(cc) BY

Мещерякова Александра Евгеньевна
студентка
ФГАОУ ВО «Самарский национальный исследовательский университет
им. академика С.П. Королева»
г. Самара, Самарская область

МОДЕЛИРОВАНИЕ ПРОБЛЕМНОЙ СИТУАЦИИ

Аннотация*: в статье описывается процесс моделирования проблемной ситуации. Автором приводится матрица организационных проблем.*

Ключевые слова*: проблемная ситуация, матрица проблем, типология А.И. Пригожина.*

Если представить проблему в виде иерархически упорядоченной совокупности вопросов, то в этом случае ядром проблемной ситуации будут являться противоречия, причём установить их иерархию и выявить центральное противоречие удается только на уровне теоретической схемы проблем.

Существует ряд факторов, которые определяют процесс формулирования проблемы. Наиболее важными из них являются методологические установки, а именно разграничение нового и старого, проблемного знания, которое содержится в описании проблемной ситуации) и ценностные ориентации, методологические установки в которых выступают в качестве принципов запрета или норм.

Итак, генезис проблемы можно представить в виде последовательной реализации определённых процедур, а именно:

– описание проблемной ситуации (происходит создание исходной совокупности знаний о данной проблеме);

– осмысление проблемы и понимание ее описания (устанавливается смысла проблемной ситуации в структуре человеческой деятельности);

– формирование теоретической схемы проблемы (строится система теоретических конструктов);

Content is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

– формулирование проблемы (соотносятся теоретическая схема проблемы и структура проблемной ситуации).

При этом необходимо отдавать себе отчет в том, что в жизни формулировки некоторых проблем порой не позволяют увидеть причину, и следствие, и существо проблемы. В этом случае под проблемами подразумеваются противоречия, которые требуют разрешения, или трудности по преодолению трудностей.

Согласно типологии А.И. Пригожина, проблемы подразделяются на 3 типа: встроенные, ситуативные и социокультурные, а их формулировки – на антитезные, назывные и причинно-следственные. Пример сочетания названных типов проблем отражён в таблице 1.

Проблемы, встроенные в организацию, характеризуются противоречиями, присущими организациям: это могут быть противоречия между стабильностью организации и ее развитием или, например, между целями организации и целями ее работников и т.д. Эти проблемы будут являться сущностными, так как их никогда не удастся решить полностью [1, с. 137].

Проблемы, которые называются социокультурными, представляют собой проблемы, что вызваны средой, в которой находится организация. Сюда относятся привычки, устоявшиеся взгляды, традиции, опыт и т.д. Такие проблемы возможно преодолеть, но решение некоторых из них может быть продолжительно по времени, потому что может потребоваться смена не одного поколения работников для полного исчезновения проблемы.

Ситуативные проблемы, как следует из названия, зависят от ситуации в организации и в ее окружении, поэтому они каждый раз разные.

Назывные проблемы похожи на жалобы и по своей остроте и актуальности не особо значимы. В причинно-следственных же типах формулировок присутствуют и причина проблемной ситуации, и ее следствие. Антитезный тип формулировки фиксирует противоречия и является самой развитой из формулировок проблем, потому что позволяет формулировать задачи [2, с. 15].

Содержимое доступно по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

Таблица 1

Матрица организационных проблем

	Типы проблем		
Типы формулировок	Встроенные	Социокультурные	Ситуационные
Назывные	Работники хотят много получать, мало работая	Работники часто пьют чай	Отдел сбыта дублирует работу отдела маркетинга
Причинно-следственные	Слабая связь между трудовым вкладом и заработной платой не заинтересовывает работников в большей трудовой отдаче	Традиционное чаепитие отнимает много рабочего времени	Отделы дублируют друг друга, т.к. не разработаны должностные инструкции
Антитезные	Производительность труда падает, а заработная плата работников растет	Чаепитие во внеурочное время приводит к потере имиджа фирмы	В новой структуре организации предусмотрен отдел маркетинга, но компетенция отдела сбыта не изменена

Список литературы

1. Виссема Х. Стратегический менеджмент и предпринимательство: возможности для будущего процветания / Х. Виссема; пер. с англ. – М.: Финпресс, 2000. – 272 с.

2. Лапыгин Ю.Н. Системное управление (конспект лекций). Ч. 1, 2. / Ю.Н. Лапыгин. – М.: Изд-во МГУЭСИ, ВИБ, 1999.

3. Формулирование проблемы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://refdb.ru/look/1143189-p3.html (дата обращения: 23.06.2020).

Content is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)