

# МЕТОДОЛОГИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ: ПОЗИТИВИЗМ, CASE STUDY, МОДЕЛИРОВАНИЕ И ТРИАНГУЛЯЦИЯ

В. А. Денисов

*Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова*

Поступила в редакцию 5 марта 2024 г.

**Аннотация:** рассматриваются четыре метода экономического исследования, касающегося проблем микроэкономики, экономики предприятия, фирмы, компании: интервьюирование, кейс-стади, моделирование и триангуляция. Обращено внимание на тенденцию к возврату к философии позитивизма, присутствующую в некоторых публикациях по методологии экономики.

**Ключевые слова:** область, микроэкономика, интервью, кейс-стади, моделирование, триангуляция, позитивизм.

**Abstract:** four methods of economic research related to the problems of microeconomics, economics of an enterprise, a firm, a company are considered: interviewing, stage case, modeling and triangulation. Attention is drawn to the tendency towards a return to the philosophy of positivism, which appears in some publications on the methodology of economics.

**Key words:** the research area, microeconomics, interview, case study, modeling, triangulation, positivism.

Философия (методология) науки – одна из популярных и развитых областей философии. В ней, однако, лидирующее положение занимает философия естественных наук. Настоящая статья посвящена одной из областей философии науки, которые можно назвать «вторичными», «теневыми», – философии экономики. При этом речь пойдет не о философии экономической науки в целом, не о философии экономики страны, государства, общества, а об экономике, которую иногда называют микроэкономикой, – об экономике предприятия, фирмы, компании. Философия экономической науки представлена рядом исследований, монографий и учебных пособий [1–3]. По-другому обстоит дело с экономикой предприятия, фирмы, компании. Здесь можно упомянуть лишь некоторые статьи, подчеркивающие философскую значимость данной области знания. Таким образом, пока отсутствует ясно очерченная философская проблематика, нет устоявшейся терминологии, нет устойчивого потока публикаций. В философии весьма важны дискуссии, конкуренция альтернативных позиций – философские проблемы экономики предприятия (фирмы, компании) еще не достигли того уровня развития, на котором возникают альтернативные позиции и направления исследования. Философские комментарии присутствуют в некоторых современных учебниках по менеджменту и экономике предприятия (организации) [4; 5], в «Курсе экономической теории», включающей главы как о макроэкономике, так и микроэкономике [6], однако комментарии не могут заменить целенаправленного исследования.

Предлагаемая статья не претендует на построение какой-либо категориальной базы методологии микроэкономики. В ней предлагается обзор ряда философско-методологических концепций, выдвигаемых в отечественной и зарубежной литературе по экономике предприятия и фирмы. Наша задача – привлечь внимание тех, кто занимается философией науки, к новым аспектам той философской проблематики, которая может быть отнесена к философии экономической науки. Ясно, что речь идет о спорных подходах и спорных концепциях. Но философия (методология) науки не может не учитывать этих споров, ибо они идут в живой и развивающейся области философских знаний.

## 1. Позитивизм

Интересно, что в ряде статей по методологии экономики в качестве методологической основы исследования был указан позитивизм. У отечественного читателя это может вызвать недоумение. Ведь позитивизм давно преодолен не только в отечественной философии науки, но и в западной. Философия науки второй половины века выступала с критикой позитивизма и развивала концепции, которые трактовались либо как постпозитивистские, либо как откровенно анти-позитивистские. Позитивизм критиковался К. Поппером, И. Лакатосом, Т. Куном и другими крупными представителями философии науки второй половины XX в. Не было каких-то явных деклараций интереса к позитивистской или к неопозитивистской проблематике и в конце XX в. и в начале XXI в.

Однако в экономической науке дело обстоит, видимо, по-другому. В ряде публикаций по интересующей нас здесь области философии, философским проблемам экономики предприятия, компании, фирмы и т.д. высказывался интерес к позитивистской философии.

Так, в статье [7], опубликованной в журнале о современных проблемах гуманитарного образования, речь идет о позитивистской методологии как о методологии последовательного эмпиризма, как о критической установке в отношении «авторитетных» школ и направлений. «Позитивизм в экономике, – пишет автор, – не тождествен философскому позитивизму как таковому, но он связан с ним в методологическом и терминологическом плане.

Позитивизм – это противовес нормативизму. Согласно позитивизму, цель исследования – установление объективных законов экономического развития. Абстрактно-теоретические конструкции типа «как это должно быть», характерные для нормативизма, не имеют методологической ценности» [ibid., p. 18]. В качестве отрицательного ориентира автор приводит «экономизм» и «библиометрию». «Экономизм» – это увлечение математическими моделями, приводящее к отрыву теории от экономической реальности. «Библиометрия» – это «литературное» описание экономической ситуации, нуждающейся в эмпирическом исследовании, описание на базе тех примеров, которые зафиксированы и разобраны в литературе. «Библиометрия» — это догматизм, позиция некритического перенесения выводов, полученных при исследовании одной отрасли экономической жизни, на другую, опыта, полученного в одной стране, на экономическую жизнь другой страны.

Позитивизм провозглашает также английский профессор Р. Карти в своей программной статье, описывающей вводный курс лекций, которые он читает для студентов магистратуры Метрополитен Университи (Лондон) [8]. Этот курс лекций завершает специальные курсы, читаемые для студентов – будущих экономистов, менеджеров, консультантов. Р. Карти определяет в этом курсе ключевые позиции магистерской диссертации (выпускной работы), которую должны представить студенты магистратуры в конце их обучения, поэтому курс Карти носит в какой-то степени прикладной характер. Этот курс, однако, сосредоточен на общих (методологических и методических) проблемах, стоящих перед студентами.

Позитивизм в лекциях Карти – это метаметодология, определяющая общую направленность исследования. Позитивизм означает жесткий эмпиризм и дистанцирование от всякой метафизики, т. е. дистанцирование от предвзятых априорных суждений (метафизика понимается здесь в широком смысле этого слова; это не только философское конструирование

картины мира, но и популярные представления о мире, существующие на уровне «здорового смысла», общественного мнения). Позитивизм также указывает еще на одну опасность, состоящую в подмене конкретного социально-экономического исследования философскими рассуждениями.

В качестве же конкретной методологии Р. Карти указывает на следующие методы исследования экономической жизни предприятия: интервьюирование, *case study*, триангуляцию (см. ниже). Ниже речь будет идти также о моделировании как о методе исследования (Р. Карти этот метод не рассматривает).

## 2. Интервьюирование и *case study*

Интервьюирование и *case study* – популярные методы социологического исследования, не только экономики предприятия, но и вообще экономической ситуации в регионе или в стране. Разумеется, следует отличать социологическое интервьюирование от журналистского и психологического [9].

Интервьюирование – простой и эффективный метод исследования ситуации, которая сложилась в какой-нибудь фирме или организации. Интервью предполагает разговор исследователя с одним из сотрудников организации, разговор с глазу на глаз, который с разрешения интервьюируемого записывается. Интервьюер задает вопросы, позволяющие выяснить исследуемую ситуацию. Интервьюер стремится выяснить объективное положение дел: 1) помещает одно и то же событие в разные контексты (задает перекрестные вопросы) и старается определить скрытые предпосылки, из которых исходит интервьюируемый; 2) задает вопросы, которые, казалось бы, не относятся к существу дела, но позволяют определить позицию интервьюируемого в ситуации, существенной для прояснения существа дела.

Метод «кейс стади» – один из самых популярных методов социологического исследования. В отечественной литературе этот метод называют также методом ситуативного анализа или методом тематического изучения вопроса.

Литература, посвященная данному методу, обширна. Популярными здесь являются книги Джона Гейринга [10] и А. Джорджа и А. Бенета [11], С. Ю. Поповой и Е. В. Прониной [12], С. К. Гураль и М. А. Корнеева [13].

Существуют следующие определения метода «кейс стади». Объектом изучения являются один или несколько случаев, которым дается детальное описание и интерпретация», «рассмотрение одной ситуации с целью осветить множество ситуаций». Джон Гейринг дает следующее определение: «Интенсивное изучение одного или нескольких случаев с целью понять более широкий класс подобных случаев» [10, p. 12].

Сугубо практическую роль «кейс стади» выполняет, когда, например, фирма занимается подготовкой к выпуску нового продукта. Тогда изучается опыт, накопленный фирмой, при выпуске тех продуктов, которые когда-то были новыми.

Вернемся к статье Р. Карти, о которой речь шла выше. Автор считает основателем метода *case study* американского социолога Роберта Инья, занимавшегося социологией не только бизнеса, но и государственной политики [11;12]. Существуют, однако, альтернативные подходы [13]. Р. Инья предполагал, что *case* («предмет изучения») – это «пробел», «провал» (например, банкротство фирмы), исследование должно описать контекст этого события, далее – контекст контекста, и т. д. Однако кейсом может быть и структурное подобие фирм и вообще организаций. Тогда исследование сосредоточивается на контексте данного подобию, других случаях подобию, «цепочке» подобных организационных структур, обстоятельствах, при которых эта «цепочка» возникает. Кейсом может быть также феномен разнообразия организационных структур (скажем, разнообразия структур предприятий, возникших в каком-то регионе (территориальном, экономическом, политическом)).

### 3. Моделирование как метод исследования

Моделью обычно называют объект-заместитель некий объект, замещающий исследуемый объект в процессе исследования и дающий о нем информацию. Простейшие примеры моделей – макеты, географические карты. Моделями также являются химические формулы и математические уравнения. Химические формулы моделируют состав и строение веществ. Математические уравнения моделируют физические, химические, социально-экономические процессы. В контексте физики они моделируют механическое движение, электрическое и магнитные поля, тепловые процессы, теплопередачу, диффузию и т. д. [14–16].

Должна ли модель быть структурно подобна (изоморфна, гомоморфна) моделируемому явлению? Согласно В. А. Штофу, должна, согласно же А. А. Зиновьеву, может быть структурно подобна, но не должна [17]. Примером может служить то, что молекулу бензола обычно представляют в виде совокупности структурных формул (структур Кекуле). Каждая структурная формула представляет возможное поведение молекулы, но структура у молекулы бензола одна, а формул две – иногда используются четыре формулы.

Примером экономических моделей могут выступать графики, изображающие зависимость между ценой и величиной спроса в какой-либо экономической ситуации. Если на абсциссе обозначить количество товара, покупаемого на рынке, а на ординате – движение цены, то для каждого товара обозначатся

свои кривые. Эти кривые показывают, что происходит с покупками или продажами, если цена изменяется. Но на каком уровне установится цена? Чтобы ответить на этот вопрос, надо сопоставить кривые спроса и предложения. Если мы наложим друг на друга два графика, обозначающие совокупный спрос и совокупное предложение одного и того же товара, то получим график, показывающий одновременно поведение спроса и предложения интересующего нас товара. В какой-то точке эти кривые пересекутся. В точке встречи спрос количественно равен предложению и цена является уравнивающей.

Иногда в литературе по экономическому моделированию делается акцент на специфике этого метода познания [18]. Например, указывается, что в них моделируется не объект, а всегда система, которая включает в себя и объект, и субъект, и предмет экономического хозяйствования. Чем же объект отличается от системы? Уместно вспомнить определение системы. Если объект состоит из совокупности взаимосвязанных между собой элементов, сумма свойств которых не равна свойствам объекта, следовательно, мы имеем дело с системой [19]. Тем более речь идет о системе, когда исследуется функционирование трех разнородных элементов, но объединенных взаимосвязями, общей экономической сущностью и смыслом хозяйствования.

Субъект хозяйствования в экономической системе – производители, покупатели, продавцы, конкуренты, отраслевые, региональные субъекты, т. е. все те экономические субъекты, которые принимают решения и вырабатывают стратегии и программы хозяйствования, используя для этого планово-аналитические инструменты.

Объект хозяйствования – предприятие (организация), рынки, спрос, предложение, т. е. те экономические единицы, которые изучают, анализируют, прогнозируют и в отношении которых принимают решения.

Предмет хозяйствования – товар, ресурсы, т. е. те средства, с помощью которых добиваются реализации поставленной цели и принятой стратегии и программы хозяйствования, повышения эффективности объекта. Любой экономический процесс возможен только при воздействии субъекта на предмет в целях развития, функционирования объекта.

Экономические модели являются: во-первых, объектно-субъектными моделями, так как в них моделируются как экономические объекты, так и их механизмы, а также поведение экономических субъектов, и процессы управления хозяйством. Экономические модели отражают триединое направление развития объектов, субъектов и предметов хозяйствования. Следовательно, учитывается действие факторов субъективных, мотивационных на управленче-

ские решения, влияние «человеческого фактора» в формировании системы;

Во-вторых – комплексными моделями, так как модели в экономике основаны на комплексном исследовании любых процессов в экономике, объектов, субъектов, предметов хозяйствования, а также факторов, воздействующих на их развитие [20].

Разъяснения, которые дает автор данной публикации, полезны, однако, думается, что здесь специфика экономических моделей им преувеличена. Любые модели системны, поскольку отражают объект, как он существует в системе. Они отчасти и субъективны: моделируют реальность, исходя из той или иной точки зрения. Например, в целях туризма мы используем одну карту, размышляя о бизнесе, в том же регионе мы берем иную карту этой местности.

#### 4. Триангуляция

Для получения достоверных данных необходима триангуляция, которую Роберт Карти относит к методам экономического исследования. Понятию «триангуляция» он возвращает его первоначальное значение: он использует сравнение с геодезическим термином, где для точного измерения местоположения объекта проводят вычисления, по меньшей мере, в трех координатах. Геодезическое понятие триангуляции Роб Карти переносит на методы исследования, считая, что при экономическом анализе необходимо использовать не менее двух методов сбора данных. Одни и те же данные должны быть получены более чем одним методом собирания данных. Триангуляция позволяет убедиться, что показатели подтверждают реальность.

Конечно, важно выбирать более надежные источники для проведения исследования. Собранные из разных источников данные должны быть проанализированы и соотнесены для подтверждения степени достоверности самих данных, их непротиворечивости. Достоверность одних и тех же данных должна быть подтверждена двумя или более источниками. Выводы, сделанные на основании этих материалов, должны быть более достоверными [21].

В качестве примера триангуляционного исследования Карти ссылается на исследование IT-бизнеса в Иордании. Триангуляция состояла в сопоставлении результатов количественного и качественного подходов, а также опросов, разделенных значительным временным промежутком.

Триангуляция увеличивает время на проведение исследования, но делает его более достоверным. Предвзятость, предубежденность (*bias*) есть всегда, и лучше с самого начала заявить о субъективности исследователя, наблюдателя или участника. В исследовании важны объективность и беспристрастность, чтобы отразить сущность действительности таковой, какова она есть.

Данные из интервью и *case study* нельзя триангулировать, так как их трудно соотнести. Это разные этапы в исследовательском процессе. Если интервью – это первый этап исследовательского процесса, то *case study* – это этап «продвинутого» исследовательского процесса, этап, который сам предполагает развернутое эмпирическое исследование.

В курсе Роба Карти триангуляция рассматривалась как метод для сбора данных. Возможно, профессор, чтобы не усложнять обучение магистров, учил их только собирать данные одного и того же показателя триангуляционным способом. Допустим, из вторичных данных из газет, журналов и интервью можно выявить данные и определить, сходятся ли они, совпадают ли. Если совпадают, то это служит показателем валидности и надежности данных. К примеру, А. Петтигрю [22], проводя исследование в компании «ICI Имперская Химическое Производство (Imperial Chemical Industries)», взял данные из трех источников. Он несколько десятилетий работал в данной компании и смог собрать данные в реальном времени, использовал архивы, дополнил данными из ретроспективных интервью. Это позволило собрать обоснованные, валидные данные из трех источников для исследования по организационному развитию в этой компании.

Выше были рассмотрены некоторые из основных методов социологического анализа бизнеса, предприятия, компании, учтены некоторые из результатов, полученных данными методами. Однако мы и не ставили задачу дать классификацию методов социологического анализа. Целью настоящей статьи было показать актуальность методологических (философских) проблем социологии предприятия, бизнеса, менеджмента. Хотя философия (методология) науки является единой философской дисциплиной, она включает ряд исследовательских областей и методология социологического анализа бизнеса, предприятия, компании является одной из таких областей.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. *Ананьин О. И.* Философия и методология экономической науки. М., 2008
2. *Ананьин О. И.* Экономическая наука как феномен эпохи просвещения : тезисы доклада на семинаре Ин-та философии РАН. М. URL: <https://iphras.ru>
3. *Ананьин О. И.* Онтологические предпосылки экономической теории. М. : Ин-т экономики, 2013.
4. *Михненко П. А.* Теория менеджмента : учебник. 2-е изд. перераб. М. : Моск. фин.-эконом. ун-т «Синергия», 2005.
5. *Рауткаускас Т. Р.* Экономика организации (предприятия) : учеб. пособие / Урал. федер. ун-т им. Первого Президента России Б. Н. Ельцина. Екатеринбург, 2018.
6. Курс экономической теории / под ред. М. Н. Чепурина и Е. А. Киселевой / МГИМО. Киров, 1994.

7. *Krycok P.* The philosophy of positivism in economic science // Science and education : A new dimension : Humanities and Social sciences. 2018. Vol. VI. P. 168–204.
8. *Carty Robert.* Teaching Research Methods : a pragmatic approach // Investigations in university teaching and learning. 2007. Vol. 4 (2) summer. P. 101.
9. *Квале С.* Исследовательское интервью. М. : Смысл, 2001.
10. *Gerling John.* Case study research. Principles and practices. Cambridge Univ. Press. 2007.
11. *George A., Benett A.* Case studies and theory development in the sciences. MIT Press, 2005.
12. *Попова С. Ю., Пронина Е. В.* Современные образовательные технологии. Кейс-стади : учеб. пособие для академ. бакалавриата. 2-е изд. М. : Юрайт, 2017.
13. *Гураль С. К., Корнеев М. А.* Обучение студентов направления «прикладная механика» профессиональному иноязычному дискурсу с использованием метода кейс-стадии. 2020.
14. *Yin R.* Application of case study research. London. Sage Publication, 1993.
15. *Yin R.* Case study research. Design and Method. London. Sage Publication, 2003.
16. *Штофф В. А.* Моделирование и философия. М., 1961.
17. *Новик И. Б.* О моделировании сложных систем. М. : Мысль, 1965.
18. *Плотницкий Ю. М.* Модели социальных процессов. М., 1995.
19. *Зиновьев А. А.* Логика науки. М., 1971.
20. *Репин В.* Бизнес-процесс. Моделирование, внедрение, управление. М. : Лит-Рес, 2012.
21. *Almagali D., Dahahn Z. Md.* Appling the triangulation approach in IT Business strategic alignment and sustainable competitive advantage // IBIMA Business Review, March, 2011.
22. *Andrew M. Pettigrew.* The Awakening Giant : Continuity and Change in Imperial Chemical Industries. New York : Basil Blackwell, 1985. 542 p. Charts, tables, references, and index.

*Московский государственный университет имени  
М. В. Ломоносова*

*Денисов В. А., аспирант кафедры философии и  
методологии науки*

*E-mail: denis6517@yandex.ru*

*Moscow State University named after M. V. Lomonosov  
Denisov V. A., Post-graduate Student of the Department  
of Philosophy and Methodology of Science*

*E-mail: denis6517@yandex.ru*