. Nowadays quite a young personality of 17-18 may enjoy such assets, while an older one may lack a good half of them. In other words, biological age does not matter so much as moral and intellectual maturity and social loyalty. Practice has shown that the optimum period for efficient adult learning is between 18 and 40. These are the years of person’s utmost activity and strain: vigorous life and career shaping, intellectual challenges and moral hesitations. A person is no longer a dependent follower (a child) but a self-governed player (an adult). In short the andragogical teaching paradigm is outlined by **Table 1**, as compared to a standard teaching approach.

9 www.eaea.org/; www.education.unesco.org

10 Zmeev S. I. “The Foundation of Andragogy”, Thesis for a Doctor’s Degree, M., 2000.

11 Bondarevskaya O. I., 1998; Kolesnikova I. A., 2003, 2007; Barvenko O. G., 2004; Kukuev A. I., 2009; Bim-Bud B. M., 2010; Popkova Y. M., 2010; Remisova S. V., 2010; Gromkova M. T., 2012; Chernayvskaya A. G., 2016, et al.

Table 1 – EDUCATIONAL TOOLS

CONVENTIONAL PEDAGOGIC SUPPORT	VS.	ANDRAGOGIC SUPPORT
AIM: Transmitted Knowledge	vs.	AIM: Transformed Knowledge
Linear process (T-SS)	vs.	Two-way process (T-SS)
Form-focused	vs.	Activity-focused
Teacher-centered	vs.	Student-centered
Teacher as the source of knowledge	vs.	Teacher as facilitator
Focus on delivery of knowledge	vs.	Process-and -skills oriented
Knowledge (result)-oriented	vs.	Proficiency-oriented

The logic of adult period shifts teaching **from explicit tools** in younger years – rules, drills, instruction – **to implicit techniques** like activity-focused or skills-oriented learning.

3) “Homo Discipulus” vs. “Homo Disciplinis”¹²

It’s common knowledge that teaching English (TEFL) cannot be interpreted apart from learning English (LEFL). Teacher/student tandem turns to be successful if a teacher is well aware of adult students’ fears and anxieties in the course of their study. Unfortunately, there are teachers who ignore this fact, they think that their class is grown up enough not to “play children games”. No games ever! It is obvious reality that **an adult student experiences an urgent need to study mixed with uncertainty, disbelief in personal abilities**, even panic to fail in public. If it is so, most students try to screen such feelings and hide them behind skepticism, critique, dismay and even offence or arrogance. How to cope with such a bouquet of phobias?

The teacher’s best guides here are a) calculated **motivating optimism** that must underline classroom activities; and

12 From Latin = “a learning man” vs. “a teaching man”.

b) thoughtful **individual analysis of the roots of adult student's worries**. In general, there are three major sources for education barriers at a mature age. First, psycho-physiological fears – “Am I apt for **studying EFL at my age?**” Second, socio-psychological factors like – “How can I [top manager, CEO, etc.] **downshift to schooling?**” Finally, an adult student is usually **demotivated by the previous LEFL experience**, he is habitually biased against studies, questions good results, is skeptical about his English teacher. To break these destructive stereotypes an andragogist has to know in detail the educational and professional needs of his students, their anticipations and learning preferences. **Table 2** shows how teaching activity preferences may usually answer to students' expectations.

Table 2 – **ANDRAGOGY & CLASSROOM FEEDBACK**

ANDRAGOGIST'S TECHNIQUES	VS.	ADULT STUDENTS' ANTICIPATIONS
Challenging interactive tasks	vs.	Trouble-free learning setting
Creative class assignments	vs.	Tasks to fit students' life experience
Reasonable accountability	vs.	Recognition of students' social status
High language standards	vs.	Quick progress, moderate effort
Monitoring of individual progress	vs.	Uneasy perception of personal setbacks
Group discussions, “round tables”, etc.	vs.	Freedom of expression and criticism

From **Table 2** it becomes evident what major challenges an andragogist is very much likely to face in class. Teachers guide and facilitate learning: if an andragogist clearly understands **how** his adult students learn and **what** techniques and **approaches** they are looking for, he will determine the entire philosophy of education: form appropriate teaching style, choose handy classroom techniques, find an individual approach. The British say: “Forewarned is forearmed”!

To sum up what has been written about essential intrinsic peculiarities of English as an academic discipline, it is necessary to emphasize once again its **complicated** and at times **controversial nature**. Being a linguistic system, English also manifests itself as **a unique umbrella phenomenon**: it is also a philosophic category (philosophy of mind); it embraces practical sociology; builds a lot on psychological assumptions and considers physical skills; integrates mathematics and IT practices; applies to history and geography; goes into politics and culture; debates fiction and documentary... There is no end to it...

Generally speaking, success in mastering a foreign language is most often determined by the satisfaction of students' learning and cognitive needs. Each student has an individual profile of characteristics, abilities and challenges; to succeed and to model a secondary linguistic personality an English teacher has at minimum to acquaint adult students with a new national mentality frame, with dissimilar walks of life, altered cultural preferences and various national habits, manners, beliefs and misconceptions.

The core of the teacher's challenges lies in **professional handling** the complex disposition of assorted language elements that function in unison but differ in endless linguistic paradigms, communicational patterns, their situational values and social after-effects.

* * *

P.S. What if the true key to success in teaching English to adult students is to motivate them to become “a bit Anglo – Saxon” themselves? Another challenge, isn't it?

References

1. Zimnyaya I. A. Lingvopsihologiya rechevoy deyatel'nosti. – M., 2000.
2. Knowles, Malcolm. “The Modern Practice of Adult Education”. – New York, 1970.

СОВРЕМЕННЫЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Международный научно-практический журнал "Вестник МИРБИС" ISSN 2411-5703 <http://journal-mirbis.ru/>
№ 2 (10) 2017 http://cs.journal-mirbis.ru/-/IVAs72nlacdGPXnGzBzt3w/sv/document/f8/ad/73/521295/113/2_2017VM.pdf?1502193596
URL статьи: http://cs.journal-mirbis.ru/-/MDeioDusY1U5m20dG_KORO/sv/document/c8/5a/6e/521295/98/56_63.pdf?1499350363

Статья опубликована:

Ссылка для цитирования этой статьи: Штефан А. Н., Киселев В. Д. Есть ли возможность у факультета зарабатывать на образовательных программах для магистров? [Электронный ресурс] // Вестник Московской международной высшей школы бизнеса (МИРБИС). – 2017. №2(10). С. 56-63. – Библиогр.: с. 8 (4 назв.). – Библиогр.: с. 62 (4 назв.). – URL: http://cs.journal-mirbis.ru/-/MDeioDusY1U5m20dG_KORO/sv/document/c8/5a/6e/521295/98/56_63.pdf?1499350363 (доступ свободный). Загл. с экрана. Яз. рус., англ.

УДК 338.314:378

Александр Штефан⁵, Владимир Киселев⁶

ЕСТЬ ЛИ ВОЗМОЖНОСТЬ У ФАКУЛЬТЕТА ЗАРАБАТЫВАТЬ НА ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ПРОГРАММАХ ДЛЯ МАГИСТРОВ?

Аннотация. Предложенная для обсуждения ситуация отражает российскую практику предоставления и реализации образовательных программ магистратуры. Образы персонажей и образовательных организаций – собирательные. Данный кейс в формате кейс-стади [1-3] – учебно-исследовательский материал. Названия образовательных организаций, групп, имен, фамилий, отчеств, должностей, сходства и прочие аналогии являются случайными и не имеют прямых прототипов. Авторами предложено несколько вариантов решения проблемы, возникшей при реализации образовательных программ магистратуры (очная форма). Показано, что способом преодоления тенденции к снижению коммерческого набора на очные магистерские программы с одновременным повышением качества подготовки будет тесное сотрудничество с работодателями.

Ключевые слова: рынок образовательных услуг, факультет управления, мотивация обучаемых, требования работодателей, контроль организации учебного процесса.

5 **Штефан Александр Николаевич** – кандидат философских наук, декан факультета управления Нижегородского института управления – филиала Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации. 603950, Российская Федерация, г. Нижний Новгород, пр. Гагарина, д. 46. E-mail: ashtefan2601@ya.ru

6 **Киселев Владимир Дмитриевич** – доктор делового администрирования, преподаватель МИРБИС (109147, Российская Федерация, Москва, ул. Марксистская, 34, корп. 7); преподаватель Института государственной службы и управления Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ; член Гильдии маркетологов; член АМБА. Москва, Россия. E-mail: f1f2f3f4@rambler.ru

Объект исследования. Внутренняя среда

Молодая женщина Калачева Алла Борисовна, кандидат наук, с пятилетним опытом работы в негосударственном вузе, принята на должность декана факультета управления филиала ведущего государственного вуза Российской Федерации.

Факультет управления – структурное подразделение филиала вуза, имеющее самостоятельный бюджет. Суть бизнес-модели факультета, в том, что его бюджет формируется за счет поступления средств, заработанных на деятельности приносящей доход (платные образовательные услуги: бакалавриат и очная магистратура).

Внешняя среда

Рынок образовательных услуг в регионе достаточно развит, магистерские программы по направлениям подготовки факультета управления реализуются, во-первых, в региональном Университете со столетней историей, завоевавшим доверие среди потребителей образовательных услуг, во-вторых, филиалом крупнейшего научно-исследовательского университета, одного из лидеров международного рейтинга образовательных организаций, а также рядом отраслевых вузов, см. рис. 1.

Вузы-конкуренты предоставляют бюджетные и коммерческие места на образовательные программы.

Нестабильная экономическая ситуация в стране определяет повышение мобильности среди молодежи, желание уехать за границу или в столицу России. Экономическая стагнация обуславливает сокращение количества компаний в регионе, профицит выпускников магистратуры на рынке труда.

Ожидания выпускников магистратуры очного отделения от собственных инвестиций в магистерское образование не оправдываются. Мотивация магистрантов к обучению не высока: снижается посещаемость занятий, часть из них не завершает обучение. Многие бакалавры предпочитают устраиваться на работу, вообще не рассматривая магистратуру как необходимый инструмент в построении собственной карьеры.

Директор филиала Иванов Иван Иванович, генерал в отставке, реализуя требования головной организации, ориентирует декана на увеличение количества коммерческих магистрантов на программах факультета управления и сохранение контингента обучаемых на этих программах.

Таблица 1 – Обобщенная продуктовая матрица факультета управления

Виды деятельности Факультета	Продукты Факультета				
	ЦА ¹	За деньги клиента		Условно бесплатно для клиента	
		Товар	Услуга	Сервисное обслуживание	Идея дальнейшего применения
Виды основной деятельности					
Бакалавриат	2	3	4	-	5
Очная магистратура	6	7	8	-	
Проектная деятельность					
Заказные проекты	9	10	11	-	12

¹ ЦА – целевая аудитория, для которой осуществляется данная деятельность.

² ЦА – абитуриенты и их родители (родственники), иногда предприятие, которое направило на обучение.

³ Товар - набор инструментария и освоенных выпускником компетенций (уровень бакалавра), промежуточная и итоговая квалификации.

⁴ Услуга – организация процесса административной, учебной и научной деятельности для качественного освоения обучаемыми компетенций (уровень бакалавра) и итоговой квалификации выпускников.

⁵ Например, после окончания бакалавриата надо поступить в магистратуру на этом же факультете сейчас или немного позже, рекомендовать обучение факультете друзьям и знакомым в качестве привлекательной и обоснованной инвестиции в будущее обучаемого.

⁶ ЦА – бакалавры и их родители (родственники), иногда предприятие, которое направило на обучение.

⁷ Товар - набор инструментария и освоенных выпускником компетенций (уровень магистра) промежуточная и итоговая квалификации.

⁸ Услуга – организация процесса административной, учебной и научной деятельности для качественного освоения обучаемыми компетенций (уровень магистра) и итоговой квалификации выпускников.

⁹ ЦА – предприятия-заказчики, которые нуждаются в узкой и более тонкой специализации выпускников.

¹⁰ Товар – напр., финальные отчеты и/или продукты по завершённым заказным проектам.

¹¹ Услуга – напр., услуги по дополнительному консультированию, сопровождению.

¹² Например, мнение, что качество выполненных проектов очень высокое, что оно позволило заказчику получить желаемые дефицитные ресурсы. Следствие, будут сделаны другие заказы. При размещении следующего заказа на проект цена для заказчика будет не основным критерием.

Поле проблем

- Внутренний аудит качества подготовки магистрантов последних лет показывает отрицательную динамику уровня освоения необходимых компетенций.
- Участились рекламации со стороны работодателей на качество подготовки выпускников магистерских программ.
- Наблюдается тенденция увеличения востребованности выпускников бакалавриата с последующим их обучением в корпоративных университетах, то есть «затачивание» работника работодателями под себя.
- Выявлена устойчивая тенденция к снижению коммерческого набора на очные магистерские программы факультета.
- Снижаются показатели конкурса на бюджетные места на очные магистерские программы факультета. Зафиксировано сокращение бюджета факультета, тем самым уменьшаются инвестиции в кадровый потенциал преподавателей, реализующих очные магистерские программы.
- Средства бюджета факультета не позволяют реализовывать собственные проекты, что снижает привлекательность магистерских программ.
- Парадокс 1. Работодатели не платят факультету управления и другим вузам-конкурентам за потребляемую продукцию (квалифицированных выпускников), но предъявляют весьма жесткие претензии к тематике и качеству обучения. Они часто не в состоянии публично и корректно объявить свои конкретные кадровые потребности, взять на себя обязательства трудоустройства подготовленных, в соответствии с их пожеланиями, специалистов.
- Парадокс 2. Ситуация в стране и мире меняется достаточно быстро. Следствие, любое долговременное обучение – это обучение вчерашним, неактуальным и неликвидным на рынке труда, компетенциям, как бы они не были сегодня четко прописаны работодателями и преподавателями.
- Выбранная проблема из поля проблем – преодоление тенденции к снижению коммерческого набора на очные

58 Есть ли возможность у факультета зарабатывать на образовательных программах для магистров?

магистерские программы факультета с целью обеспечения финансовой стабильности факультета управления с одновременным повышением качества подготовки.

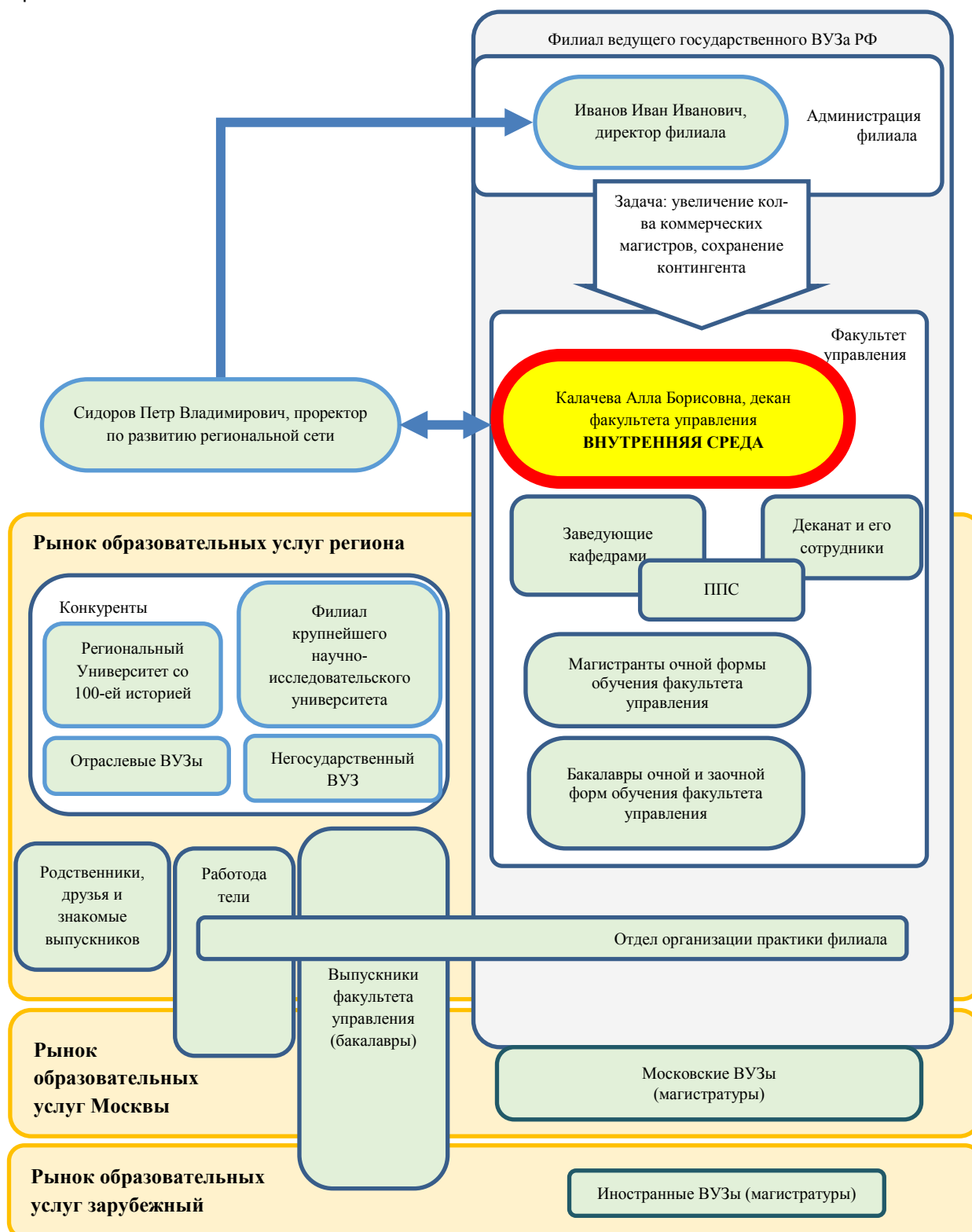


Рис. 1 – Ситуация, сложившаяся для декана Калачевой Аллы Борисовны

Выбранная проблема из поля проблем – преодоление тенденции к снижению коммерческого набора на очные магистерские программы факультета с целью обеспечения финансовой стабильности факультета управления с одновременным повышением качества подготовки...

Выбранная проблема определяет поле задач:

Повысить востребованность магистерских программ факультета управления среди выпускников программ бакалавриата.

Повысить качество подготовки магистрантов с формированием компетенций, востребованных на рынке труда.

Повысить лояльность работодателей к выпускникам магистерских программ факультета управления.

Усовершенствовать магистерские программы факультета управления с учетом требований работодателей-заказчиков.

Провести комплекс мероприятий по обеспечению бюджетного и коммерческого набора на магистерские программы факультета управления.

Выбранная задача – изменить содержание магистерских программ факультета управления с учетом запросов работодателей-заказчиков.

Список персонажей, краткое описание ролей. Калачева Алла Борисовна, 31 год, кандидат экономических наук, декан факультета управления филиала ведущего вуза России; Иванов Иван Иванович, директор филиала ведущего вуза России, генерал в отставке, доктор философских наук, доцент, 58 лет; группа заведующих кафедрами факультета управления, кандидаты экономических наук (средний возраст – 50 лет); Петрова Ирина Владимировна, заведующая отделом организации практик филиала; проректор по развитию региональной сети Сидоров Петр Владимирович, доктор экономических наук, профессор, 60 лет; профессорско-преподавательский состав (ППС); магистранты очной формы обучения факультета управления (в основном женщины, возраста 22-24 года); бакалавры очной и заочной форм обучения факультета управления (возраст от 17 до 23 лет); выпускники филиала вуза и других вузов региона; работодатели региона (финансовый сектор, государственный сектор, IT-сектор, консалтинг, торговля); группа, деканат и его сотрудники.

Время и место, для которых предлагаются решения – 2016 год, Приволжский Федеральный округ, крупнейший город округа.

Таблица 2 – Цели, заявленные Калачевой А. Б.

Ресурсы Динамика цели	Физические				Психологические			
	Время	Пространство	Материалы	Драйверы изменений	Люди	Информация	Технологии	Драйверы изменений, деятельность
Существенное увеличение	1							
Увеличение	2			3	4, 5, 6	7		
Сохранение				8, 9	10			
Снижение								
Существенное снижение								

¹ Время взаимодействия факультета с работодателями региона должно быть существенно увеличено.

² Решение поставленной в кейсе задачи потребует от Калачевой А.Б. дополнительных временных затрат (вероятно, за счет сокращения личного времени и делегирования полномочий подчиненным).

³ Повысить расходы на рекламную компанию по набору обучающихся на программы магистратуры.

⁴ Способствовать повышению уровня лояльности работодателей путем модернизации образовательных программ магистратуры на основании запросов заинтересованных работодателей.

⁵ Укрепить авторитет декана факультета у директора филиала и сотрудников деканата.

⁶ Способствовать развитию ППС (за счет решения задач адаптации программ к требованиям рынка труда).

⁷ Репутация факультета, как и филиала в целом, на рынке образовательных услуг должна возрасти.

⁸ Удержать финансовую стабильность факультета управления, которая находится в зоне неопределённости, так как результаты набора можно только прогнозировать.

⁹ Зарплатная плата сотрудников факультета должна быть, как минимум, сохранена.

¹⁰ Не допустить возможного снижения уровня доверия со стороны заведующих кафедрами и ППС из-за возрастания нагрузки на них при переработке образовательных программ магистратуры.

60 Есть ли возможность у факультета зарабатывать на образовательных программах для магистров?

Выбранный персонаж – Калачева Алла Борисовна, декан факультета, перед которой поставлена задача сохранения контингента обучаемых и увеличения количества коммерческих магистрантов на программах факультета. От ее действий зависит содержание образовательных программ факультета, она координирует связи факультета с работодателями, принимает решение об отчислении студентов очной формы обучения.

Предпочтения Калачевой А. Б. для решения задачи, выбранной из «Поля задач»

Ценности – высокий собственный профессионализм, честность, использование прозрачных инструментов в достижении целей, объективность, добросовестность, независимость, коммуникабельность.

Цели Калачевой, которых ей надо достичь приведены в таблице 2.

Поле возможных решений декана факультета управления филиала Калачевой А.Б.:

Решение 1. В стиле «Уклонение». Калачева, понимая сложность решения поставленной задачи, перекладывает ответственность за изменение содержания магистерских программ факультета управления на заведующих кафедрами, процесс выстраивания отношений с работодателями – на отдел организации практики филиала. Контроль за качеством магистерской подготовки не осуществляется. **Риски принятого решения:** высокий риск невыполнения поставленной задачи изменить содержание магистерских программ факультета управления с учетом запросов работодателей региона, недоверие со стороны директора филиала, риск потери репутации как профессионала своего дела. **Возможности:** показать директору филиала, что решение поставленной задачи невозможно только силами факультета управления, необходимо привлекать все подразделения филиала, вести системную работу по взаимодействию со студентами и работодателями. **Бюджет принятого решения:** рост расходов, администрация филиала может предоставить дополнительные ресурсы (временные, финансовые, трудовые). **Последствия принятого решения (горизонт 1-2 года):** карьерный проигрыш декана факультета, усиление контроля со стороны директора филиала за работой деканата, снижение управляемости на факультете.

Решение 2. В смешанном стиле «Сотрудничество», «Уклонение», «Соперничество». Калачева разрабатывает систему мероприятий по сотрудничеству с работодателями, включению проектных работ по заказу работодателей в учебные планы магистерских программ, сведения о конкурентных преимуществах которых должны быть доведены до сведения студентов бакалавриата. Заведующие кафедрами и отдел практики организации филиала не участвуют в процессе. Деканату следует усилить контроль за организацией учебного процесса магистрантов, в частности, разработать систему дисциплинарных воздействий за непосещение занятий. **Риски принятого решения:** возможна нехватка трудовых и временных ресурсов, риск потери репутации декана как профессионала своего дела, высокий риск принятия ошибочных единоличных решений; риск противодействия со стороны заведующих кафедрами, не привлеченных к решению задачи; высокая вероятность увеличения количества отчисляемых студентов магистратуры. **Возможности:** укрепить свой авторитет в глазах директора филиала как профессионала, способного решить поставленную задачу собственными силами, повысить финансовую стабильность факультета управления за счет сокращения затрат на управленческий аппарата кафедр (за счет объединения кафедр). **Бюджет принятого решения:** сокращение расходов, администрация может предоставить материальное поощрение декану факультета управления при успешном выполнении поставленной задачи. **Последствия принятого решения (горизонт 1-2 года):** единовременное материальное поощрение, повышение лояльности директора филиала к декану факультета управления, снижение управляемости на факультете.

Решение 3. В стиле «Сотрудничество». Калачева разрабатывает систему мероприятий по сотрудничеству с работодателями, включению проектных работ по заказу работодателей в учебные планы магистерских программ. Она прорабатывает корневые компетенции факультета и ППС, конкурентные преимущества учебных программ, четко формулирует ключевые факторы успеха в отрасли факультета и его выпускников (бакалавров и магистров). Доносит всё это через деканат и ППС до студентов бакалавриата. Декан факультета привлекает заведующих кафедрами и отдел организации практики филиала к изменению содержания очных магистерских программ, координирует их работу. Просит директора филиала оказать финансовую поддержку на проведение серии мероприятий с работодателями, использует бюджет факультета на развитие проектной работы. Магистранты выбирают перечень организаций – работодателей, с которыми взаимодействует вуз и факультет. **Риски принятого решения:** нехватка финансовых и временных ресурсов на решение поставленной задачи, возможное противостояние отдела организации практик филиала, риск непонимания работодателями организационной структуры филиала, нежелание крупных работодателей взаимодействовать с отделом организации практики, инфантильность магистрантов. **Возможности:** высокая вероятность успешного решения поставленной задачи директора филиала изменить содержание магистерских программ факультета управления с учетом запросов работодателей региона, возможность укрепить свой авторитет в глазах директора филиала и заведующих кафедрами как профессионала, рост интереса магистрантов в проектной деятельности и к обучению в магистратуре. **Бюджет принятого решения:** увеличение затрат. **Последствия принятого решения (горизонт 1-2 года):** повышение лояльности работодателей к выпускникам магистерских программ факультета управления, повышение конкурса на очные магистерские программы, рост числа коммерческих студентов.

Решение 4. В смешанном стиле «Сотрудничество», «Соперничество», «Уклонение». Калачева анализирует сложившуюся

ситуацию и отправляет результаты анализа проректору по развитию филиалов Сидорову П. В. минуя директора филиала. В своем анализе она предлагает изменить стратегию филиала, сделав «крен» в пользу набора на программы бакалавриата с дальнейшим закрытием невостребованных и неэффективных программ магистратуры. Текущую ситуацию с качеством магистерского образования она решает не менять. **Риски принятого решения:** невыполнение задачи, поставленной директором филиала, риск потери доверия со стороны директора и, возможно, проректора по развитию региональной сети, риск потери работы. **Возможности:** изменение стратегии филиала вуза по развитию образовательных программ в сторону сокращения магистерских программ и увеличению набора на программы бакалавриата, повышение лояльности со стороны проректора по развитию региональной сети. **Бюджет принятого решения:** не изменится. **Последствия принятого решения (горизонт 1-2 года):** закрытие невостребованных и неэффективных программ магистратуры, повышение финансовой стабильности факультета, удовлетворение текущих запросов рынка труда по обеспечению выпускниками бакалавриата.

Решение 5. В смешанном стиле «Уклонение» и «Соперничество». Калачева, понимая сложность решения поставленной задачи и считая ее невыполнимой в современных условиях, пишет письмо проректору по развитию филиалов Сидорову П. В. с жалобой на необоснованные требования директора филиала. **Риски принятого решения:** невыполнение задачи, поставленной директором филиала, риск потери доверия со стороны директора филиала и, возможно, проректора по развитию региональной сети, карьерный крах декана факультета. **Возможности:** изменение стратегии филиала по развитию образовательных программ в сторону сокращения магистерских программ и увеличения набора на программы бакалавриата, повышение лояльности со стороны проректора по развитию региональной сети. **Бюджет принятого решения:** не изменится. **Последствия принятого решения (горизонт 1-2 года):** проверка филиала со стороны проректора по развитию региональной сети, кадровые перестановки в составе филиала.

Таблица 3 – Итоговая матрица решений Калачевой Аллы Борисовны

Персонаж или группа	Стиль решения (стратегии)											Итого:
	Сотрудничество	Сотрудничество + Соперничество	Соперничество	Соперничество + Уклонение	Уклонение	Растворение + Уклонение	Растворение	Сотрудничество+ Растворение	Сотрудничество+ уклонение	Соперничество + Растворение	Компромисс	
Студенты магистранты	3р		2р, 4р		4р							4
Студенты бакалавриата	2р, 3р, 4р		2р									4
Заведующие кафедрами	3р				1р, 2р							3
Отдел организации практики	3р				1р, 2р							3
Работодатели региона	2р, 3р				1р							3
Директор филиала	3р		5р		4р							3
Проректор по развитию филиалов	4р, 5р											2
Деканат			2р									1
ППС												0
Выпускники филиала												0
Родители, друзья												0
Итого (решений):	11	0	5	0	7	0	0	0	0	0	0	23

Рефлексия и оценка акцентуаций предложенных решений

Обозначения: символы 1р, 2р ... означают, что этот тип стратегии присутствует в первом и втором решении относительно данного персонажа. Ячейки таблицы 3, залитые серым цветом, означают не предложенные решения; вероятно, они не были продуманы.

Вывод по таблице 3: Решения Калачевой А.Б. преимущественно ориентированы на студентов бакалавров

62 **Есть ли возможность у факультета зарабатывать на образовательных программах для магистров?**

и магистрантов, во вторую очередь, на заведующих кафедрами, отдел организации практики филиала, работодателей региона и директора филиала. Выпускники бакалавриата, их родители и друзья (как потенциальные клиенты), ППС – персонажи, для которых решения по каким-то причинам не предложены, т. е. управляющего воздействия на них оказано не будет или оно будет иметь непредсказуемо случайный характер. Из одиннадцати эталонных менеджерских стратегий преобладают решения в стиле «Сотрудничество» и «Уклонение». Присутствует стиль «Соперничество». Проработано только три стиля из одиннадцати возможных.

Выбранное решение и кратко причина такого выбора – третье решение полностью соответствует ценностям и целям Калачевой А.Б. и, с высокой вероятностью, приведет к решению поставленной задачи.

Способы контроля реализации выбранного решения:

Метрика финансовая – величина и динамика увеличения бюджета факультета управления. *Метрика отношений* – лояльность работодателей, магистрантов, бакалавров, директора филиала, проректора по развитию региональной сети и заведующих кафедрами. *Метрика правоотношений* – договоры о сотрудничестве с работодателями.

Заключение

В условиях критичного снижения коммерческого набора, возникшего у факультета при реализации образовательных программ очной магистратуры, потребовалась проработка вариантов разрешения этой управленческой ситуации, концептуальная модель которой представлена на рисунке 1 и отражает её сложность. Предложено поле альтернативных решений и приемлемое для декана решение. Следует отметить, что итоговая матрица решений (таблица 3) оказалась полупустой. Вероятно, требуется более глубокая маркетинговая проработка внутренней и внешней сред факультета, в частности, уточнение продуктовой матрицы, применение инструментария коммуникаций маркетинга.

Исследовательский вопрос из заголовка статьи имеет, вероятно, положительный ответ.

Литература

1. Киселев В. Д. Российские кейсы в жанре кейкис // Маркетинг услуг. – 2014. – №1(37). – С. 22–48.
2. Киселев В. Д. Смысловой драйвинг по целям и ценностям, заявленным клиентом // Стратегический менеджмент – 2015 – №3 – С. 226-246.
3. Киселев В. Д. Технология написания проектного кейса в жанре «кейкис» // Научные исследования и разработки. Социально-гуманитарные исследования и технологии. – 2015. – № 4(13). – С. 7-14.
4. Штефан А. Н. Фиксация хода образовательного процесса и формирование индивидуального портфолио обучающегося // Вестник Московского гуманитарно-экономического института. Актуальные проблемы науки и практики современного общества. Москва. – 2016. – №2. – С.57-61.



Alexander Shtefan⁷, Vladimir Kiselev⁸

IS IT POSSIBLE TO HAVE THE FACULTY GAIN ON EDUCATIONAL PROGRAMS FOR THE MASTERS?

Abstract. The situation suggested for discussing reflects the Russian practice of providing realization of educational magistracy programs. The images of the characters and of the educational institutions are collective ones. This case study format in KEYKIS [1-3] is a teaching and research material. The names of different educational institutions, groups, names, surnames, patronymics, positions, similarities, and other analogues are random and have no direct prototypes. The authors have proposed several solutions to the problem appeared during the realization of the educational magistracy programs (full-time). A close cooperation with the employers is demonstrated to be the optimal variant of overcoming the tendency to decreasing of commercial enrollment to the full-time magistracy programs in parallel with the improving the quality of training.

Key words: market of educational services; faculty management; motivation of the students; requirements of the employers; control over the organization of the educational process.

⁷ **Shtefan Alexander N.** – Candidate of Philosophical Sciences, dean of the Faculty of Nizhny Novgorod Institute of Management – the branch of The Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration. Pr-t. Gagarina, 46, Nizhniy Novgorod, 603950, Russian Federation. E-mail: ashtefan2601@ya.ru

⁸ **Kiselev Vladimir D.** – Doctor of Business Administration, lecturer of MIRBIS (ul. Marksistskaya, 34/7, Moscow, 109147, Russian Federation) and lecturer of Institute of Public Administration and Management of the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration; a member of the Guild of Marketing; a member of the AMBA. Moscow, Russia. E-mail: f1f2f3f4@rambler.ru

References

1. Kiselev V. D. Russian cases in the genre keykis // *Marketing uslug*. 2014, no. 1(37), pp. 22-48.
2. Kiselev V. D. Semantic driving on the objectives and values declared by the client // *Strategicheskij menedzhment*. 2015, no. 3, pp. 226-246.
3. Kiselev V. D. Technology of writing the design case in the genre of "keykis" // *Nauchnye issledovaniya i razrabotki. Social'no-gumanitarnye issledovaniya i tekhnologii*. 2015, no. 4(13), pp. 7-14.
4. Stefan A. Fixation of the course of the educational process and the formation of an individual portfolio of the trainee // *Actual problems of science and practice of modern society*. Moscow Humanitarian-Economic Institute. 2016, no. 2, pp. 57-61.

СОВРЕМЕННЫЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Международный научно-практический журнал "Вестник МИРБИС" ISSN 2411-5703 <http://journal-mirbis.ru/>
№ 2 (10) 2017 http://cs.journal-mirbis.ru/-/IVAs72nlacdGPXnGzBzt3w/sv/document/f8/ad/73/521295/113/2_2017VM.pdf?1502193596
URL статьи: http://cs.journal-mirbis.ru/-/4tPGrkL2ZT4aw5ZGh00URg/sv/document/12/7a/59/521295/99/64_72.pdf?1499350363

Статья опубликована:

Ссылка для цитирования этой статьи: Алексеева Е. А., Киселев В. Д. Подготовка факультета к внутреннему аудиту перед плановой проверкой [Электронный ресурс] // Вестник Московской международной высшей школы бизнеса (МИРБИС). – 2017. №2(10). С. 64-72. – Библиогр.: с. 71 (4 назв.). – URL: http://cs.journal-mirbis.ru/-/4tPGrkL2ZT4aw5ZGh00URg/sv/document/12/7a/59/521295/99/64_72.pdf?1499350363 (доступ свободный). Загл. с экрана. Яз. рус., англ.

УДК 378.12

Елена Алексеева⁹, Владимир Киселев¹⁰

ПОДГОТОВКА ФАКУЛЬТЕТА К ВНУТРЕННЕМУ АУДИТУ ПЕРЕД ПЛАНОВОЙ ПРОВЕРКОЙ

Аннотация. В статье, оформленной в формате КЕЙКИС [2-4], проанализирована ситуация, возникающая в процессе подготовки к плановой проверке Рособнадзора образовательной организации высшего образования (ООВО), которая осуществляется в форме федерального государственного контроля качества образования. Обсуждается подготовка к внутреннему аудиту и сопротивление профессорско-преподавательского состава процессу приведения рабочих программ дисциплин и других учебно-методических материалов в соответствие с новыми (в очередной раз) Положениями ООВО в «кратчайшие сроки».

Ключевые слова: Федеральный государственный контроль качества образования; стратегия образовательной организации высшего образования на региональном рынке образовательных услуг; система оценивания результатов образовательной деятельности; конфликт интересов профессорско-преподавательского состава кафедр и Администрации ООВО; управление сопротивлением персонала.

⁹ **Алексеева Елена Анатольевна** – кандидат ист. наук, доцент, преподаватель Института государственной службы и управления РАНХиГС (119571 г. Москва, просп. Вернадского, д. 82); член Гильдии экспертов в сфере профессионального образования. Москва, Россия. E-mail: ea.alekseeva@migsu.ru

¹⁰ **Киселев Владимир Дмитриевич** – доктор делового администрирования, преподаватель МИРБИС (109147, Российская Федерация, Москва, ул. Марксистская, дом 34, корп.7); преподаватель Института государственной службы и управления Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ; член Гильдии маркетологов; член АМБА. Москва, Россия. E-mail: f1f2f3f4@rambler.ru

Объект исследования. Внутренняя среда

Декан факультета экономики и финансов (Факультет) Института экономики, менеджмента и права (ИЭМП) Иванова Надежда Никитична – энергичная женщина, недавно избранная на эту должность, переживающая первый "аккредитационный" период карьеры в качестве декана. Факультет – структурное подразделение типичной образовательной организации высшего образования.

Внешняя среда

Сложившаяся на факультете система отношений между авторитетными представителями профессорско-преподавательского состава (ППС) и административно-управленческим персоналом (АУП) разбалансирована и дезориентирована постоянно меняющимися «правилами игры» в учебно-методическом обеспечении образовательного процесса, возрастающей аудиторной нагрузкой и невысокой оплатой труда, усилившимся давлением со стороны Администрации ИЭМП в связи с близостью плановой проверки. АУП факультета замучен всем и вся.

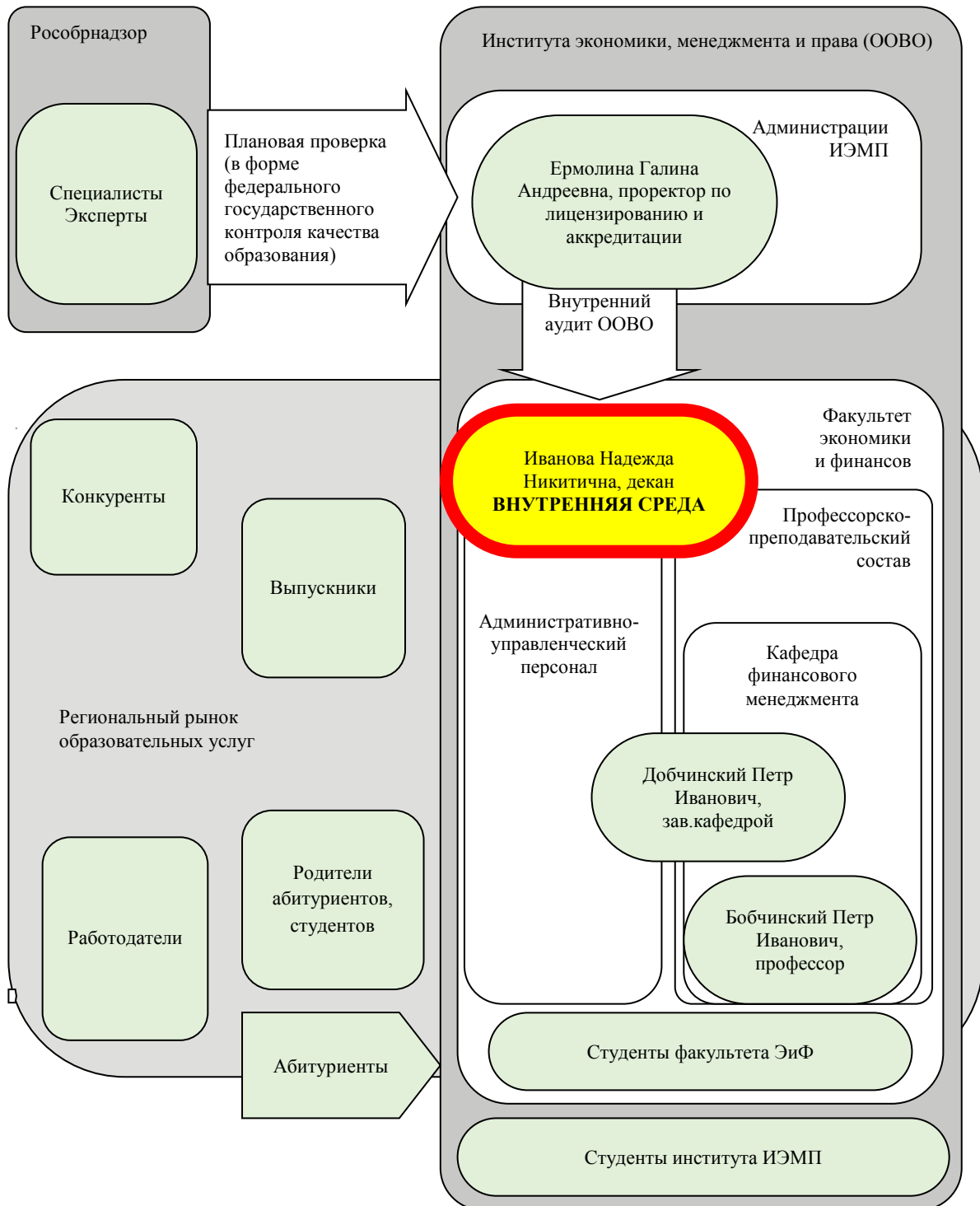
Принятие Федерального закона РФ "Об образовании в Российской Федерации", N 273-ФЗ от 29.12.2012, ФГОС 11 ВО-3 и ФГОС ВО3+ диктуют необходимость ООВО соответствовать новым требованиям. Перспективы принятия ФГОС ВО 3++ и ФГОС ВО 4 определяют понимание того, что эти изменения не последние.

Перечень объектов, подлежащих плановой проверке Рособнадзора, известен. Ведущую роль в нем играет учебно-методическая документация и «кадровая справка». Образовательной организации необходимо учитывать демографические и экономические факторы, неблагоприятно влияющие на рынок образовательных услуг области. Снижение количества выпускников школ, и снижение реальных денежных доходов населения в структурный кризис, даже при положительном исходе проверки, не позволяют строить радужные прогнозы для ИЭМП на ближайшие 2-3 года. По этой причине нельзя на подготовку к проверке израсходовать весь запас прочности образовательной организации, все имеющиеся ресурсы для подготовки к ней. Растет конкуренция на рынке образовательных услуг области со стороны других ООВО, низкие показатели «мониторинга эффективности» предшествующего года определяют выработку администрацией ИЭМП новой конкурентной стратегии.

11 Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования.

На основе анализа факторов внешней среды (макроуровень) администрация ИЭМП выбирает стратегию на повышение качества образования через внедрение системы оценивания результатов образовательной деятельности (СОРО), связанной с разработкой регламентов каждого этапа образовательного процесса, с разработкой масштаба и шкал оценивания, внедрением бально-рейтинговой системой (БРС) и т. д. Это направление деятельности в ИЭМП контролирует проректор по аккредитации и лицензированию Ермолина Г. А., опытный администратор и эксперт в сфере образования, практически отошедшая от педагогической деятельности.

Рис. 1 – Ситуация, сложившаяся для декана Ивановой Надежды Никитичны



Ермолина Г. А. и её рабочая группа разрабатывают регламенты этапов формирования и реализации образовательных услуг и шкалы оценивания. Близость плановой проверки Рособрнадзора определяет жесткие для всех сроки приведения в соответствие учебно-методической и организационной документации – 1 месяц.

Постоянное **изменение регламентов** и положений, приводящее к необходимости «переписывать» учебно-методические материалы по все новым правилам вызывает сначала недовольство, а затем и открытое **сопротивление** ППС, особенно

возрастных, заслуженных, авторитетных заведующих кафедрами и профессоров.

Фронду на факультете возглавляет профессор Бобчинский П. И., его аргументы просты и понятны: все эти «бумажки» никакого отношения к качеству образовательного процесса не имеют. С его точки зрения, чтобы изменить качество образования необходимо увеличить проходной балл ЕГЭ для абитуриентов, «чтобы было кого учить»; поднять заработную плату преподавателям, «чтобы было кому учить»; наладить отношения с предприятиями для реальной практики, «чтобы было, для кого учить»; освободить от «писанины» ППС и тогда требовать качества. Он отказывается переписывать «в десятый раз» рабочую программу дисциплины, а в ответ на прямое давление отвечает: «А если хотите уволить – увольняйте; придет конец вашей "главной бумажке"».

«Главная бумажка» – приложение 5 ОП ВО – основа основ «кадровой справки». Зав кафедрой Добчинский Петр Иванович не выступает открыто, но в целом разделяет точку зрения своего коллеги, Бобчинского П. И., он просит администрацию ИЭМП не торопиться с решениями: «Доктора экономических наук у нас в губернии на дороге не валяются».

На их позицию ориентируется коллектив кафедры и факультета.

Перед деканом факультета предстает следующее **«Поле проблем»**. Иванова Н. Н. должна подготовить факультет к плановой проверке Рособнадзора и должна это сделать, опираясь на новые внутривузовские регламенты, но пока это не получается. Иванова Н. Н. хотела бы, но не может противостоять давлению проректора, поскольку новые внутривузовские регламентные документы приняты, их необходимо исполнять и подготовиться к внутреннему аудиту с их учетом. Иванова Н. Н. хочет остаться в хороших профессиональных и человеческих отношениях со своими бывшими учителями, нынешними подчиненными Бобчинским П. И. (научным руководителем кандидатской диссертации декана) и Добчинским П. И. (научным консультантом и зам. председателя диссертационного совета), но конфликт объективно неизбежен. Они действительно квалифицированные специалисты, и действительно основа Приложения 5 ОП ВО. Иванова Н. Н. в ближайшие 2-3 года хочет защитить докторскую диссертацию, поэтому идти на прямой конфликт с зам. председателя и научным консультантом (об этом не сказано выше) ей не хочется. Иванова Н. Н. понимает, что с точки зрения развития ситуации на рынке образовательных услуг N-ской губернии, ей неоднократно понадобится помощь и поддержка коллектива, ей хочется прекратить Фронду и убедить, что выстраивание системы оценки результатов образовательной деятельности имеет смысл и преимущества. Стратегию своего конструктивного и результативного поведения она не сформулировала.

Выбранная проблема из «Поля проблем» такова: Иванова Н. Н. должна подготовить факультет к внутреннему аудиту перед плановой проверкой Рособнадзора, но пока у неё этого не получается.

Выбранная проблема определяет «Поле задач». Иванова Н. Н. должна:

1. Предпринять все возможное для подготовки учебно-методической и организационной документацию факультета к внутреннему аудиту.
2. Преодолеть открытое сопротивление ППС в ходе процесса перестройки на новые регламенты.
3. Минимизировать различные проявления оппортунистического поведения в ходе подготовки к внутреннему аудиту.
4. Повысить свой авторитет у руководства.
5. Получить поддержку коллектива для дальнейшей работы (повысить лояльность ППС и АУП).
6. Сохранить хорошие профессиональные и человеческие отношения с Бобчинским П. И. и Добчинским П. И.
7. После прохождения внутреннего аудита стать более самостоятельной в принятии решений по подготовке к плановой проверке и разработке регламентов по Факультету.
8. После прохождения внутреннего аудита приобрести дополнительные ресурсы (финансовые) для подготовки к плановой проверке.
9. В процессе подготовки убедить АУП и ППС, что принятые внутривузовские регламенты системы оценки результатов образовательной деятельности (СОРО) как инструментарий обладает большим потенциалом, и активнее задействовать коллектив в разработке регламентов.
10. В процессе подготовки сберечь «свой ресурс».

Список персонажей участвующих в разворачивании противоречий ситуации:

Иванова Надежда Никитична, декан факультета экономики и финансов ИЭМП, кандидат наук, доцент, 42 года; Ермолина Галина Андреевна, проректор по лицензированию и аккредитации ИЭМП, доктор педагогических наук, доцент, 48 лет; Добчинский Петр Иванович, зав. кафедрой финансового менеджмента, доктор наук, профессор, 65 лет; Бобчинский Петр Иванович, профессор кафедры финансового менеджмента, доктор наук, 59 лет; студенты факультета; родители студентов; выпускники и их работодатели; специалисты и эксперты, реализующие проверку Рособнадзора.

Выбранным персонажем стала Иванова Надежда Никитична, декан факультета экономики и финансов, ответственная за прохождение факультетом (объекта исследования) внутреннего аудита качества и последующей плановой проверки Рособнадзора образовательных программ. Именно от ее действий зависит, в какой форме будет проходить управление

сопротивлением персонала, удастся ли руководству ООО убедить персонал (ППС и АУП) в верности избранной стратегии по достижению конкурентных преимуществ на рынке образовательных услуг и успешно пройти плановую проверку Рособнадзора.

Таблица 1 – Цели, значимые для Цели Ивановой Н. Н.

Выбранная задача из «Поля задач»: Ивановой Н. Н. необходимо подготовить учебно-методическую и организационную

Динамика цели \ Ресурсы	Физические				Психологические			
	Время	Пространство	Материалы	Драйверы изменений, энергии, в т.ч. деньги	Люди	Информация	Технологии	Драйверы изменений, Деятельность
Существенное увеличение								
Увеличение	1			2	3, 4, 5, 6, 7	8		
Сохранение	9		10	11	12, 13	14		
Снижение	15							
Существенное снижение								

¹ Время на внедрение новых регламентов должно быть увеличено.

² Заработная плата должна вырасти.

³ Развитие сотрудников Факультета (ППС и АУП).

⁴ Повышение адаптивности персонала к изменяющимся условиям сферы.

⁵ Увеличение значения и роли Факультета и его руководителя в ИЭМП.

⁶ Укрепить авторитет у Администрации ИЭМП, АУП и ППС Факультета.

⁷ Декан должна получить больше формальных прав и информации для принятия решений на уровне ИЭМП по Факультету и Институту в целом.

⁸ Репутационный капитал у Факультета на рынке образовательных услуг должен вырасти, так же как авторитет его руководителя.

⁹ Уложиться в сроки: до внутреннего аудита – 1 месяц, до начала плановой проверки – еще 3 недели.

¹⁰ Материальная база для реализации целей персонажа должна быть увеличена.

¹¹ «Неопределенность» будущей компании по набору и прохождения проверки заставляет Администрацию ИЭМП осторожничать с премиальными и «стимулирующими».

¹² Учебный процесс не останавливается из-за проверок, все заняты текущими делами. Необходимость проводить занятия, готовиться к чтению новых дисциплин, публиковаться, выступать на конференциях, работать с дипломниками и аспирантами, готовиться к новой приемной и выпускной компаниям, оформлять документы к текущей, промежуточной, итоговой аттестации делает практически невозможным привлечение «дополнительных сил».

¹³ Люди должны быть сохранены.

¹⁴ Не проводить (из-за временных ограничений нет возможности) повышение квалификации по системе СОРО.

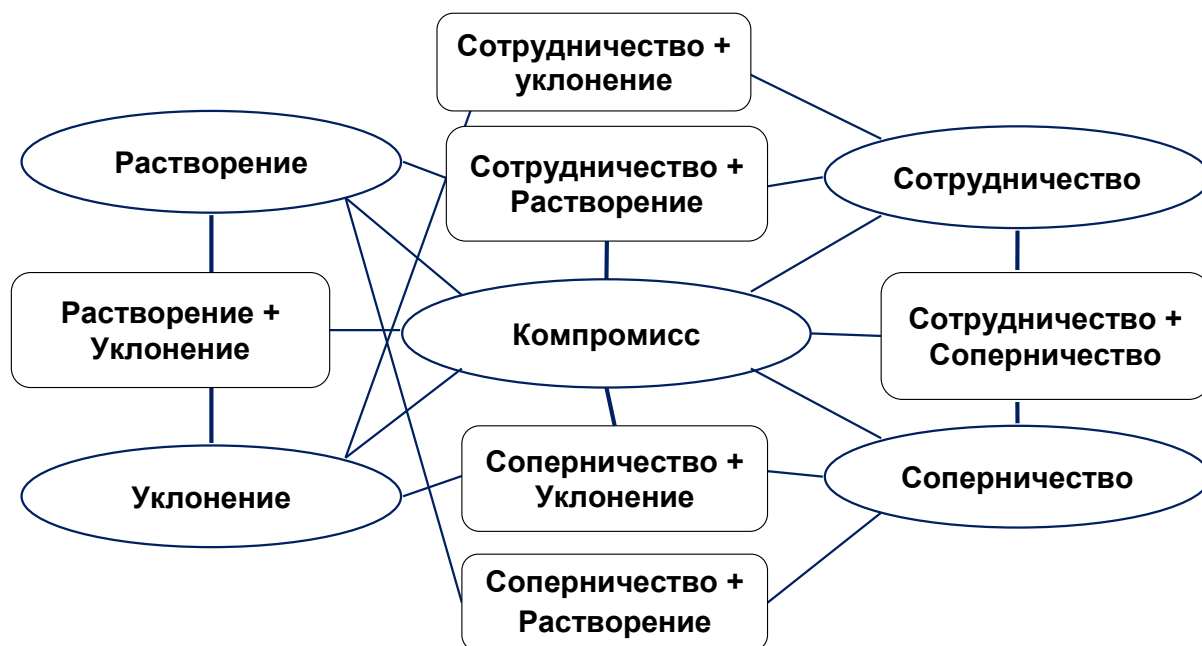
¹⁵ Личное время Ивановой Н. Н., оторванное от семьи и для написания докторской диссертации, время аспирантов, студентов и наиболее уязвимых по разным причинам преподавателей и специалистов, личные обязательства перед привлекаемыми к работе людьми, «свой кошелек» – личные денежные средства.

документацию факультета в соответствии с принятыми внутривузовскими регламентами системы оценки результатов образовательной деятельности в сжатые сроки.

Среди ценностей Ивановой Н. Н. можно выделить: развитие собственной управленческой квалификации; укрепление собственных позиций на факультете и повышение самостоятельности в ИЭМП в целом; удовлетворенность сотрудников факультета (ППС и АУП), качество предоставляемых факультетом образовательных услуг; удовлетворенность работодателей; удовлетворенность студентов и родителей качеством образовательных услуг. Цели Ивановой Н. Н. обозначены в таблице 1.

Необходимо сформулировать цели Ивановой Н. Н. в процессе решения выбранной задачи из «Поля задач», см. таблицу 1. Концептуальная модель эталонных менеджерских стратегий помогает создать «Поле эталонных решений (стратегий)». Опираясь на сетку Томаса – Килменна, рассмотрим, каким образом решаются задачи из «Поля задач» в рамках «эталонов».

Рис. 2 – Модель «Одиннадцать эталонных менеджерских стратегий (решений)»



Решение 1. В стиле «Растворение»: Иванова Н. Н. не идет на конфликт ни с Бобчинским П. И., ни с проректором до прохождения внутреннего аудита. Она готовится к проверке, используя «свой ресурс». **Риски** принятого решения: недостаточность временного ресурса для качественной подготовки, высокая степень проявления отлынивания и других форм оппортунистического поведения в процессе подготовки к проверке со стороны ППС и АУП, **«сверхиспользование»** собственного ресурса. **Бюджет** принятого решения: возможное увеличение расходов на подготовку к проверке, за счет «собственного кошелька», поскольку возникает необходимость поощрения участвующих в процессе подготовки к проверке, увеличения личных обязательств, но в перспективе возможна оптимизация за счет сокращения АУП и ППС, не разделивших «сверхнагрузку». При таком лояльном подходе к Фронде дополнительных средств администрация не выделит. **Последствия** принятого решения: (горизонт прогноза 1-2 года): высокие риски не пройти проверку, но если проверка будет пройдена, то лояльность ППС, АУП и Администрации повысится, человеческие и профессиональные отношения не пострадают, защита докторской диссертации приблизится.

Решение 2. В стиле «Уклонение»: Иванова Н. Н. может оформить больничный лист и переложить ответственность за подготовку к внутреннему аудиту на своих заместителей. **Риски** принятого решения: высокий риск не пройти ни внутреннюю, ни плановую проверку, недоверие со стороны администрации, ППС, АУП, «карьерный проигрыш». **Возможности:** показать администрации: в каком состоянии достался факультет – демонстрации «нулевой точки отсчета» управления. Администрация может предоставить дополнительные ресурсы, временные, финансовые, человеческие. **Бюджет** принятого решения: при благорасположении Администрации бюджет может быть увеличен. **Последствия** принятого решения (горизонт прогноза 1-2 года): «карьерный проигрыш», высокая степень контроля со стороны администрации, выбранная проблема не решена.

Решение 3. В стиле «Соперничество»: Иванова Н. Н. при проведении внутреннего аудита может «отступить» и не служить «буфером» между руководством кафедры финансового менеджмента и проректором Ермолиной Г. А., зная, что она примет жесткое решение в отношении заведующего кафедрой. **Риски** принятого решения: конфликт с Бобчинским П. И. и Добчинским П. И., вплоть до их ухода, Фронда уйдет в подполье – противоречия останутся, приложение 5 – под угрозой; утрата самостоятельности принятия решений; профессиональные и человеческие отношения пострадают. **Возможности** принятого решения: остальные зав. кафедрами «начнут шевелиться» – снижение издержек оппортунистического поведения; управленческие компетенции в стратегии «Соперничество» сформируются быстрее. **Бюджет** принятого решения: администрация, по настоянию проректора, скорее всего, увеличит бюджет подготовки к проверке. **Последствия** принятого решения (горизонт прогноза 1-2 года): проверка будет пройдена, лояльность ППС и АУП с уходом основных фрондеров

увеличится, перспективы защиты докторской диссертации отодвинутся, Ермолина Г.А. будет достаточно жестко вмешиваться во внутренние дела факультета.

Решение 4. В стиле «Сотрудничество». Иванова Н. Н. может реструктурировать формы заданий от проректора. Выделить из РПД те элементы, которые ни Бобчинский П. И., ни Добчинский П. И. сделать не откажутся в силу квалификации и профессиональной ответственности (тематические планы, практические задания, задачи обновления литературы и т. д.). Под лозунгом: «У вуза (никаких "ОО ВО"!) ответственный момент, прошлый «мониторинг эффективности» так плохо прошли» просить помочь другим программам, а также просить «подновить» положения о практиках, описание лабораторий. При этом не произносить слов «ОП ВО», «ФОСы» «ОО ВО», «формирование компетенций» и др. Просить использовать связи и авторитет для подписания договоров о практиках с работодателями и вовлечение практиков в процесс. Выделить в массиве задач те, которые соответствуют их позиции, их мнению о качественном образовании, но возможно далеки от должностных обязанностей. **Риски** принятого решения: недостаточность временного ресурса, очень высокие издержки поиска альтернатив («реструктуризация задач»). **Возможности** принятого решения: снижение издержек оппортунистического поведения, сохранение хороших человеческих и профессиональных отношений с Бобчинским П. И. и Добчинским П. И., внутренний аудит и проверка будут пройдены и, по некоторым позициям, с отличным результатом. **Бюджет** принятого решения: останется без изменений, явные и неявные издержки Ивановой Н. Н. возрастут. **Последствия** принятого решения (горизонт прогноза 1-2 года): проверки будут пройдены, управленческие навыки, связанные с адаптивностью, возрастут, авторитет у АУП, ППС, администрации возрастет, управляемость факультета упадет вследствие «размытости» должностных обязанностей, необходимость постоянного «ручного управления» отодвинет возможность подготовки докторской диссертации.

Решение 5. В стиле «Уклонение + растворение». Иванова Н. Н. может взять больничный лист, полностью уклонится от ежедневных выяснений отношений с проректором, зав. кафедрами, полностью отстраниться от текущей работы. В это же время Иванова Н. Н. формирует комплексы учебно-методической документации, используя «свой ресурс» (личное время, студентов, аспирантов, наиболее уязвимых по разным причинам специалистов и преподавателей, родителей «двоечников-прогульщиц», родителей студентов, претендующих на бюджетные места в магистратуре). **Риски:** высокие издержки отлынивания и других форм оппортунистического поведения в процессе подготовки к проверке; недоверие со стороны администрации. **Возможности** принятого решения: можно уложиться в сроки подготовки к внутреннему аудиту. **Бюджет** принятого решения: расходы возрастут, возможно, придется открывать свой кошелек, неявные расходы возрастут. **Последствия** принятого решения (горизонт прогноза 1-2 года): внутренняя проверка и проверка Рособнадзора будут пройдены факультетом и образовательными программами факультета, лояльность ППС, АУП, администрации по отношению к декану увеличатся, но как только речь пойдет о СОРО «поле проблем» будет воспроизведено.

Решение 6. В стиле «Соперничество + растворение». Иванова Н. Н., не афишируя, принимает сторону проректора и, прикрываясь ее авторитетным мнением, начинает «давить» на кафедру. Иванова Н. Н., пользуясь авторитетом проректора, переносит часть нагрузки по подготовке на другие кафедры, вызывая тем самым недовольство против Бобчинского П. И. и Добчинского П. И., «отрывая» от них преподавателя за преподавателем, кафедру за кафедрой. Чтобы другие кафедры успели к внутренней проверке, Ивановой Н. Н. опять придется использовать «свой ресурс». **Риски** принятого решения: конфликт с Бобчинским П. И. и Добчинским П. И.; потеря самостоятельности в принятии многих решений. **Возможности** принятого решения: снижение издержек, связанных с отлыниванием; можно уложиться в сроки подготовки к внутреннему аудиту, при ситуации скрытого соперничества зав. кафедрой, скорее всего, не уйдет. **Бюджет** принятого решения: администрация ИЭМП, по предложению Ермолиной Г. А., скорее всего, увеличит факультету ресурсы на подготовку. **Последствия** принятого решения (горизонт прогноза 1-2 года): внутренняя проверка и проверка Рособнадзора будут пройдены, но ситуация в менее острой форме будет воспроизводиться при следующих проверках, потеря самостоятельности в принятии многих решений – Ермолина Г.А. постоянно будет вмешиваться.

Решение 7. В стиле «Уклонение + соперничество». Иванова Н. Н. может оформить больничный лист и переложить ответственность за подготовку к внутреннему аудиту на зав. кафедрами факультета. Большинство заведующих кафедрами, оставшись без буфера – декана, не пойдут на прямой конфликт с администрацией ИЭМП. **Риски** принятого решения: недостаточность временного ресурса, срыв подготовки к внутреннему аудиту, недоверие со стороны АУП и ППС – высокие издержки оппортунистического поведения. Конфликт проректора с П. И. Бобчинским и П. И. Добчинским неизбежен. **Возможности** принятого решения: стимулировать других зав. кафедрами к работе, сберечь свой личный ресурс для подготовки к плановой проверке. **Бюджет** принятого решения: Ермолина Г. А. убедит администрацию увеличить бюджет подготовки. **Последствия** (горизонт прогноза 1-2 года): внутренняя проверка будет провалена, но проверка Рособнадзора будет пройдена, открытое сопротивление подавлено, но ситуация будет воспроизводиться в будущем, высок риск потери самостоятельности.

Решение 8. В стиле «Уклонение + сотрудничество». Иванова Н. Н. может взять больничный лист до внутренней проверки, продемонстрировать администрации «нулевую точку отсчета» управления – до ее прихода были только проблемы, которые привели к провалу внутренней проверки. Пока она находится на больничном, реструктуризировать задания проректора (см. Решение 4. «Сотрудничество»). **Риски** принятого решения: временной ресурс ограничен, существует возможность не успеть подготовиться к плановой проверке; на начальном этапе велик риск оппортунистического поведения, высокие издержки поиска альтернатив. **Возможности** принятого решения: пройти плановую проверку, повысить авторитет у всех участников процесса АУП, ППС и администрации, снизить конфликтность ситуации. **Бюджет** принятого решения: возможно возрастет. Администрация предоставит дополнительные финансовые ресурсы, неявные издержки снизятся. **Последствия** принятого решения (горизонт прогноза 1-2 года): если проблема подготовки и проверки будет решена, то это хорошее начало для разрешения большинства проблем «поля проблем», издержки поиска альтернатив у руководителя все время будут высокими, перспектива защиты докторской диссертации отодвинется.

Решение 9. В стиле «Сотрудничество + растворение». Иванова Н. Н. реструктуризирует задания проректора (см. Решение 4. «Сотрудничество») для кафедры финансового менеджмента и для других кафедр. Модель «Сотрудничество» ориентирована на то, что каждый делает то, что лучше умеет, больше любит, во что верит, а кто ничего не делает, ничего не любит, ни во что не верит – тот уходит. Достаточный массив работы остается свободен от желающих, и Иванова Н. Н. разрабатывает это «непаханое поле» за счет «своего ресурса», работает на соединении сделанного, на координации делающих. **Риски** принятого решения: должностные обязанности «размываются», без основного генератора Ивановой Н. Н. модель фактически не работает, декан «черпает» свой личный ресурс, высокие издержки поиска информации. **Возможности** принятого решения: высокая степень подготовленности к проверкам, рост авторитета у администрации, АУП, ППС, снижение конфликтности ситуации, внедрение элементов СОРО. **Бюджет** принятого решения: возможно, возрастет. Администрация предоставит дополнительные финансовые ресурсы, имплицитные затраты повысятся, возможно, личные явные затраты также. **Последствия** принятого решения (горизонт прогноза 1-2 года): издержки поиска альтернатив у руководителя все время будут высокими, защита докторской отодвинется на неопределенный срок, задачи в «поле задач» будут решены, «поле проблем» «реструктуризируется».

Решение 10. В стиле «Соперничество + сотрудничество». Иванова Н. Н. может пойти на конфликт с Ермолиной Г. А.: «меньше чем за 2 месяца перед проверкой «правила игры» менять чрезвычайно опасно». Факультет будет готов и к внутреннему аудиту, и к плановой проверке, но по «старым» регламентам. Подавляя внутреннее сопротивление, Иванова Н. Н. будет особо подчеркивать тот момент, что она противостоит администрации ИЭМП, но по «старым» регламентам все должно быть отработано и давно готово, иначе «как же вы, уважаемые, руководили кафедрами?». Готовясь к внутренней проверке по «старым» регламентам, у Ивановой Н. Н. будет возможности и временной ресурс внедрять элементы СОРО. **Риски:** недовольство администрации, дополнительные ресурсы никто не предоставит, «свой ресурс» будет задействован, но в меньшей степени, чем в остальных вариантах, высокие издержки поиска информации (см. решение 4-е Сотрудничество). **Возможности** принятого решения: повысить лояльность АУП и ППС, урегулировать открытый конфликт, снизить издержки от отлынивания и других форм оппортунистического поведения, внедрить элементы СОРО не революционным путем, а постепенно. **Бюджет** принятого решения: администрация помогать не будет, явные и неявные затраты возрастут. **Последствия** принятого решения (горизонт прогноза 1-2 года): издержки поиска альтернатив у руководителя все время будут высокими, подготовка и защита докторской отодвинется на неопределенный срок, задачи в «поле задач» будут решены, лояльность администрации все время нужно будет подтверждать, дополнительные ресурсы будут выделять для факультета по остаточному принципу.

Решение 11. В стиле «Компромисс». Иванова Н. Н. может пойти на компромисс частично уступит всем сторонам конфликта, но и в свою очередь потребует. Потребуется у зав. кафедрами весь комплекс учебно-методического обеспечения по «старым» регламентам. Скорее всего, что-то будет не готово на сегодняшний день, поэтому можно будет воспользоваться этим моментом, чтобы «нажать» на кафедры: «Я ничего сверх естественного и нового не прошу, прошу предоставить мне все, что должно было обеспечивать работу». Придется основную массу работы по переделке на новые регламенты переложить на АУП, скорее всего весь временной ресурс декана уйдет на то, чтобы показать АУП, что нужно делать, поскольку самый опытный методист и специалист будут нуждаться в образцах и шаблонах. Ермолину Г. А. придется убеждать снизить требования по прохождению внутренней проверки. Все немного недовольны сложившимся положением, но градус конфликта снижается. **Риски** принятого решения: текущая работа в деканате, на кафедрах и учебной части будет парализована. Для снижения риска можно оставить АУП одной из кафедр (или программ) дежурной, чтобы как-то обеспечить учебный процесс. Новые регламенты будут восприниматься ППС и АУП по-прежнему «ненужной писаниной», не имеющей никакого отношения к качеству образования. **Возможности** принятого решения: проверка внутренняя и внешняя будут пройдены, без

блеска, но добротню, управленческие навыки в рамках этого решения формируются быстро, основательно и в правильном направлении – каждый должен выполнять «должностные инструкции», проблемы должны решаться системно, а не в ручном режиме, авторитет у администрации, ППС и АУП возрастет. **Бюджет** принятого решения: администрация помогать не будет, но и свой кошелек не придется открывать. **Последствия** принятого решения (горизонт прогноза 1-2 года): после прохождения проверки необходимо будет все начинать сначала – основная масса проблем из «Поля проблем» решена не будет.

С учетом ценностей персонажа останавливаемся на решении 9, стратегия «Сотрудничество + растворение». В результате реализации этой стратегии большинство задач из «поля задач» будет решено и «поле проблем» изменится. Однако, данная стратегия связана с постоянным «вычерпыванием» ресурса Ивановой Н. Н., для декана стратегия связана с существенными собственными затратами, временными, энергетическими и материальными. Рассмотрим решения, в рамках которых решено по восемь задач из «Поля задач» – это стратегии 4-я, 8-я, 11-я. Первая из них также связана с существенными затратами «своего ресурса», поэтому ее не рассматриваем. В 11-ой стратегии не решена задача, связанная с внедрением элементов системы оценки результатов образования, а именно ее решение способствовало выходу Факультета на новый уровень, изменило бы «Поле проблем». В 8-ой стратегии не решена выбранная задача из «Поля задач» – Факультет не пройдет внутреннюю проверку, однако этот гамбит будет способствовать решению других задач из «Поля задач», вполне можно пожертвовать решением задачи номер один. И все же именно 9-я стратегия более всего будет способствовать достижению целей выбранного персонажа: развитие сотрудников факультета (ППС и АУП), повышение его адаптивности к изменяющимся условиям сферы, увеличение значения и роли факультета и его руководителя в ИЭМП.

Заключение

В итоге выбрана 9-я стратегия «Сотрудничество + растворение». Однако предоставляем читателю возможность выработать и принять другое решение в качестве оптимального на основе его собственных экспертных замеров.

Литература

1. Федеральный закон РФ «Об образовании в Российской Федерации» от 29.12.2012 № 273-ФЗ.
2. Киселев В. Д. Инструментарий описания слабо формализованных проблемных и рискованных ситуаций // Проблемы анализа риска. – 2010. – том 7. – № 1. – С. 136–147.
3. Киселев В. Д. Российские кейсы в жанре кейкис // Маркетинг услуг. – 2014. – №1(37). – С. 22–48.
4. Киселев В. Д. Технология написания проектного кейса в жанре «кейкис» // Научные исследования и разработки. Социально-гуманитарные исследования и технологии. – 2015. – № 4(13). – С. 7-14.

Elena Alekseeva¹², Vladimir Kiselev¹³

PREPARATION OF THE FACULTY TO THE INTERNAL AUDIT BEFORE THE PLANNED INSPECTION

Abstract. The situation suggested for discussing reflects the Russian practice of providing realization of educational magistracy programs. The images of the characters and of the educational institutions are collective ones. This case study format in KEYKIS [1-3] is a teaching and research material. The names of different educational institutions, groups, names, surnames, patronymics, positions, similarities, and other analogues are random and have no direct prototypes. The authors have proposed several solutions to the problem appeared during the realization of the educational magistracy programs (full-time). A close cooperation with the employers is demonstrated to be the optimal variant of overcoming the tendency to decreasing of commercial enrollment to the full-time magistracy programs in parallel with the improving the quality of training.

Key words: market of educational services; faculty management; motivation of the students; requirements of the employers; control over the organization of the educational process.

¹² **Alekseeva Elena A.** – candidate of historical Sciences, associate Professor, lecturer (Institute of Public Administration and Management) of the RANEP, a member of the Guild of experts in the sphere of professional education. Pr-t. Vernadskogo, 82, Moscow, 119571, Russian Federation. E-mail: ea.alekseeva@migsu.ru

¹³ **Kiselev Vladimir D.** – Doctor of Business Administration, lecturer of MIRBIS (ul. Marksitiskaya, 34/7, Moscow, 109147, Russian Federation) and lecturer of Institute of Public Administration and Management of the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, a member of the Guild of Marketing. Moscow; a member of the AMBA. Russia. E-mail: f1f2f3f4@rambler.ru

References

1. Federal Law of the Russian Federation "On Education in the Russian Federation" no. 273-FZ of December 29, 2012.
2. Kiselev V. D. Toolkit for the description of poorly formalized problematic and risky situations // *Problemy analiza riska*. 2010. Vol. 7, no. 1, pp. 136-147.
3. Kiselev V. D. Russian cases in the genre keikis // *Marketing uslug*. 2014, no. (37), pp. 22-48.
4. Kiselev V. D. Technology of writing the design case in the genre of "keikis" // *Nauchnye issledovaniya i razrabotki. Social'no-gumanitarnye issledovaniya i tekhnologii*. 2015, no. 4(13), pp. 7-14.