Картографирование как исходный фрейм к дорожной карте познания стратегических перспектив развития

Mapping as an initial frame for a roadmap for understanding strategic development prospects

УДК 330
Получено: 14.04.2022 Одобрено: 27.04.2022 Опубликовано: 25.06.2022

Тебекин А.В.
Д-р техн. наук, д-р экон. наук, профессор, почетный работник науки и техники Российской Федерации, профессор кафедры Менеджмента Московского государственного института международных отношений (Университета) МИД России,
e-mail: Tebekin@gmail.com

Tebekin A.V.
Doctor of Technical Sciences, Doctor of Economics, Professor, Honorary Worker of Science and Technology of the Russian Federation, Professor of the Department of Management of the Moscow State Institute of International Relations (University) of the Ministry of Foreign Affairs of Russia,
e-mail: Tebekin@gmail.com

Тебекин П.А.
Главный эксперт отдела сопровождения информационных коммуникаций АО «Альфа-Банк»

Tebekin P.A.
Chief Expert of the Information Communications Support Department, Alfa-Bank JSC

Егорова А.А.
Ведущий специалист отдела технического маркетинга ООО «Научно-технический центр «Интайр»

Egorova A.A.
Leading specialist of the department of technical marketing of LLC "Scientific and technical center" Intayr

Аннотация
Рассмотрен процесс картографирования как исходный фрейм к дорожной карте познания стратегических перспектив развития, реализуемой в рамках когнитивной школы менеджмента Г. Саймона. С теоретических позиций показано, что при всем многообразии мнений в менеджменте относительно порядка событий, связанных с определением действия, обоснованием его целесообразности, утверждением действия, практическим осуществлением действия и т.д., картографирование является отправной точкой в понимании перспектив развития организации. При этом сам факт наличия карты в силу множества обозначенных причин является гораздо более значимым, чем полнота и точность ее содержания.

Ключевые слова: картографирование, фрейм, дорожная карта, познание, стратегические перспективы, развитие.

Abstract
The process of mapping is considered as an initial frame for the roadmap for cognition of strategic development prospects, implemented within the framework of G. Simon's cognitive school of management. From a theoretical standpoint, it is shown that with all the variety of opinions in management regarding the order of events associated with: defining an action, justifying its expediency, approving an action, practical implementation of an action, etc., mapping is the starting point in understanding the development prospects of an organization. At the same time, the very fact of having a map, for a variety of reasons, is much more significant than the completeness and accuracy of its content.
Keywords: mapping, frame, roadmap, knowledge, strategic perspectives, development.

Введение

В современных условиях преодоления мировой и национальной экономикой глобального кризиса 2020-х годов [21], большое внимание уделяется выбору наиболее эффективных стратегических подходов.

Существует достаточно большое количество подходов к описанию процессов стратегического развития экономических систем.

В частности, достаточно подробное описание получила авторская классификация методов формирования стратегий развития экономических систем, получившая отражение в работах [19, 24, 26, 30, 31] и представленная в табл. 1.

Таблица 1

Авторская классификация методов формирования стратегий развития экономических систем

№	Класс методов	Состав методов класса
1	Методы формирования стратегий развития экономических систем с позиций их рыночной конкурентоспособности [19]	Метод на основе теории абсолютных преимуществ А. Смита
		Метод на основе теории сравнительных преимуществ Д. Рикардо
		Метод на основе теории равновесия
		Метод на основе проведения рейтинговых оценок
		Метод на основе оценки качества продукции
		Метод на основе определения их конкурентного статуса
		Метод на основе теории эффективной конкуренции
		Метод на основе профиля требований
		Метод на основе многоугольника конкурентоспособности
2	Методы формирования стратегий развития экономических систем с позиций максимальной их адаптации к условиям внешней среды [31]	Метод на основе расчета рыночной доли компании
		Метод на основе SWOT-анализа
		Метод на основе SNW-анализа
		Метод на основе бенчмаркинга
		Метод на основе полярных профилей
		Метод на основе матрицы BCG
		Метод на основе матрицы Мак-Кинси
		Метод на основе PEST-анализа

3	Методы формирования стратегии развития экономической системы как комплекса направлений развития [26]	Комплексный многофакторный метод
		Метод оценки уровня синергии по матрице взаимной поддержки стратегических зон хозяйствования И. Ансоффа
		Метод SPACE-анализа
		Метод на основе модели Хофера-Шендела
		Метод на основе оценки нормы потребительной стоимости
		Метод на основе стратегии MCDONALD'S
		Метод на основе модели А. Томпсона и А. Стрикленда
		Метод на основе модели “ADL/LC” (Arthur D. Little / Life Cicle)
		Метод на основе модели «рынка лимонов» Дж. Акерлофа
4	Итерационные методы формирования и реализации стратегий развития экономических систем [30]	Метод кластерного анализа
		Метод стратегического управления Венсила- Лагранжа
		Метод оценки на основе цепочки ценностей М. Портера
		Метод оценки на основе трехмерной модели Д. Абеля
		Метод 5 «Р» стратегии (План - Прием - Принцип - Позиция – Перспектива)
		Метод сбалансированной системы показателей (Balanced scorecard, BSC)
		Модель SAPE (sensation-appreciate-priorities-execute)
		Метод оценки влияния прибыли на рыночную стратегию – метод ПИМС-анализа (PIMS — the Profit Impact of Market Strategy)

При этом классы методов формирования стратегий развития экономических систем, представленные в табл. 1, могут быть синхронизированы с фазами развития экономической активности в рамках экономических укладов (рис. 1) [32].

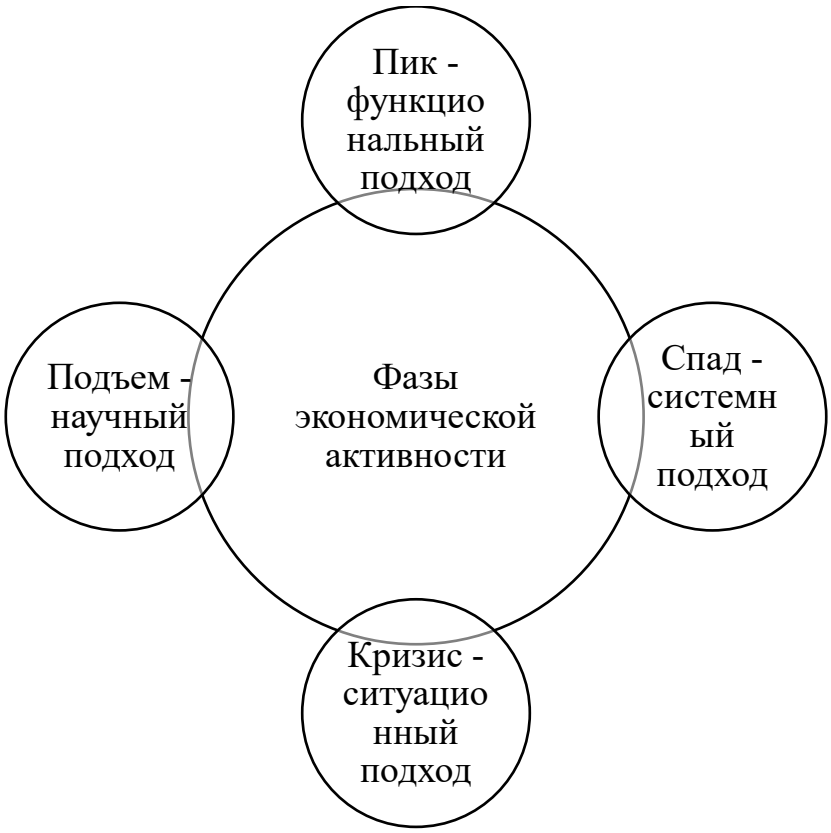

Рис. 1. Четырехфазная модель экономической активности организаций в рамках технологических укладов [32]

Широкое распространение получило семейство школ стратегического менеджмента и маркетинга, описанное Г. Минцбергом [13] (рис. 2) [28].

В семействе научных школ стратегического менеджмента и маркетинга, выделяемых Г. Минцбергом (рис. 2), применительно к современному историческому этапу заслуживает внимания рассмотрение когнитивной школы Г. Саймона, которую специалисты не без оснований рассматривают не только в качестве связующего звена между объективистскими и субъективистскими школами менеджмента (рис. 3) [22], но и видят когнитивные технологии в качестве базовых в рамках седьмого технологического уклада [12, 15, 27].

То есть положения когнитивной школы как школы, основанной на процессе познания, интеллектуального поиска, вполне могут быть рассмотрены в качестве методологической базы, формирования индуцирующего вектора выхода экономики из кризиса 2020-х годов, что и предопределяет актуальность исследования положений когнитивной школы менеджмента.

Цель исследования

Целью представленных исследований является рассмотрение процесса картографирования как исходного фрейма к дорожной карте познания стратегических перспектив развития, реализуемой в рамках когнитивной школы менеджмента Г. Саймона, с позиций использования этих положений для формирования методологии преодоления экономического кризиса 2020-х годов.

Методическая база исследований

Методическую базу исследований составили известные научные труды, посвященные изучению положений когнитивной школы менеджмента таких авторов, как Барр П., Стимперт Дж. [1], Вейк К. [9], Корнер П., Киницки А., Китс Б. [2], Куинн Дж. [6], Марш Д. [16], Минцберг Г., Альстранд Б., Лампель Ж. [13], Саймон Г. [3], Уотерс Дж. [5], Хафф Э. [4] и др.

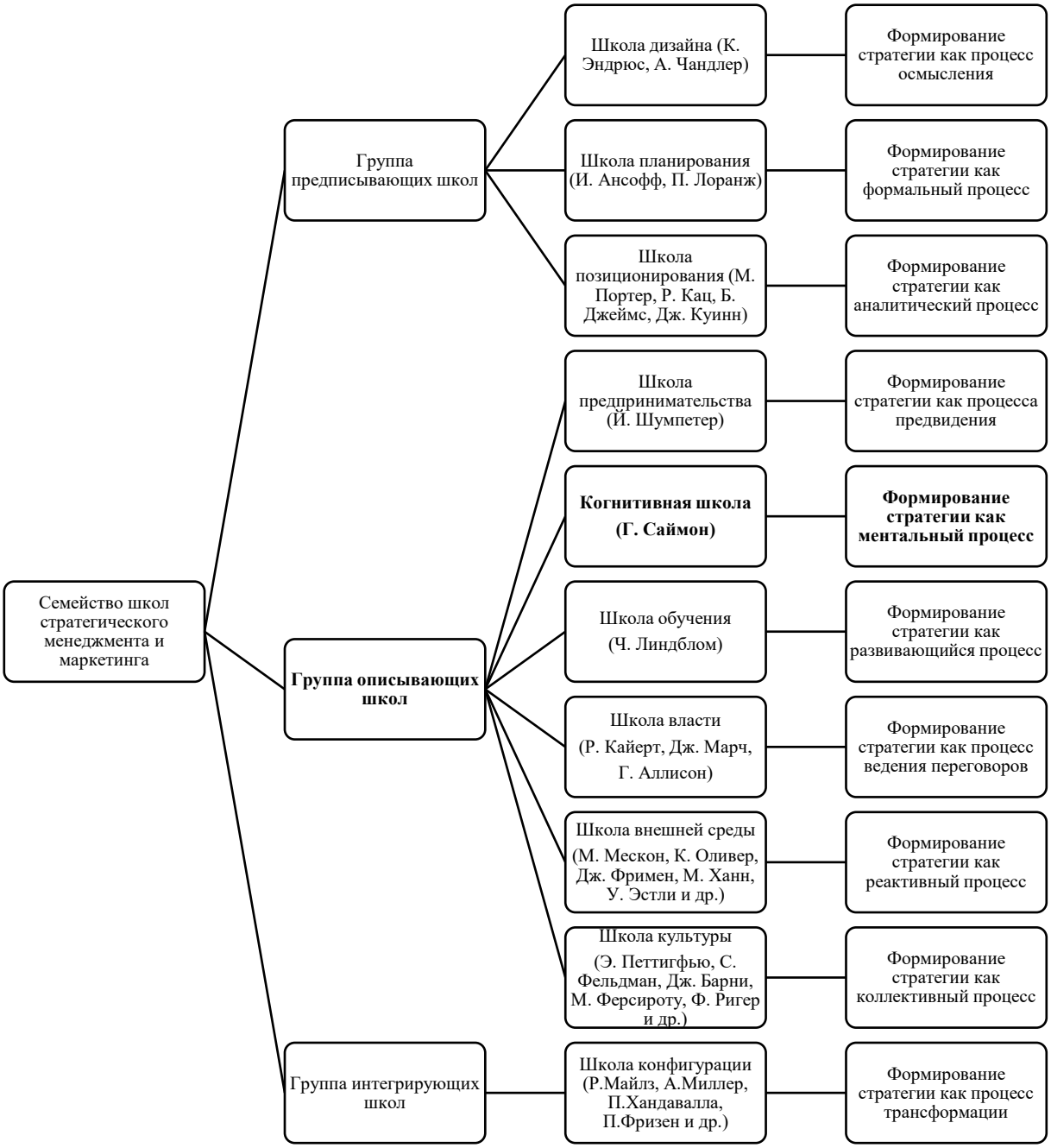

Рис. 2. Состав семейства научных школ стратегического менеджмента и маркетинга, выделяемых Г. Минцбергом [28]

Рис. 3. Когнитивная школа как связующее звено между объективистскими и субъективистскими школами стратегического менеджмента [22]

Методическую базу исследований составили также авторские труды, посвященные изучению положений когнитивной школы менеджмента [22, 25].

Основное содержание исследований

Как утверждают сторонники когнитивной школы стратегического менеджмента, при всем разнообразии траекторий построения стратегий развития общей их предпосылкой является «существование ментальных структур как предпосылкой стратегического познания, с помощью которых организуется знание» [13].

В качестве таких структур традиционно используются такие категории, как: интеллектуальная модель, информация, карта, план, понятие, смысл, схема, сценарий, фрейм и др., комбинация которых на примере модели параллельной обработки информации при принятии стратегических решений приведена на рис. 4 [2].

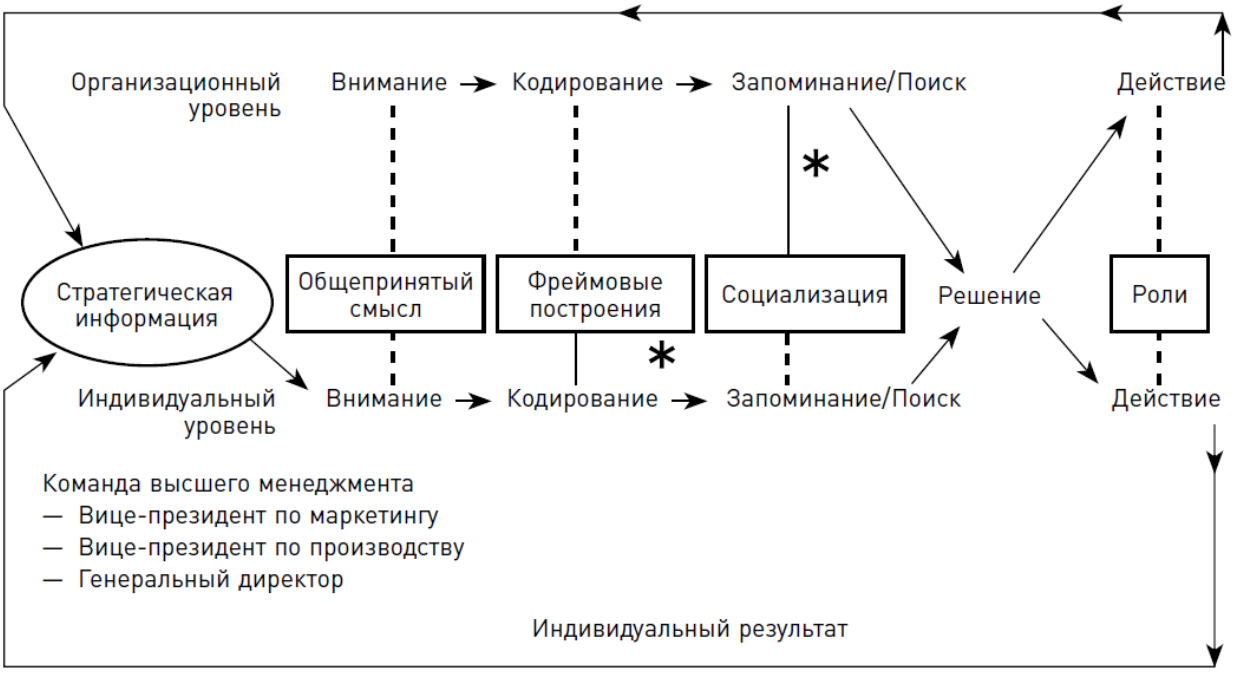

Рис. 4. Модель параллельной обработки информации как основа принятия стратегических управленческих решений в организации [2]

Если отталкиваться от понятия картография (происходящего от греч. χάρτης «бумага из папируса» + γράφειν «рисовать») как от науки об исследовании, моделировании и отображении пространственного расположения, сочетания и взаимосвязи объектов, явлений природы и общества [11], то термин картографирование, означающий процесс фиксации произведенных исследований (в том числе в отношении развития экономических систем), получил широкое распространение благодаря своей ассоциативной метафоричности.

При этом сторонники когнитивной школы Г. Саймона [3] рассматривают картографирование как процесс прохождения по малознакомой местности с помощью некой репрезентативной модели [13].

В этом смысле весьма показательна история, описанная К. Вейком [9], о том, как венгерское военное подразделение, совершая маневры в Альпах, смогло вернуться на базу лишь спустя два дня после заданного срока.

Произошло это из-за снежной бури.

Появившись на третий день после назначенного срока, солдаты объяснили, что думали, что из-за бури они заблудились, и уже ожидали конца, когда вдруг у одного парня в кармане нашлась карта местности.

Наличие найденной карты успокоило бойцов, которые разбили лагерь, который мог устоять в буран, держа в уме, что после окончания снежной бури они смогут, составив по карте маршрут, выйти в заданную точку дислокации.

Когда же принимавший доклад офицер решил взглянуть на эту спасительную карту, то он был поражен, поскольку это оказалась карта не Альп, а Пиренеев [9].

Мораль истории, описанной К. Вейком [9], сколь проста, столь и поучительна: если вы заблудились, то наличие любой карты (даже неверной) будет неизменно лучше, чем ее (карты) отсутствие.

Иначе говоря, наличие какого-то представления (в данном случае обеспечиваемое картой) гораздо лучше, чем не иметь никакого, поскольку:

- само осознание того, что у нас есть некая путеводная карта вселяет в нас уверенность в начале нашего пути;

- мы получаем представление (пусть даже и не точное) о том, как именно нам стоит действовать;

- наличие карты стимулирует нас к поиску такого решения, при котором наше движение к цели будет осуществляться наиболее предпочтительным образом.

Таким образом, карта служит прообразом восприятия процесса стратегического развития, в котором сотрудники (в первую очередь менеджеры) вехи будущих состояний управляемой системы. При этом по мере выявления расхождений фактической траектории движения с заданной на карте менеджеры начинают искать причины происходящих расхождений, начиная от опоры на собственный опыт и заканчивая использованием научных знаний в области управления (включая принципы, законы, методы и технологии анализа, оценки, синтеза решений и т.д.).

Следовательно, не меньшее значение, чем отметки на карте, имеют смысл и принципы стратегии развития [13].

Говоря о принятии управленческих решений на основе данных картографирования можно согласиться с мнением Минцберга Х. и Уотерса Дж. [5] о том, что на практике во многих случаях лица, принимающие решения, вначале определяются с действием, а затем лишь подводят под него обосновательную базу. Причем, как мы видим на практике, это касается не только микроэкономических аспектов, например, поглощение какой-то фирмы, о чем пишут Минцберг Х. и Уотерс Дж. [5], хотя и здесь масштабы сделок нередко исчисляются десятками миллиардов $. (достаточно вспомнить экономически не оправдавшие себя примеры поглощений компаниями Hewlett-Packard, Oracle, Google, Microsoft, Facebook, Del в 2001-2016 гг. [18]), но и макроэкономических аспектов, в основе которых чаще всего лежат политические решения, связанные:

- с отказом от экспорта или импорта того или иного товара;
- закрытием того или иного воздушного, наземного или морского пространства,
- и т.п.

Причем, пролонгируя мысль Минцберга Х. и Уотерса Дж. [5], можно заключить, что во многих случаях не только озвученное действие опережает то или иное его обоснование, но и еще оценка геополитэкономических последствий осуществления таких решений нередко плетется в самом конце логической цепочки.

Здесь достаточно вспомнить, что в силу неподъемности взятых на себя обязательств, опережающих оценку вероятных последствий, только за первые две недели июля 2022 г. об отставке со своих постов заявили премьер-министры двух крупнейших европейских государств – Великобритании (Борис Джонсон [10]) и Италии (Марио Драги [14]). И представляется, что в ближайшие месяцы следует ожидать и других подобных политических решений.

Так, издание The Telegraph сообщает о том, что канцлер ФРГ Олаф Шольц может потерять свою должность из-за усугубления энергетического кризиса в стране [8], к которому сам Шольц страну и подтолкнул своим решением.

Таким образом, как показывает практика, то или иное действие может совершаться без предварительного научно обоснованного решения о его целесообразности и эффективности.

Вот как прокомментировал процесс принятия управленческих решений один из топ-менеджеров General Motors: «Часто даже трудно точно сказать, кто и когда вынес то или иное решение или даже, кто предложил его идею… Зачастую я не знаю, когда в GM выносится решение. Я не могу четко сформулировать, как мы подходим к моменту голосования на совещаниях. Обычно кто-нибудь из присутствующих просто подводит черту под дискуссией. Остальные либо соглашаются, либо выдвигают собственные условия» [6].

При этом, когда менеджеры, принимающие решение в организации, приходят к консенсусу, то это явно далеко не худший вариант развития, поскольку действия в организации могут осуществляться и в отсутствие явного консенсуса [13].

В этой связи Минцберг Г, Альстранд Б., Лампель Ж. вспоминают историю о том, как высшее руководство одной европейской автомобильной компании пригласило консультантов, чтобы те выяснили, кто именно в их компании «решил» представить на рынке новую модель автомобиля [13].

При всей анекдотичности истории непонимания топ-менеджментом того – кто же все же принял управленческое решение (почти как по Аркадию Райкину: «Ребята! Кто сшил костюм?») виновных найти практически не удалось «за отсутствием состава преступления» [13], когда:

- одни участники предложили дизайн нового кузова;
- другие участники приложили к этой модели кузова инженерные расчеты;
- далее последовали как снежный ком новые решения – по бамперу, другим деталям, технологическим решениям по сборочным линиям, по рекламным компаниям и т.д.

При этом сам момент принятия решения оказался за скобками. Другое дело, что сама идея очевидно «витала в воздухе» несколько месяцев, вынашивалась высшим руководством. Очевидно, что руководители уже видели место реализации этой идеи на карте развития.

Таким образом, можно заключить, что фактически в любой организации с развитым бюрократическим аппаратом принято правило принятия решения, в рамках которого любому действию должна предшествовать определенная подготовка.

При этом формально принято считать, что решения принимают администраторы, а уже затем их выбор официально «санкционируется» высшим руководством, после чего это решение транслируется «вниз» для реализации.

Таким образом, при всей кажущейся спонтанности управленческие решения в организации нередко выступают неким искусственным, психологическим построением (точкой на карте), под которым подразумевается подготовка к действию. При этом, как отмечают Минцберг Г, Альстранд Б., Лампель Ж. – какой бы ни была подготовка к действию, само действие все равно может восприниматься исполнителям как малопонятное, а значит интерпретироваться последними, как бестолковое [13].

В любом случае в менеджменте, как и в географии целесообразно использование карт. При этом также как в географии различают общегеографические (физические – топографические, обзорно-топографические и обзорные) карты и тематические карты – карты природных явлений (ботанические, геологические, геофизические, гидрологические, дна мирового океана, климатические, метеорологические, океанографические, полезных ископаемых, почвенные, рельефа земной поверхности, физико-географических ландшафтов, физико-географического районирования и т.д.), общественно-политические карты (исторические, населения, политические, социально-географические, экономические (промышленности, рыбной промышленности, сельского хозяйства, транспорта и связи, и др.), в менеджменте также применяют различные карты, как по масштабам охвата, так и по содержанию (маркетинга, планирования, организации, координации, контроля, мотивации и т.д.)).

В общем случае Э. Хафф выделяет в школе познания [4]:

– когнитивные карты, определяющие для менеджеров наиболее важные факторы для принятия решений;

– и карты, которые отображают взаимоотношения между выделенными важнейшими факторами.

Когнитивные карты часто именуют схемами в соответствии с терминологией, заимствованной из когнитивной психологии [17].

Проблема при работе с этими картами обусловлена тем, что, с одной стороны, необходимо обеспечить должный режим их хранения, соблюдая режим корпоративной конфиденциальности, а, с другой стороны, обеспечить доступность этих карт для менеджмента компании в любой необходимый момент времени.

Принципиальное значение для работы с когнитивными картами в части их доступности является отображение о состоянии управляемой системы, планах ее развития и реализуемых процессах на различных уровнях, что позволяет менеджеру как индивиду, отталкиваясь от имеющегося в его распоряжении исходных данных, мысленно восстановить полную картину происходящих событий, восполняя пробелы в своих знаниях и понимании происходящих процессов.

Собственно, это касается и любой получаемой менеджментом корпорации деловой информации.

Так, например, получая информацию о пандемии COVID-19 [7], менеджеры анализируют ее с точки зрения вероятных политических, экономических, социальных и технологических последствий, например, на основе использования инструментов PEST-анализа, достраивая ожидаемую картину реализации хозяйственных процессов:

– как измениться спрос на продукцию?

– как изменятся цены на ресурсы?

– как повлияют на хозяйственную деятельность логистические ограничения (в том числе, касающиеся мобильности граждан)?

– как скажется пандемия на стабильности финансового рынка?

– и т.д.

Другое дело, что информация, получаемая в качестве источника для анализа, может предоставляться тенденциозно, ретушируя истинные причины кризиса [34].

Так, авторы данной статьи изначально рассматривали экономический кризис, разразившийся в 2020-м году как технологический, обусловленный закономерной сменой технологических укладов [29], руководствуясь логической цепочкой не PEST-анализа, а TESP-анализа [23], понимая, что именно технологические провалы, ведущие к провалам в экономике и росту социальной напряженности, ведут к поиску политических шагов оправдания возникшего кризиса [20], который продолжается до сих пор.

В любом случае лица, принимающие решения, ассоциируют полученные исходя из тех или иных когнитивных карт (схем) с определенными ожиданиями, когда, с одной стороны, карта достраивается новыми деталями, в том числе домысливаемыми, а, с другой стороны, если стройная картина («пазлы») не складывается, то возникают новые вопросы, требующие поиска ответов.

При этом следует отметить, что именно умение грамотно анализировать имеющуюся информацию и качественно генерировать управленческие решения во многом и определяют эффективность менеджмента.

Надо признать, что существенной проблемой при выработке управленческих решений многими менеджерами является то, что имеющиеся факты, которые не вписываются в схему их видения, игнорируются.

Для того чтобы избежать подобного рода ошибок, необходимо обратиться к более детализированным картам второго уровня по Э. Хафф [4], отображающим взаимосвязь между выделенными важнейшими факторами.

Следует отметить, что опытные менеджеры, как правило, дополнительно «держат в уме» так называемые каузальные (причинные) карты, олицетворяющие собой ментальные модели.

В этом смысле весьма наглядным является пример сравнения деятельности двух железнодорожных компаний (Rock Island и C&NW) за период с 1949 по 1973 г., описанный Барром П., Стимпертом Дж., Хафф Э. [1].

В примере показано [1], что стартовые условия функционирования двух ж/д компаний были очень схожи, но в итоге одна компания обанкротилась, а другая процветала.

При этом Барр П., Стимперт Дж. и Хафф Э. считают [1], что кардинальные различия в судьбе компаний Rock Island и C&NW были связаны именно с содержанием

каузальных карт внешнего окружения компаний, которыми руководствовались топ-менеджеры этих компаний.

Если изначально обе ж/д компании оправдывали низкую эффективность своей деятельности набором неуправляемых факторов (плохие погодные условия, низкая эффективность правительственных программ в сочетании с государственными ограничениями), то позже одна из компаний перефокусировалась с оправдания неудач на поиск на «маршрутных картах» путей их преодоления, увязав такие управляемые факторы как характер затрат, стиль управления и обеспечиваемая ими эффективность деятельности.

Фактически данный пример в очередной раз наглядно демонстрирует следующую закономерность экономической теории, связанную с использованием картографирования – участь компании, менеджмент которой, зацикливается на вопросе «кто виноват?» гораздо более незавидна на фоне компании, менеджмент которой сфокусирован на созидательном поиске ответа на вопрос «что делать?».

При этом, например, фактическое отсутствие в настоящее время национальной «Сттратегии-2030» [33] социально-экономического развития как дорожной карты развития отечественного хозяйственно-социального комплекса является камнем преткновения в обеспечении эффективности его развития в текущем десятилетии.

Обсуждение результатов и выводы

Проведенные исследования показали, что в современных условиях преодоления мировой и национальной экономикой глобального кризиса 2020-х годов большое внимание уделяется выбору наиболее эффективных стратегических подходов.

В семействе научных школ стратегического менеджмента и маркетинга применительно к современному историческому этапу заслуживает внимания рассмотрение когнитивной школы Г. Саймона, которую специалисты не без оснований рассматривают не только в качестве связующего звена между объективистскими и субъективистскими школами менеджмента, но и видят когнитивные технологии в качестве базовых в рамках седьмого технологического уклада.

То есть, положения когнитивной школы как школы, основанной на процессе познания, интеллектуального поиска, вполне могут быть рассмотрены в качестве методологической базы, формирования индуцирующего вектора выхода экономики из кризиса 2020-х годов.

Рассмотрение процесса картографирования как исходного фрейма к дорожной карте познания стратегических перспектив развития, реализуемой в рамках когнитивной школы менеджмента Г. Саймона, с позиций использования этих положений для формирования методологии преодоления экономического кризиса 2020-х годов, показало следующее.

Во-первых, при всем разнообразии траекторий построения стратегий развития общей их предпосылкой является «существование ментальных структур как предпосылкой стратегического познания, с помощью которых организуется знание». В качестве таких структур традиционно используются такие категории, как: интеллектуальная модель, информация, карта, план, понятие, смысл, схема, сценарий, фрейм и др.

Во-вторых, если отталкиваться от понятия картография как от науки об исследовании, моделировании и отображении пространственного расположения, сочетания и взаимосвязи объектов, явлений природы и общества, то термин картографирование, означающий процесс фиксации произведенных исследований, получил широкое распространение благодаря своей ассоциативной метафоричности.

В-третьих, наличие представления, обеспечиваемое картой, гораздо лучше, чем не иметь никакого, поскольку: само осознание того, что у нас есть некая путеводная карта, вселяет в нас уверенность в начале нашего пути; мы получаем представление (пусть даже и не точное) о том, как именно нам стоит действовать; наличие карты

стимулирует нас к поиску такого решения, при котором наше движение к цели будет осуществляться наиболее предпочтительным образом.

В-четвертых, карта служит прообразом восприятия процесса стратегического развития, в котором сотрудники (в первую очередь менеджеры) вехи будущих состояний управляемой системы. При этом по мере выявления расхождений фактической траектории движения с заданной на карте менеджеры начинают искать причины происходящих расхождений, начиная от опоры на собственный опыт и заканчивая использованием научных знаний в области управления (включая принципы, законы, методы и технологии анализа, оценки, синтеза решений и т.д.).

В-пятых, не меньшее значение, чем отметки на карте, имеют смысл и принципы стратегии развития.

В-шестых, весьма дискуссионным является вопрос о порядке принятия и реализации управленческих решений в компании на основе картографической информации, поскольку он определяется множеством таких факторов, как: организация процесса картографирования, порядок представления картографической информации менеджменту, характер восприятия менеджерами картографической информации и т.д. Хотя следует признать, что субъективизма и алогичности в принимаемых управленческих решениях более чем достаточно, но это не проблема картографирования – а традиционный человеческий фактор. То есть то или иное действие может совершаться без предварительного научно обоснованного решения о его целесообразности и эффективности.

В-седьмых, в менеджменте, как и в географии целесообразно использование карт, включая: когнитивные карты, определяющие для менеджеров наиболее важные факторы для принятия решений; карты, которые отображают взаимоотношения между выделенными важнейшими факторами; каузальные (причинные) карты, олицетворяющие собой ментальные модели.

В-восьмых, лица, принимающие решения, ассоциируют полученные исходя из тех или иных когнитивных карт (схем) с определенными ожиданиями, когда, с одной стороны, карта достраивается новыми деталями, в том числе домысливаемыми, а, с другой стороны, если стройная картина («пазлы») не складывается, то возникают новые вопросы, требующие поиска ответов. При этом следует отметить, что именно умение грамотно анализировать имеющуюся информацию и качественно генерировать управленческие решения во многом и определяют эффективность менеджмента.

В-девятых, надо признать, что существенной проблемой при выработке управленческих решений многими менеджерами является то, что имеющиеся факты, которые не вписываются в схему их видения, игнорируются.

В-десятых, проведенные исследования наглядно демонстрирует следующую закономерность экономической теории, связанную с использованием картографирования, – участь компании, менеджмент которой, зацикливается на вопросе «кто виноват?» гораздо более незавидна на фоне компании, менеджмент которой сфокусирован на созидательном поиске ответа на вопрос «что делать?».

Литература

1. Barr, P. S., Stimpert, J. L., and Huff, A. S. ≪Cognitive Change, Strategic Action, and Organizational Renewal.≫ *Strategic Management Journal (*13, 1992: 15–36).
2. Corner, P. D., Kinicki, A. J., and Keats, B. W. ≪Integrating Organizational and Individual Information Processing Perspectives on Choice≫. *Organization Science.* (3, 1994: 294–308).
3. Herbert A. Simon. Rationality as Process and as Product of Thought. Richard T. Ely Lecture // American Economic Review, May 1978, v.68, no.2, p.1–16
4. Huff, A. S., ed. Mapping Strategic Thought (Somerset, NJ: Wilev, 1990).

5. Mintzberg, H., and Waters, J. A. ≪Studying Deciding: An Exchange of Views Between Mintzberg and Waters, Pettigrew and Butler.≫ Organization Studies (11, 1, 1990: 1–16).
6. Quinn, J. B. *Strategies for Change: Logical Incrementalism* (Homewood, IL: Irwin, 1980a).
7. Roberts D. L., Rossman J. S., Jarić I. Dating first cases of COVID-19 (англ.) // PLOS Pathogens : journal. — 2021. — Vol. 17, iss. 6. — P. e1009620.
8. The Telegraph сообщил о риске отставки Шольца из-за энергетического кризиса в Германии. https://www.vedomosti.ru/politics/news/2022/07/15/931463-telegraph-o-riske-sholtsa-poteryat-svoi-post
9. Weick, K.E. Sensemaking in Organizations (Thousand Oaks, CA: Sage Publications, 1995: 54).
10. Джонсон объявил об отставке. https://www.rbc.ru/politics/07/07/2022/62c6c4bb9a79474b13f00399?ysclid=l5lv3rxnux658294004
11. Картография // Малый энциклопедический словарь Брокгауза и Ефрона: в 4 т. — СПб., 1907—1909.
12. *Кибальников С.В.* Когнитивные технологии, седьмой технологический уклад. https://zen.yandex.ru/media/id/5e274bc843863f00acd7ed97/kognitivnye-tehnologii-sedmoi-tehnologicheskii-uklad-kibalnikov-sv-5e9017fd12b9ff66c334da9e
13. Минцберг, Генри. Стратегическое сафари [Текст]: экскурсия по дебрям стратегического менеджмента: перевод с английского / Генри Минцберг, Брюс Альстранд, Жозеф Лампель; [пер. Д. Раевская, Л. Царук]. - Москва: Московская школа управления Сколково: Альпина Паблишер, 2013. – 365 с.
14. Премьер Италии Драги объявил об отставке. https://www.rbc.ru/politics/14/07/2022/62d0497f9a79472681758fdd?ysclid=l5lv4rc6fw808496572
15. *Прохоров И.А.* НАЧАЛО 7-ГО ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО УКЛАДА. HTTP://WWW.ENERGOINFORM.ORG/POINTOFVIEW/PROHOROV/7-TECH-STRUCTURE.ASPX
16. *Саймон Г.А., Марш Д.Г.* Административное поведение. — М.: Мир, 1974.
17. *Солсо Р.* Когнитивная психология. — 6-е изд. — СПб.: Питер, 2006. — 589 с.
18. *Тебекин А.В.* ВЗГЛЯДЫ ДЖ.К. ГЭЛБРЕЙТА НА ВЛАСТЬ ТЕХНОСТРУКТУРЫ И СОВРЕМЕННЫЕ РЕАЛИИ. // Вестник Тверского государственного университета. Серия: Экономика и управление. 2017. № 4. С. 254-261.
19. *Тебекин А.В.* Методы принятия управленческих решений, базирующиеся на основе анализа схем стратегического развития экономических систем с позиций их рыночной конкурентоспособности. Вестник Московского университета им. С.Ю. Витте. Серия 1: Экономика и управление. 2017. № 4 (23). С. 60-69.
20. *Тебекин А.В.* О ГЛУБИНЕ КРИЗИСА 2020-ГО ГОДА ДЛЯ МИРОВОЙ И НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИК И ПУТЯХ ВЫХОДА ИЗ НЕГО. // Журнал экономических исследований. 2020. Т. 6. № 2. С. 52-71.
21. *Тебекин А.В.* ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО СЕКТОРА ЭКОНОМИКИ В УСЛОВИЯХ ВЫХОДА ИЗ ГЛОБАЛЬНОГО КРИЗИСА 2020-Х ГОДОВ: МИРОВОЙ И НАЦИОНАЛЬНЫЙ АСПЕКТЫ. // Теоретическая экономика. 2022. № 1 (85). С. 79-93.
22. *Тебекин А.В.* ПРОБЛЕМА ТЕНДЕНЦИОЗНОСТИ ПРИНЯТИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ С ПОЗИЦИЙ КОГНИТИВНОЙ ШКОЛЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО МЕНЕДЖМЕНТА: ФИЛОСОФСКИЙ АСПЕКТ. // Журнал философских исследований. 2022. Т. 8. № 2. С. 17-31.

23. *Тебекин А.В.* ПРОГНОЗ ОЖИДАЕМЫХ ИЗМЕНЕНИЙ В СОЦИАЛЬНОЭКОНОМИЧЕСКИХ ОТНОШЕНИЯХ В ПРОЦЕССЕ ПРОДВИЖЕНИЯ ОБЩЕСТВА К НОВЫМ ЭТАПАМ РАЗВИТИЯ. // Вестник Московского университета им. С.Ю. Витте. Серия 1: Экономика и управление. 2021. № 3 (38). С. 7-12.
24. *Тебекин А.В.* Стратегический менеджмент. Учебник / Москва, 2020. Сер. 68 Профессиональное образование (2-е изд., пер. и доп.).
25. *Тебекин А.В., Митропольская-Родионова Н.В., Хорева А.В.* Возможности и перспективы использования положений когнитивной школы стратегического менеджмента в современных геополитэкономических условиях. // Журнал исследований по управлению. 2022. №3.
26. *Тебекин А.В., Петров В.С., Тебекин П.А., Егорова А.А.* Методы формирования стратегии развития экономической системы как комплекса направлений развития. // Стратегии бизнеса. 2020. Т. 8. № 1 (69). С. 4-16.
27. *Тебекин А.В., Серяков Г.Н.* МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ НАПРАВЛЕНИЙ И СРЕДСТВ РАЗВИТИЯ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ УКЛАДОВ. // Транспортное дело России. 2018. № 4. С. 15-17.
28. *Тебекин А.В., Тебекин П.А.* Влияние школ стратегического менеджмента и маркетинга на современное развитие подходов к управлению. // Вестник Московского финансово-юридического университета. 2019. № 3. С. 14-23.
29. *Тебекин А.В., Тебекин П.А., Егорова А.А.* ВЫБОР ПОДХОДА К ФОРМИРОВАНИЮ СТРАТЕГИИ, ОБЕСПЕЧИВАЮЩЕЙ ВЫХОД ИЗ ГЛОБАЛЬНОГО СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО КРИЗИСА 2020 ГОДА. // Теоретическая экономика. 2020. № 5 (65). С. 44-67.
30. *Тебекин А.В., Тебекин П.А., Егорова А.А.* ИТЕРАЦИОННЫЕ МЕТОДЫ ФОРМИРОВАНИЯ И РЕАЛИЗАЦИИ СТРАТЕГИЙ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМ. // Транспортное дело России. 2020. № 3. С. 41-48.
31. *Тебекин А.В., Тебекин П.А., Егорова А.А.* Методы формирования стратегий развития экономических систем, нацеленные на максимальную их адаптацию к вариативности внешней среды. // Транспортное дело России. 2019. № 6. С. 31-36.
32. *Тебекин А.В., Тебекин П.А., Егорова А.А.* ФАЗОВЫЙ ПОДХОД К ОПИСАНИЮ ПРОЦЕССОВ РАЗВИТИЯ МЕНЕДЖМЕНТА В XX-XXI ВЕКАХ. // Транспортное дело России. 2020. № 1. С. 87-96.
33. *Тебекин А.В.* Взгляд «вперед» как основа стратегического развития национальной экономики. // Журнал исследований по управлению. 2021. Т.7, №3, с.3-11.
34. *Ханов М.* Пандемия "маскирует" циклический кризис мировой экономики. https://tass.ru/opinions/8294881?utm_source=yandex.ru&utm_medium=organic&utm_campaign=yandex.ru&utm_referrer=yandex.ru