



МОСКОВСКАЯ АКАДЕМИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА
при Правительстве Москвы

ВЕСТНИК АКАДЕМИИ

Научный журнал
№ 3, том 2, 2017 г.

Москва

ВЕСТНИК АКАДЕМИИ

научный журнал
выходит 4 раза в год

№ 3, том 2, 2017 (57)
сентябрь 2017 г.

Журнал зарегистрирован
в Центральном территориальном управлении
Министерства Российской Федерации по делам
печати, телерадиовещания и средств массовых
коммуникаций. Свидетельство о регистрации
ПИ № 1-00633 от 15.03.2002

Журнал включен
в Российский индекс научного цитирования (РИНЦ)



Учредитель Московская академия предпринимательства при Правительстве Москвы

Главный редактор С. И. Королева,
доктор экономических наук, профессор
Подписка проводится во всех отделениях почтовой
связи Российской Федерации, странах СНГ и Балтии.
Каталог Агентства "Роспечать"
"Газеты. Журналы" - индекс 80913

Статьи рецензируются.

**В соответствии с решением президиума
Высшей аттестационной комиссии Минобрнауки
России журнал включен в Перечень ведущих
рецензируемых научных изданий,
в которых должны быть опубликованы основные
научные результаты диссертаций на соискание
ученых степеней кандидата и доктора наук**

*Мнение редакции может не совпадать
с точкой зрения авторов публикаций*

Перепечатка материалов, опубликованных в журнале
"Вестник Академии" допускается только с письменного
разрешения редакции.

Ответственность за достоверность рекламных
объявлений несут рекламодатели.

Адрес редакции:

125319, г. Москва, ул. Планетная, 36
Тел. (499) 152-71-88
E-mail: Rector@mosap.ru
Интернет-сайт: <http://www.vestnik-mosap.ru>

Дизайн Ю. В. Поповой. Верстка О. Г. Свиридовой

Подписано в печать 20.09.2017

Формат 60x84 1/8. Печ. л. 10,75

Печать офсетная. Тираж 500 экз. Зак № 000

Цена договорная



Издательский дом "НАУЧНАЯ БИБЛИОТЕКА"
телефон: 8 (495) 592-2998.
Адрес сайта: www.sciencelib.ru
E-mail: idnb11@yandex.ru, info@sciencelib.ru

© Вестник Академии, 2017

РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ

Председатель

В. И. Малышков, президент Московской академии предпринимательства при Правительстве Москвы, заслуженный работник торговли Российской Федерации, доктор экономических наук, профессор

Заместители председателя Совета

С. И. Королева, главный редактор, советник президента Московской академии предпринимательства при Правительстве Москвы, заслуженный экономист Российской Федерации, доктор экономических наук, профессор

А. И. Васильев, заместитель главного редактора, первый проректор Университета «Синергия», кандидат экономических наук

Члены Совета

О. Э. Башина, заведующий кафедрой статистики, маркетинга и бухгалтерского учета Московского гуманитарного университета, доктор экономических наук, профессор

Л. А. Брагин, начальник Управления международной деятельности Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова, доктор экономических наук, профессор

Т. М. Ковалева, доктор педагогических наук, профессор, заведующий кафедрой индивидуализации тьюторства МПГУ, Президент межрегиональной общественной организации «Межрегиональная тьюторская ассоциация»

М. И. Гельвановский, академик РАЕН, генеральный директор Национального института развития Отделения общественных наук РАН, заведующий кафедрой мировой экономики (ИЭУП РГГУ), доктор экономических наук, профессор

В. Г. Гриб, заведующий кафедрой уголовного права и процесса университета «Синергия», заслуженный юрист Российской Федерации, доктор юридических наук, профессор

В. А. Леднев, первый проректор Университета «Синергия», член Экспертного совета Министерства образования и науки Российской Федерации по совершенствованию системы физического воспитания в образовательных учреждениях России, член Экспертного совета Федеральной антимонопольной службы по развитию конкуренции в области образования и науки, доктор экономических наук, профессор

Д. Е. Сорокин, научный руководитель Финансового университета при Правительстве Российской Федерации, доктор экономических наук, профессор

Т. Б. Серебровская, ученый секретарь редсовета, научный сотрудник Московской академии предпринимательства при Правительстве Москвы, кандидат педагогических наук, доцент

В. Л. Цыбовский, ректор Института предпринимательской деятельности, кандидат педагогических наук, доцент. Минск, Республика Беларусь

В. А. Цветков, член-корреспондент РАН, директор Института проблем рынка РАН, доктор экономических наук, профессор

Н. Г. Щеголева, заведующий кафедрой мировой экономики и управления внешнеэкономической деятельностью факультета государственного управления МГУ им. М. В. Ломоносова, доктор экономических наук, профессор

СОДЕРЖАНИЕ

ВОПРОСЫ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ УПРАВЛЕНИЯ

Алавердов А. Р.	Нелояльные сотрудники: типология и их влияние на конкурентные позиции современной организации	5
Косорукова И. В.	Анализ взаимосвязи стоимости и цены бизнеса и влияния на них финансовых показателей	13
Страхов О. А.	Виды обеспечения и методы поддержки принятия решений в задачах ситуационного управления ремонтом и сервисным обслуживанием сложных систем	22
Шикла И. Р., Багишев О. А.	Тенденции развития банковской системы в российской цивилистике	29

ВОПРОСЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА И ЭКОНОМИКИ

Зверева Н. И.	Генезис понятия «социальное предпринимательство» в России и в других странах мира	35
Страхов О. А.	Анализ особенностей ремонта и сервисного обслуживания сложных систем с применением автоматизированных средств	46

ПРОБЛЕМЫ ОБРАЗОВАНИЯ

Мохова О. Л.	Особенности текстов экономического дискурса	53
Сурова Н. Ю.	Проектирование управления интеграционными процессами в образовании на примере совместных программ сетевой формы реализации	63
Позина М. Б.	Игровой метод освоения понятий как форма презентации ментального опыта студентов	71
Филин В. Ю.	Психологические проблемы тестирования рекламы	78

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ	85
------------------------------------	-----------

В

опросы теории и практики управления

УДК 316

А. Р. Алавердов,

доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой управления человеческими ресурсами Университета «СИНЕРГИЯ»

E-mail: AAlavverdov@synergy.ru

Нелояльные сотрудники: типология и их влияние на конкурентные позиции современной организации

Аннотация

Цель работы. Предметной областью статьи является проблема эффективного противодействия появлению или сохранению в штате организации сотрудников, чье отношение к работодателю можно оценить, как нелояльное.

Материалы и методы. Определены потенциальные угрозы конкурентным позициям любого хозяйствующего субъекта, связанные с деструктивной деятельностью нелояльного персонала.

Результат. Формулируется авторская трактовка понятия нелояльности и уточняются основные атрибуты, характеризующие трудовое поведение таких сотрудников. Проведена типологизация нелояльных сотрудников, позволяющая разделить их на пять базовых типов в зависимости от побудительной мотивации и конкретных форм проявления нелояльности.

Заключение. Сформулированы практико-ориентированные рекомендации по использованию различных методов управленческого воздействия в отношении каждой из рассматриваемых типов сотрудников. Определены конкурентные недостатки организаций работодателей, не сумевших избавиться себя от нелояльного персонала.

Ключевые слова: кадровая безопасность организации, лояльность персонала, типы нелояльных сотрудников, угрозы имущественной безопасности, угрозы информационной безопасности, угрозы репутационной безопасности.

Theory and practice of management

Disloyal employees: typology and their impact on the competitiveness of the modern organization

A. R. Alavverdov,

doctor of Economics, Professor, head. the Department of human resource management University "SYNERGY"

E-mail: AAlavverdov@ synergy.ru

Abstract

Purpose of work. The subject area of the article is the problem of effective counteraction to the emergence or retention of employees in the state of the organization, whose attitude to the employer can be assessed as disloyal.

Materials and methods. The potential threats to the competitive positions of any business entity associated with the destructive activities of disloyal personnel are identified.

Results. The author's interpretation of the concept of disloyalty is formulated and the main attributes characterizing labor behavior of such employees are specified. The typology of disloyal employees is carried out, which allows to divide them into basic types depending on the incentive motivation and specific forms of disloyalty.

Conclusion. The practice-oriented recommendations on the use of different methods of managerial influence in relation to each of the considered types of employees are formulated. The competitive shortcomings of employers' organizations that failed to rid themselves of disloyal staff are identified.

Keywords: personnel security of the organization, personnel loyalty, types of disloyal employees, threats to property security, threats to information security, threats to reputation security.

Введение

Актуальность темы статьи определяется тем очевидным для администрации любого современного работодателя фактом, что наличие в его штате преимущественно лояльных сотрудников обеспечивает значимые конкурентные преимущества. Это подтверждается в научных и практико-ориентированных трудах ряда отечественных и зарубежных исследователей, например, А. Коврова,¹ О. Овчинниковой,² Ф. Райхельда.³ Однако далеко не все отечественные работодатели могут похвастаться таким положением дел, поэтому объектом данного исследования выступает «обратная сторона медали», т.е. нелояльный персонал и то негативное влияние, которое он оказывает не только на эффективность системы HR-менеджмента, но и на конкурентные позиции организации работодателя на профильном для нее рынке.

Целью статьи является выявление основных типов нелояльных сотрудников современной организации и методов противодействия их деструктивной деятельности в практике управления персоналом. *Прикладными задачами* статьи выступают:

- уточнение понятия «нелояльный сотрудник» и определение основных атрибутов его трудового поведения, вытекающих из соответствующего отношения к работодателю;
- определение основных типов нелояльных сотрудников, различающихся по своей изначальной мотивации к деструктивному отношению к интересам работодателя и моделям трудового поведения;
- определение основных угроз для вуза работодателя, связанных с деструктивным трудовым поведением различных типов нелояльных сотрудников;
- разработка рекомендаций по использованию различных методов управленческого воздействия в отношении каждого из рассматриваемых типов сотрудников.

Изложенные в статье научные и практико-ориентированные результаты *могут быть использованы* для приращения научных знаний в области теории управления лояльностью персонала, а также в практике кадровой работы современных российских работодателей.

Основная часть

Первым объектом исследования выступают само понятие нелояльности, применительно к деятельности наемного работника, а также ее характерные признаки (атрибуты). Сразу отметим, что различные работодатели по-разному трактуют это понятие, ориентируясь либо на сложившиеся в конкретной стране неформальные правила трудового поведения, либо традиции корпоративной культуры конкретной организации. В частности:

– *в Японии* нелояльным поведением в отношении работодателя в крупных корпорациях считается неготовность сотрудника добровольно увеличивать продолжительность своего рабочего дня без дополнительной оплаты, его желание оформлять больничные листы (а не брать в случае кратковременного недомогания дополнительные выходные, в дальнейшем подлежащие отработке), неучастие в «кружках качества» (во вне рабочее время), игнорирование корпоративных ритуалов;

– *в Западной Европе* нелояльным поведением в отношении работодателя считается неготовность сотрудника участвовать в программах дополнительного обучения во вне рабочее время, а также в корпоративных культурных и спортивных мероприятиях в выходные дни;

– *в США* нелояльным поведением в отношении работодателя считается отказ менеджеров и офисных служащих делиться с работодателем информацией о нелояльном поведении коллег.

В России многие работодатели считают нелояльным поведением любые попытки со стороны работников:

во-первых, публично критиковать любые действия руководства;

во-вторых, неготовность жертвовать своими интересами ради успешного достижения целей работодателя (например, досрочно выйти из очередного отпуска);

в-третьих, отстаивать свои законные социально-экономические интересы, например, требовать оплачиваемых дополнительных учебных отпусков для студентов заочников или оплаты сверхурочных в полуторном или двойном раз-

¹ Ковров А. Лояльность персонала. М.: Бератор, 2004. 165с.

² Овчинникова О. Лояльность персонала. М.: Изд. «Научная книга», 2003. 260 с.

³ Райхельд Ф. Эффект лояльности: движущие силы экономического роста, прибыли и непреходящей ценности. / Пер. с англ. М.: Вильямс – 383 с.

мере (как и требует Трудовой кодекс РФ), отказываться от выполнения работ, не предусмотренных должностной инструкцией.

Наконец, главным признаком нелояльности такие работодатели считают обращение работника в суд или в надзорные государственные органы с требованием пресечь допущенные в его отношении нарушения действующего трудового законодательства.

В силу наличия рассмотренных выше различий, автор считает возможным сформулировать собственное понятие *нелояльности как отношения сотрудника к работодателю, характеризующееся полным отсутствием перед ним каких-либо морально-этических обязательств и основанное на приоритете собственных интересов, обеспечиваемых, в том числе, и в ущерб интересам организации.*

Далее представляется целесообразным определить главный атрибут (т.е. внешнее проявление в трудовом поведении) нелояльности работника в любой сфере его профессиональной деятельности. По мнению автора, таким атрибутом выступает стремление сотрудника к достижению собственных целей, при полном игнорировании не только корпоративных интересов работодателя, но, чаще всего, и ранее принятых перед ним трудовых обязательств. Именно эти цели, т.е. побудительные мотивы и определяют уровень нелояльности сотрудника, следовательно, и характерные для него признаки трудового поведения. В соответствии с указанными мотивами можно выделить следующие пять типов нелояльных сотрудников, характеристика которых представлена в следующей части исследования.

Вторым объектом исследования выступают конкретные угрозы интересам организации работодателя со стороны указанных ниже типов нелояльных сотрудников и методы противодействия им.

«Прагматик»: а надо ли вообще с ним бороться? Основным *побудительным мотивом* для рассматриваемого типа нелояльных сотрудников выступает не скрываемое от работодателя стремление ограничить свои трудовые усилия исключительно рамками трудового договора и должностной инструкции. Характерными признаками их трудового поведения (большинство из которых в глазах работодателя является *атрибутами нелояльности*) выступают:

- готовность к оперативному и полному исполнению общих трудовых обязательств, принятых перед работодателем, равно как и наилучшим образом выполнять его задания - но только в рамках своего трудового договора и должностной инструкции;

- честность по отношению к работодателю;
- недопущение публичной критики работодателя;
- демонстративное игнорирование любых конфликтов в организации;
- демонстративный отказ идти на жертвы ради достижения целей работодателя;
- не скрываемый от работодателя «нейтралитет» в отношении его целей и ценностей;
- демонстративный отказ от участия в корпоративных ритуалах и игнорирование корпоративных традиций, в том случае, если они вступают в противоречие с интересами самого работника;
- не скрываемое от работодателя нежелание предупреждать об угрожающих ему опасностях, в том числе – со стороны нелояльных коллег.

Можно констатировать, что наименьшую опасность для интересов работодателя представляют именно «прагматики», в большинстве своем являющиеся квалифицированными специалистами. Их нежелание приносить свои интересы в жертву интересам работодателя, демонстративное игнорирование многих внешних атрибутов лояльности в значительной степени компенсируется добросовестным отношением к исполнению своих служебных обязанностей и высокой личной порядочностью.

Реальная ценность таких сотрудников для организации, следовательно – и *отношение к ним со стороны работодателя*, целиком зависит от уровня квалификации и степени дефицитности их специализации на рынке труда. В случае если в силу указанных факторов они относятся к категориям «трудно заменимых» или «почти не заменимых» специалистов, работодатель вынужден включать их в состав «кадровой элиты», создавая эксклюзивные условия найма. В противном случае выраженный прагматизм сделает такого сотрудника легким объектом для переманивания конкурентами. Если же «прагматик» относится к категории «среднячков», то с его присутствием в штате можно мириться до тех пор, пока не появится более достойная кандидатура на замещение данного рабочего места. Однако в любом случае прагматики не могут рассматриваться работодателем в качестве кандидатов на замещение руководящих должностей. Их профессиональная карьера в организации должна осуществляться по двум направлениям - горизонтальные перемещения для исполнителей и вертикальные – для высококвалифицированных специалистов (экспертов). Допуск «прагматика» к конфиденциальной информации или к управлению высоколиквидными активами обычно нежелателен, но на практике часто необходим в силу его высокого профессионализма.

«Имитатор»: кнут или пряник? Основным побудительным мотивом для рассматриваемого типа нелояльных сотрудников выступает стремление минимизировать свои трудовые усилия, скрываемое от работодателя путем постоянной показной демонстрации высокой лояльности. Характерными признаками их трудового поведения (т.е. *атрибутами нелояльности*) выступают:

- не только полное отсутствие публичной критики работодателя, но и регулярные публичные его восхваления;
- постоянная демонстрация личной преданности вышестоящему руководителю;
- готовность сообщить работодателю о любых нарушениях со стороны коллег (включая и ложные доносы);
- активное участие в корпоративных ритуалах;
- готовность выступать в роли постоянного организатора различных корпоративных мероприятий, не связанных с работой;
- скрытое участие в трудовых и межличностных конфликтах, склонность к интригам.

Представители данного типа нелояльных сотрудников более опасны для работодателя уже в силу самого факта постоянного стремления к минимизации собственных трудовых усилий, распространяющегося на все аспекты их профессиональной деятельности. Наиболее очевидной угрозой с их стороны являются систематические нарушения производственной и, особенно, технологической дисциплины. «Имитатор», в частности, найдет десятки причин, оправдывающих срыв им плановых сроков завершения порученной работы. Если такой сотрудник будет уверен, что несоблюдение качественных параметров не будет замечено руководством или на смежном рабочем месте, он с большим удовольствием «облегчит себе жизнь», нарушив установленные технологические нормы.

Наконец, «имитатор», в силу занимаемой должности имеющий доступ к конфиденциальным сведениям, представляет реальную угрозу информационной безопасности организации. В частности, такой сотрудник вряд ли станет затруднять себя скрупулезным выполнением всех пунктов инструкции по работе с конфиденциальными документами или закрытыми электронными базами данных. Следствием такой модели трудового поведения рано или поздно станет нанесение работодателю имущественного или репутационного ущерба от утечки конфиденциальных сведений не из-за наличия злого умысла, а в силу общей безответственности и лени.

Не углубляясь в особенности трудовой психологии «имитатора», следует соблюдать не-

сколько простых правил управления его профессиональной деятельностью. Поскольку «имитатор», за редким исключением, не утруждает себя ни текущей работой, ни повышением своей профессиональной квалификации, он никогда не сможет претендовать на роль менеджера или специалиста. Это позволяет работодателю использовать его в качестве рядового исполнителя, причем не допущенного ни к конфиденциальной информации, ни к особо ответственным технологическим операциям. Кроме того, при наличии в конкретной организации эффективной системы мониторинга производственной и технологической дисциплины, нарушения со стороны рассматриваемой категории сотрудников достаточно оперативно выявляются как непосредственным руководителем, так и штабными службами, осуществляющими контрольные функции. Далее к виновникам могут применяться разнообразные инструменты воздействия, начиная от методов «воспитательного» характера в форме беседы с руководством и вплоть до прямых санкций — административных или экономических. Поэтому у «имитатора» всегда есть выбор между «кнутом и пряником», т.е. между использованными в отношении его санкциями или их отсутствием. Подобная альтернатива, как показывает практика, обычно оказывает благотворное влияние на отношение рассматриваемого типа сотрудников к своим обязательствам перед работодателем. В противном случае, в отличие от «прагматика», «имитатор» в силу своей низкой ценности для организации станет первым кандидатом на сокращение или на замещение более ответственным сотрудником из числа уже имеющихся кандидатов на трудоустройство.

«Борец за справедливость»: это уже не лечится! Основным побудительным мотивом для рассматриваемого типа нелояльных сотрудников выступает стремление занять место неформального лидера в трудовом коллективе путем постоянной демонстрации «активной социальной и гражданской позиции». Характерными признаками их трудового поведения (т.е. *атрибутами нелояльности*) выступают:

- жесткая и публичная критика кадровой политики работодателя и деятельности непосредственного руководителя, иногда — собственных, наиболее успешных коллег;
- постоянные публичные насмешки над корпоративными ценностями и ритуалами;
- демонстративное игнорирование корпоративных традиций;
- регулярное провоцирование конфликтов;
- постоянные официальные жалобы в различные государственные инстанции на своего работодателя.

Такие сотрудники представляют прямую угрозу параллельно как для репутационной, так и для кадровой безопасности организации работодателя. С одной стороны, при наличии в его деятельности любых, даже незначительных прегрешений перед действующим законодательством, именно они выступают в роли «идейного разоблачителя», направляя соответствующие заявления в федеральную инспекцию по труду и занятости населения или сразу в прокуратуру. При этом, свое фактически предательство работодателя «борец за справедливость» будет оправдывать ссылкой на собственную «активную гражданскую позицию». Какой при этом наносится ущерб деловой репутации организации в глазах надзорных органов государства и чем это может для него закончиться, в комментариях не нуждается. С другой стороны, характерным для данного типа нелояльных сотрудников атрибутом нелояльности выступает их склонность к провоцированию недовольства работодателем у коллег, попытки выступить в роли неформальных лидеров, отстаивающих законные права трудящихся, якобы игнорируемые администрацией.

Показательно, что подобное трудовое поведение в большинстве случаев характерно для наименее эффективных сотрудников, у которых недостаточная профессиональная компетентность сочетается с такими личностными качествами как завистливость, избыточные амбиции, склонность к демагогии и популизму. Соответственно, их нелояльное поведение является следствием не «активной жизненной и социальной позиции», а банальным страхом потерять работу в силу собственного непрофессионализма. Осуществляя свою деструктивную деятельность, такие сотрудники надеются, что работодатель просто не рискнет избавиться от них, опасаясь обвинений в сведениях счетов с «защитником интересов трудящихся».

Выступая в роли постоянных возмутителей спокойствия в своих трудовых коллективах, такие «борцы за справедливость» наносят организации *ущерб сразу по трем направлениям. Во-первых*, они сознательно ухудшают ее имидж как работодателя на внутреннем рынке труда. *Во-вторых*, благодаря им неизбежно ухудшается психологический климат, и разрушаются отношения корпоративного духа. *В-третьих*, деструктивная деятельность «борцов за справедливость» часто выступают причиной инициативных увольнений лучших сотрудников, составляющих кадровую элиту организации. Показательно, что одним из наиболее распространенных поводов для критики руководства со стороны рассматриваемого типа нелояльных

сотрудников является обвинение руководителей соответствующих подразделений в наличии у них «любимчиков», которым, в ущерб интересам прочих сотрудников, распределяются наиболее выгодные клиентские группы, заказы, выделяются лучшие инструменты или оргтехника, а также достаются незаслуженные корпоративные поощрения материального и морального характера. Если в конкретном подразделении организации по-настоящему лояльные сотрудники не составляют большинства, подобная критика может найти многих «благодарных слушателей». В результате вокруг элитных кадров рано или поздно возникает «стена отчуждения», что с высокой степенью вероятности спровоцирует их инициативное увольнение.

Учитывая, что нелояльное поведение рассматриваемой здесь категории сотрудников является следствием наличия у них, прежде всего, негативных личностных качеств, шансы работодателя на их «перевоспитание» близки к нулю. «Имитатор» еще может превратиться во вполне добросовестного сотрудника, полезного для работодателя, невзирая на то, что его лояльность будет основана на принуждении. «Борцы же за справедливость» при любых попытках администрации заставить их отказаться от деструктивной деятельности лишь активизируют ее. Поэтому их пребывание в штате любой организации, по мнению автора, просто недопустимо. *Лучшим способом профилактики* выступает их отсев еще на стадии трудоустройства за счет применения эффективных рекрутинг-технологий (например, общение с предыдущим работодателем и коллегами по прежней работе, тестирование с использованием полиграфа) и, конечно, испытательного срока. *При необходимости же избавиться от уже присутствующего в штате нелояльного сотрудника* данного типа, специалистам кадровой службы необходимо скрупулезно выполнять соответствующие требования трудового законодательства. В противном случае почти неизбежным становится продолжительное судебное разбирательство по иску уволенного сотрудника, «несправедливо репрессированного за свои социальные убеждения».

«Саботажник-мститель»: я человек не злопамятный, а просто злой и память у меня хорошая! Основным побудительным мотивом для рассматриваемого типа нелояльных сотрудников выступает тщательно скрываемое стремление отомстить работодателю за реальные или мнимые обиды, в том числе - с использованием наиболее опасных форм проявления нелояльности. Характерными признаками их трудового поведения (т.е. *атрибутами нелояльности*) выступают:

- наличие негативных с позиции работодателя личностных качеств (злопамятность, обидчивость, мстительность), определяющие в некоторых ситуациях проявление нелояльности;

- отсутствие чувства солидарности с интересами не только работодателя, но и коллег;

- неспособность сотрудника объективно оценить адекватность нанесенной ему обиды и ущерба работодателя от реализованной мести;

- умение длительное время скрывать от работодателя и коллег свое желание отомстить.

В обычных условиях трудовое поведение сотрудников данного типа не вызывает нареканий у руководства. Но от лояльных коллег их отличает наличие *трех личностных качеств*, а именно неспособность критично себя оценивать, злопамятность и мстительность. В случае если администрация или руководитель подразделения чем-то серьезно обидели такого сотрудника, пусть даже и вполне заслуженно (например, обошли с повышением, лишили премии, сделали публичный выговор), у него немедленно срабатывают именно эти качества. В дальнейшем «саботажник-мститель» психологически уже готов использовать любой подходящий момент для «сведения счетов» с работодателем. Особая опасность его действий заключается в том, что, планируя свою месть, он обычно не задумывается о тяжести последствий от ее реализации не только для организации, но и для своих коллег. Так, в результате уничтожения саботажником компьютерной базы данных или порчи особо ценного оборудования работа соответствующего подразделения может оказаться парализованной на длительный срок и, как следствие, вызовет массовое сокращение его сотрудников или длительный неоплачиваемый отпуск. Противодействие саботажнику затрудняет тот факт, что он обычно никогда не афиширует свою обиду, а свою месть осуществляет так, что выявить конкретного виновника традиционными методами расследования весьма затруднительно. Именно в такой ситуации *применение опроса с использованием полиграфа* будет вполне оправданно в глазах трудового коллектива. Понимая, что саботажником нанесен ущерб интересам не только работодателя, но и товарищей по работе, сотрудники, скорее всего, с пониманием отнесутся к желанию администрации выявить и наказать конкретного виновника.

Единственным *способом профилактики угроз* со стороны рассматриваемого типа нелояльных сотрудников является тщательный отбор кандидатов на трудоустройство. Как и в случае с «борцами за справедливость», задачей психолога кадровой службы является подтверждение отсутствия у кандидата потенциально

опасных для работодателя личностных качеств (в том числе, с использованием полиграфа), а задачей специалистов службы корпоративной безопасности – подтверждение факта отсутствия соответствующих претензий к кандидату со стороны его прежних работодателей.

«Конспиратор»: не дай Бог мне жить на одну зарплату! Основным *побудительным мотивом* для рассматриваемого типа нелояльных сотрудников выступает тщательно скрываемое от работодателя стремление к достижению собственных, сугубо прагматичных целей, находящихся в прямом противоречии с корпоративными интересами. Характерными признаками их трудового поведения (т.е. *атрибутами нелояльности*) выступают:

- готовность внешне подчиняться всем требованиям и пожеланиям работодателя в области лояльности персонала;

- неучастие в коллективных конфликтах;

- полное отсутствие морально-этических обязательств перед работодателем;

- постоянная готовность принести в жертву своим интересам интересы работодателя;

- в случае возможности извлечения существенной личной выгоды – готовность создать ситуацию, при которой работодателю будет нанесен любой по масштабам ущерб;

- отказ от публичной критики работодателя в сочетании с постоянной готовностью предать его при наличии малейшей личной выгоды.

Именно последний тип нелояльных сотрудников представляет наибольшую угрозу с позиции обеспечения репутационной, информационной и имущественной безопасности работодателя. Их морально-этические установки (точнее – полное их отсутствие) изначально нацеливают на нанесение работодателю любого имущественного или репутационного ущерба, сопряженного с приобретением хотя бы малейшей личной выгоды. Представители рассматриваемого типа нелояльных работников являются наиболее привлекательными объектами для подкупа криминальными структурами, индивидуальными злоумышленниками, недобросовестными партнерами или поднадзорными организациями. При наличии хотя бы минимальных гарантий личной безопасности «конспиратор» с легкостью пойдет на соучастие в краже, даст «наводку» на ограбление, примет взятку за злоупотребление своими служебными полномочиями или заключение невыгодного для работодателя хозяйственного договора. С таким же успехом он может действовать и по собственной инициативе, если задуманное преступление не предполагает необходимость наличия соучастников.

Особую угрозу «конспираторы» представляют для хозяйствующих субъектов, вынужденных работать в условиях высококонкурентной среды (специфика которой в современных отечественных условиях исследовалась, в частности, д.э.н. Ю. Рубиным).⁴ Ее характерной особенностью выступает широкое распространение сбора информации о конкурентах откровенно нелегитимными методами, т.е. с использованием инструментов бизнес-разведки. Одним из типовых и самых распространенных ее инструментов является вербовка информаторов из числа сотрудников конкурирующей организации, имеющих доступ к конфиденциальной информации. По очевидным причинам «конспираторы» являются «идеальным» объектом вербовки. В дальнейшем они становятся источниками утечки самых разнообразных конфиденциальных сведений – от стратегических бизнес-планов до различных объектов интеллектуальной собственности, лишая своего работодателя честно приобретенных им рыночных преимуществ. Последствия реализации данной угрозы для любого бизнеса подробно аргументирована в практико-ориентированном труде А. Енина, И. Ковалевича и В. Руденкова.⁵

Следует учитывать, что в отличие от «борца за справедливость», «конспиратор» всегда умело скрывает свое истинное отношение к работодателю, внешне демонстрируя ему полную лояльность. Это серьезно затрудняет выявление таких сотрудников в коллективе организации, особенно с развитой филиальной сетью. Поэтому наиболее эффективными *методами борьбы с «конспираторами»* является, с одной стороны, эффективная *процедура отбора кандидатов на трудоустройство* и, с другой стороны, надлежащий *контроль за сотрудниками* параллельно по трем векторам – со стороны непосредственных руководителей, службы персонала и службы безопасности вуза.

Заключение

Для повторного подтверждения актуальности проведенного исследования, в завершающей части главы сформулированы конкурентные недостатки, негативно влияющие на рыночные позиции организации, руководство которой не уделяет должного внимания проблеме нелояльности персонала.

Во-первых, главным недостатком выступает невозможность обеспечения высокой деловой репутации хозяйствующего субъекта,

прежде всего - в глазах клиентов на профильном для него рынке, а также в глазах государства, в лице уполномоченных органов регулирования и надзора. С одной стороны, сегодня главным критерием такой репутации является не столько общий ассортимент, сколько качество предлагаемых товаров или услуг, обеспечивать которое нелояльные сотрудники типа «имитаторы» попросту не желают. С другой стороны, одной из возможных угроз деловой репутации организации в глазах государства выступают попытки компрометации его «саботажниками – мстителями».

Во-вторых, серьезным конкурентным недостатком организации является фактически реализуемая его нелояльными сотрудниками ориентация на использование «морально» устаревших технологий производства и реализации своей продукции. На современном рынке одним из важнейших факторов конкурентоспособности является инновационность бизнеса. Приобрести это важнейшее конкурентное преимущество способны лишь хозяйствующие субъекты, большинство персонала которых в силу высокого уровня лояльности работодателю готовы по собственной инициативе постоянно предлагать те или иные инновации. Ожидать такого трудового поведения от сотрудников типов «имитатор» или даже «прагматик» по очевидным причинам совершенно бессмысленно.

В-третьих, еще одним конкурентным недостатком любого хозяйствующего субъекта является неспособность эффективно защитить конфиденциальную информацию, составляющую коммерческую и, тем более, клиентскую тайну. В нашем случае причиной утечки такой информации является деструктивная деятельность нелояльных сотрудников типа «конспираторов» и «саботажников – мстителей». Первые готовы передать ее непосредственным конкурентам своего работодателя или конкурентам его клиентам лишь за вознаграждение, вторые вполне способны сделать это и на безвозмездной основе.

В-четвертых, конкурентным недостатком организаций, в штате которых высок удельный вес нелояльных сотрудников типов «прагматик» и «имитатор», являются худшие возможности в области повышения качества человеческого капитала. Сегодня такие возможности прямо зависят от степени нацеленности персонала на постоянное повышение профессиональной

⁴ Рубин Ю. Что такое конкуренция? (Введение в теорию конкурентного поведения). Современная конкуренция, № 1 (43), 2014. С. 101-126.

⁵ Енин А., Ковалевич И., Руденков В. Интеллектуальные секреты и безопасность бизнеса: практическое пособие. М.: «ФУАинформ», 2007. 224с.

квалификации, в том числе, в режиме самообразования. Для рассмотренных выше сотрудников подобная ориентация абсолютно не характерна, поскольку сопряжена не только с дополнительными трудовыми затратами, но и с расходами на оплату своего участия в специальных тренингах, семинарах, других программах повышения квалификации. Другой причиной ухудшения качества человеческого капитала является инициативные увольнения представителей кадровой элиты, не входящих в категорию топ менеджмента, в результате деструктивной деятельности «борцов за справедливость».

В-пятых, на конкурентоспособность любой современной организации оказывает влияние состояние психологического климата в коллективах, прежде всего, ее производственных подразделений. Очевидно, что лояльный сотрудник никогда не станет инициатором производственного, трудового или межличностного конфликта. Для «борца за справедливость» провоцирование таких конфликтов является единственно возможной моделью трудового поведения.

С учетом потенциального влияния изложенных выше конкурентных недостатков на рыночные позиции современной организации работодателя можно констатировать, что проблема минимизации удельного веса нелояльных сотрудников должна постоянно находиться в поле зрения высшего руководства, а успешность решения данной проблемы зависит уже от эффективности взаимодействия следующих инстанций и должностных лиц, а именно: кадровой службы, службы безопасности, руково-

дителей структурных подразделений и представителей топ менеджмента.

Литература

1. *Енин А., Ковалевич И., Руденков В.* Интеллектуальные секреты и безопасность бизнеса: практическое пособие. М.: «ФУАинформ», 2007. 224 с.
2. *Ковров А.* Лояльность персонала. М.: Бератор, 2004. 165 с.
3. *Овчинникова О.* Лояльность персонала. М.: Изд. «Научная книга», 2003. 260 с.
4. *Райхельд Ф.* Эффект лояльности: движущие силы экономического роста, прибыли и непреходящей ценности. / Пер. с англ. М.: Вильямс 383 с.
5. *Рубин Ю.* Что такое конкуренция? (Введение в теорию конкурентного поведения). Современная конкуренция, № 1 (43), 2014. С. 101–126.

References

1. Enin A., Kovalevich I., Rudenkov V. (2007) Intellectual secrets and business security: a practical guide. M.: "FUAinform". 224 p.
2. Kovrov A. (2004) Loyalty of staff. M.: Berator. 165 p.
3. Ovchinnikova O. (2003) Staff loyalty. M.: Izd. "Scientific book". 260 p.
4. Rayheld F. The effect of loyalty: the driving forces of economic growth, profits and lasting value. / Per. from English. M.: Williams 383 p.
5. Rubin Yu. (2014) What is competition? (Introduction to the theory of competitive behavior). Modern competition, No. 1 (43). Pp. 101–126.

УДК 330

И. В. Косорукова,
заведующий кафедрой оценочной деятельности
и корпоративных финансов Университета
«Синергия», доктор экономических наук, про-
фессор (г. Москва)
E-mail: IKosorukova@synergy.ru

Анализ взаимосвязи стоимости и цены бизнеса и влияния на них финансовых показателей

Аннотация

Цель работы. Определение состояния этих связей в современной экономике России.

Материалы и методы. Проводится анализ взаимосвязей между рыночной стоимостью и ценой (уровнем капитализации) бизнеса, а также анализируется характер связи этих показателей с традиционными финансовыми коэффициентами.

Результат. Определение существенности влияния финансовых коэффициентов, используемых в традиционном финансовом анализе, на стоимость и цену бизнеса, дает возможность прогнозирования развития и принятия решений в рамках управления стоимостью бизнеса, а также более эффективного инвестирования средств в ценные бумаги.

Заключение. Представленный в статье анализ указывает, что только часть традиционных финансовых коэффициентов оказывает влияние на формирование цены и стоимости бизнеса, что свидетельствует о необходимости разработки такой системы показателей, которая является более информативной с точки зрения их использования для реализации финансовой модели принятия решений с точки зрения концепции стоимостно-ориентированного менеджмента.

Ключевые слова: стоимость, цена, бизнес, финансовые коэффициенты, корреляция, регрессия

I. V. Kosorukova,
Ph.D. (economics), head of the Department
of valuation activity and corporate Finance
University «Synergy», Professor, Moscow,
E-mail: IKosorukova@synergy.ru

Analysis of the relationship between the value and price of the business and the impact of financial indicators on them

Abstract

Purpose of work. The purpose of the article is to determine the state of these relations in the modern economy of Russia.

Materials and methods. In the article the authors analyze the relationship between the market value and the price (level of capitalization) of the business, and also analyze the nature of the relationship of these indicators with the traditional financial ratios.

Results. Determination of materiality influence of financial coefficients which are used in traditional financial analysis on value and price of business that gives the chance of forecasting of development and decision-making within management of business` value, and also more effective investment of means in securities.

Conclusion. The analysis is presented in the article indicates that only part of the traditional financial indicators has an impact on the formation of prices and business value, which indicates the need to develop such a system of indicators, which is more informative in terms of their using for the implementation of the financial model in terms of value based management.

Keywords: value, price, business, financial indicators, correlation, regression

В начале исследования определимся с понятийным аппаратом. Под ценой бизнеса будем понимать цену акций публичных компаний на фондовом рынке, которая формируется в момент сделки с акциями этих компаний, умно-

женную на количество акций эмитента (то есть величину капитализации).

Под стоимостью бизнеса будем понимать наиболее вероятную расчетную величину, отражающую денежное выражение экономиче-

ских выгод от предпринимательской деятельности бизнеса.¹

Под бизнесом же ФСО № 8² понимает предпринимательскую деятельность организации, направленную на извлечение экономических выгод.

Данная проблема исследования обусловлена несколькими причинами:

современной концепцией управления финансами организации. В Западной Европе и США управление стоимостью входит в систему Value Based Management – менеджмент, нацеленный на создание, управление и оценку стоимости. VBM, одна из наиболее эффективных современных концепций управления, рассматривает увеличение стоимости бизнеса как главную цель функционирования компании³. Максимизация уровня капитализации для публичных компаний и рыночной стоимости бизнеса для непубличных компаний является целью управления их финансами⁴;

регулирующая функция закона стоимости анализирует колебание цен вокруг стоимости, что ведет к приливу или оттоку капитала и труда в соответствующую отрасль или страну, следовательно, к увеличению или снижению объема производства – росту или снижению предложения – понижению или повышению цен, что особенно важно для современной российской экономики.

В статье проводится анализ взаимосвязи стоимости и цены бизнеса, а также степень влияния на них некоторых финансовых показателей. Строятся эконометрические модели зависимости в современных условиях, определяется взаимосвязь цены и стоимости с финансовыми коэффициентами, используемыми в традиционном финансовом анализе организаций.

Исследования взаимосвязи стоимости и цены уже проводились по российскому рынку по

данным за 2002–2003 гг.⁵ и за 2011 г.⁶. Результаты этих исследований, также как и зарубежных аналогичных исследований показывают наличие довольно сильной связи между рыночной ценой и ценностью (стоимостью) бизнеса.

Расчет стоимости для анализа тесноты связи между ценой и стоимостью бизнеса осуществлялся с помощью модели Гордона⁷, где разными способами формировалась величина денежного потока. В статье проводится анализ описанных показателей по итоговым данным работы 240 российских компаний в 2011 году и 130 российских компаний в 2012–2014 годах. Исходные данные для анализа были взяты из системы комплексного раскрытия информации НАУФОР об эмитентах “СКРИН” (www.skrin.ru).

Как уже отмечалось, в рамках проводимого анализа рассматривалась связь между уровнем капитализации указанных компаний и их стоимостью. При этом показатель стоимости определялся с помощью доходного подхода с использованием денежного потока, рассчитанного несколькими способами:

- операционный денежный поток из формы отчетности “Отчет о движении денежных средств” (далее операционный денежный поток);

- сальдо денежных потоков по всем видам деятельности из формы “Отчет о движении денежных средств”, то есть денежный поток на собственный (акционерный) капитал (CFFE) (далее денежный поток на собственный капитал).

По указанным данным исследовалась количественная и качественная связь цены и стоимости бизнеса, рассчитанная разными способами. Исследование проводилось с помощью инструментов статистического анализа приложения Excel (2011 год) и программного комплекса SPSS (2012–2014 гг.). В частности, использовались средства вычисления линейного коэффициента парной корреляции (“Корреляция”) и ранжиро-

¹ Приказ Минэкономразвития России от 01.06.2015 № 326 «Об утверждении Федерального стандарта оценки «Оценка бизнеса (ФСО № 8)» п. 3.

² Приказ Минэкономразвития России от 01.06.2015 № 326 «Об утверждении Федерального стандарта оценки «Оценка бизнеса (ФСО № 8)».

³ Copeland T., Koller T., Murrin J. Valuation: Measuring and Managing the Value of Companies. 4th ed. – New York: John Wiley & Sons, Inc., 2005, p. 37.

⁴ См., например.: Никитушкина И.В. Корпоративные финансы: учебник для академического бакалавриата / Никитушкина И.В., Макарова С.Г., Студников С.С.; под общ. ред. Никитушкиной И.В. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2015, с. 27; Корпоративные финансы: Учебник для вузов / под ред. М.В. Романовского, А.И. Вострокнутовой. Стандарт третьего поколения. – СПб.: Питер, 2014, с. 74.

⁵ Корпоративное управление: вопросы практики и оценки российских компаний / О.В. Бандалюк, И.В. Березин, А.В. Бухвалов, Д.Л. Волков, Т.А. Гаранина, Ю.Б. Ильина; под ред. А.В. Бухвалова; Высшая школа менеджмента СПбГУ. – СПб.: Изд-во “Высшая школа менеджмента”, монография, 2012, с. 178.

⁶ Косорукова И.В., Прокиньков Н.Н. Стоимость и цена бизнеса: сущность, взаимосвязь и влияние финансовых показателей // Прикладная информатика, №5(47), 2013, с. 45–57.

⁷ Copeland T., Koller T., Murrin J. Valuation: Measuring and Managing the Value of Companies. 4th ed. – New York: John Wiley & Sons, Inc., 2005, pp. 271–290.

вания рядов для вычисления рангового коэффициента корреляции Спирмена (“Ранг и персентиль”). Для нахождения коэффициентов линейного уравнения регрессии и проверки его на адекватность в случаях выявления существенной корреляционной зависимости между показателями применялось средство регрессионного анализа “Регрессия”.

Результаты проверки существования связи между показателями представлены в таблице 1. В таблице используются следующие обозначения:

n – размер выборки (число обследованных компаний),

$R_{расч}$ – вычисленные значения линейного и рангового коэффициентов корреляции.

Таблица 1

Результаты анализа статистической связи цены и стоимости бизнеса в 2011–2014 гг.

Финансовый показатель стоимости	Количественный анализ, $R_{расч}$				Качественный анализ, $R_{расч}$				Вывод
	2011	2012	2013	2014	2011	2012	2013	2014	
По денежному потоку на собственный капитал	0,756 $n=65$	0,134 $n=91$	0,563 $n=91$	0,510 $n=96$	0,576 $n=65$	0,134 $n=92$	0,060 $n=101$	0,218 $n=96$	Исследуемая количественная связь с вероятностью 0,99 является сильной в 2011, 2013, 2014 гг. и слабой в 2012 г., исследуемая качественная связь с вероятностью 99,9% является значимой во всех периодах
По операционному денежному потоку	0,534 $n=116$	0,668 $n=92$	0,931 $n=97$	0,908 $n=96$	0,356 $n=116$	0,627 $n=92$	0,601 $n=101$	0,650 $n=96$	Исследуемая количественная связь с вероятностью 0,99 является сильной во всех анализируемых периодах, исследуемая качественная связь с вероятностью 99,9% является значимой

Для выявленных случаев существенной корреляционной связи между показателями были построены уравнения линейной регрес-

сии. В таблице 2 приведены полученные коэффициенты уравнений и параметр R^2 – значение коэффициента детерминации.

Таблица 2

Уравнения линейной регрессии для величины капитализации организаций (y) в 2011–2014 годах

Переменная (x)	Вид уравнения	R^2
<i>2011 год</i>		
Стоимость по денежному потоку на собственный капитал	$7381801252,8 + 0,3x$	0,57
Стоимость по операционному денежному потоку	$19463371198,5 + 0,49x$	0,29
<i>2012 год</i>		
Стоимость по денежному потоку на собственный капитал	$235730908922,7 + 0,56x$	0,02
Стоимость по операционному денежному потоку	$129462555158,1 + 0,51x$	0,45
<i>2013 год</i>		
Стоимость по денежному потоку на собственный капитал	$134910925316,7 + 1,4x$	0,32
Стоимость по операционному денежному потоку	$53714551247,2 + 0,4x$	0,87
<i>2014 год</i>		
Стоимость по денежному потоку на собственный капитал	$51101586291,3 + 0,36x$	0,36
Стоимость по операционному денежному потоку	$51101586291,3 + 0,36x$	0,82

Как следует из приведенных в таблице 2 результатов, в отношении большинства из построенных уравнений с вероятностью 95% можно утверждать, что оно адекватно и способно с указанной достоверностью предсказывать экспериментальные результаты.

Результаты анализа связи между ценой и стоимостью, полученной разными способами, указывает на наличие в большинстве случаев количественной и качественной связи между анализируемыми показателями. В большинстве случаев есть возможность построения регрессионной зависимости между анализируемыми показателями. Отсутствие количественной зависимости наблюдается между ценой и стоимостью, полученной по операционному денежному потоку в 2011 и 2014 годах, а также между ценой и стоимостью, полученной по денежному потоку на собственный (акционерный) капитал в 2012–2014 гг. По всем параметрам наблюдается отсутствие количественной зависимости в 2012 году.

Уравнения регрессии указывают на наличие прямой линейной зависимости между анализируемыми показателями. Самый высокий уровень коэффициента детерминации у уравне-

ний, описывающего влияние величины стоимости по операционному денежному потоку на уровень капитализации в 2013–2014 гг. Модели могут быть использованы для прогнозирования величины уровня капитализации компаний. Интересно, что описательные свойства аналогичной однофакторной модели в 2002–2003 годах ($R^2=0,603$),⁸ практически совпали со свойствами полученной нами модели в 2011 году ($R^2=0,57$).

После проведения анализа взаимосвязи цены и стоимости авторами был проведен анализ влияния некоторых финансовых показателей на стоимость и цену бизнеса (см. результаты, представленные в таблицах №№ 3–5). К числу таких финансовых показателей были отнесены: коэффициент текущей ликвидности, коэффициент обеспеченности собственными средствами, коэффициент автономии, плечо финансового рычага, оборачиваемость активов, оборачиваемость собственного капитала, рентабельность активов, рентабельность собственного капитала, рентабельность продаж.⁹

Указанные коэффициенты включаются в подавляющее большинство методик финансового анализа.

Таблица 3

Анализ влияния финансовых коэффициентов на стоимость бизнеса, полученную по денежному потоку на собственный капитал, по данным на конец 2011–2014 гг.¹⁰

Финансовый коэффициент	Количественный анализ, Rрасч				Качественный анализ, Rрасч				Вывод
	2011	2012	2013	2014	2011	2012	2013	2014	
Коэффициент текущей ликвидности	-0,030	0,147	0,065	-0,012	0,154	-0,48	0,127	-0,052	Исследуемая количественная связь слабая, гипотеза о наличии качественной связи на уровне значимости 90% не подтверждается во всех периодах
Коэффициент обеспеченности собственными средствами	-0,018	0,066	0,075	0,026	0,330	-0,075	0,105	-0,213	Исследуемая количественная связь слабая, исследуемая качественная связь с вероятностью 95% является значимой в 2011 году, гипотеза о наличии качественной связи на уровне значимости 90% не подтверждается во всех остальных периодах

⁸ Корпоративное управление: вопросы практики и оценки российских компаний / О. В. Бандалюк, И. В. Березинец, А. В. Бухвалов, Д. Л. Волков, Т. А. Гаранина, Ю. Б. Ильина; под ред. А. В. Бухвалова; Высшая школа менеджмента СПбГУ. СПб.: Изд-во "Высшая школа менеджмента", монография, 2012, с. 176.

⁹ Формулы расчета показателей: денежная рентабельность активов = денежный поток/валюта баланса; коэффициент текущей ликвидности = оборотные активы/ краткосрочные обязательства; коэффициент обеспеченности собственными средствами = собственные оборотные средства/оборотные активы; коэффициент автономии = собственный капитал/валюта баланса; плечо финансового рычага = заемный капитал/собственный капитал; оборачиваемость активов = выручка/валюта баланса; оборачиваемость собственного капитала = выручка/собственный капитал; рентабельность активов = прибыль от продаж/валюта баланса; рентабельность собственного капитала = чистая прибыль/собственный капитал, рентабельность продаж = прибыль от продаж/выручка.

¹⁰ Количество наблюдений по годам: n = 238 (2011 год), n = 95 (2012 год), n = 114 (2013 год), n = 109 (2014 год), n = 112 (2015 год), n = 116 (2016 год).

Продолжение таблицы 3

Коэффициент автономии	0,028	0,108	0,131	0,092	0,422	-0,009	0,209	-0,095	Исследуемая количественная связь слабая, исследуемая качественная связь с вероятностью 95% является значимой в 2011 г., и с вероятностью 99% в 2013 г., гипотеза о наличии качественной связи на уровне значимости 90% не подтверждается во всех остальных периодах
Плечо финансового рычага	-0,023	-0,070	-0,068	-0,082	0,123	0,019	-0,243	0,149	Исследуемая количественная связь обратная слабая, исследуемая качественная связь с вероятностью 99% является значимой в 2013 году, гипотеза о наличии качественной связи на уровне значимости 90% не подтверждается во всех остальных периодах
Оборачиваемость активов	-0,091	0,009	-0,049	-0,073	0,228	-0,157	-0,154	0,072	Исследуемая количественная связь слабая, гипотеза о наличии качественной связи на уровне значимости 90% не подтверждается во всех остальных периодах
Оборачиваемость собственного капитала	-0,037	-0,011	-0,042	-0,077	0,208	-0,041	-0,251	0,132	Исследуемая количественная связь обратная слабая, исследуемая качественная связь с вероятностью 99% является значимой в 2013 году, гипотеза о наличии качественной связи на уровне значимости 90% не подтверждается во всех остальных периодах
Рентабельность активов	-0,005	0,018	0,035	-0,023	0,372	-0,080	0,132	0,045	Исследуемая количественная связь слабая, исследуемая качественная связь с вероятностью 95% является значимой в 2011 году, гипотеза о наличии качественной связи на уровне значимости 90% не подтверждается во всех остальных периодах
Рентабельность собственного капитала	-0,005	0,000	-0,033	-0,064	0,274	-0,10	0,025	0,088	Исследуемая количественная связь слабая или отсутствует, гипотеза о наличии качественной связи на уровне значимости 90% не подтверждается во всех остальных периодах
Рентабельность продаж	0,020	0,042	0,078	0,246	0,410	0,004	0,238	0,146	Исследуемая количественная связь с вероятностью 99% не является значимой, исследуемая качественная связь с вероятностью 95% является значимой в 2011 году, и с вероятностью 99% в 2013 г., гипотеза о наличии качественной связи на уровне значимости 90% не подтверждается во всех остальных периодах

Таблица 4

Анализ влияния финансовых коэффициентов на стоимость бизнеса, рассчитанную по операционному фактическому денежному потоку, по данным на конец 2011–2014 гг.¹¹

Финансовый коэффициент	Количественный анализ, Ррасч				Качественный анализ, Ррасч				Вывод
	2011	2012	2013	2014	2011	2012	2013	2014	
Коэффициент текущей ликвидности	-0,016	0,112	0,004	-0,021	0,297	0,067	0,135	0,218	Исследуемая количественная связь слабая, исследуемая качественная связь с вероятностью 95% является значимой в 2014, 2016 году, гипотеза о наличии качественной связи на уровне значимости 90% не подтверждается во всех остальных периодах
Коэффициент обеспеченности собственными средствами	0,019	-0,005	-0,023	-0,069	0,051	-0,273	-0,303	-0,364	Исследуемая количественная связь слабая, исследуемая качественная связь с вероятностью 99% является значимой в 2012, 2013, 2014 году, гипотеза о наличии качественной связи на уровне значимости 90% не подтверждается во всех остальных периодах
Коэффициент автономии	0,205	0,145	0,059	0,025	0,283	0,407	0,260	0,184	Исследуемая количественная связь слабая, исследуемая качественная связь с вероятностью 99% является значимой в 2012, 2013, 2016 гг., гипотеза о наличии качественной связи на уровне значимости 90% не подтверждается во всех остальных периодах
Плечо финансового рычага	-0,034	-0,117	-0,049	0,002	-0,191	-0,363	-0,190	-0,038	Исследуемая количественная связь обратная слабая, исследуемая качественная связь с вероятностью 99% является значимой в 2012 году, с вероятностью 95% является значимой в 2016 году, гипотеза о наличии качественной связи на уровне значимости 90% не подтверждается во всех остальных периодах
Оборачиваемость активов	-0,079	-0,115	-0,101	-0,120	0,070	-0,230	-0,216	-0,198	Исследуемая количественная связь обратная слабая, исследуемая качественная связь с вероятностью 99% является значимой в 2012, 2013 году, с вероятностью 95% является значимой в 2014, 2016 году
Оборачиваемость собственного капитала	-0,054	-0,080	-0,075	-0,042	-0,026	-0,179	-0,161	0,000	Исследуемая количественная связь обратная слабая, исследуемая качественная связь с вероятностью 95% является значимой в 2016 году, гипотеза о наличии качественной связи на уровне значимости 90% не подтверждается во всех остальных периодах
Рентабельность активов	0,185	0,055	0,044	-0,027	0,460	0,336	0,440	0,203	Исследуемая количественная связь слабая, исследуемая качественная связь с вероятностью 99% является значимой в 2011, 2012, 2013, 2016 гг., с вероятностью 95% является значимой в 2014 году
Рентабельность собственного капитала	0,050	0,055	0,052	0,037	0,287	0,118	0,285	0,100	Исследуемая количественная связь слабая, исследуемая качественная связь с вероятностью 99% является значимой в 2013, 2016 гг., гипотеза о наличии качественной связи на уровне значимости 90% не подтверждается во всех остальных периодах
Рентабельность продаж	0,018	0,156	0,110	0,165	0,472	0,477	0,432	0,494	Исследуемая количественная связь слабая, исследуемая качественная связь с вероятностью 99% является значимой в 2011, 2012, 2013, 2014, 2016 гг.

¹¹ Количество наблюдений по годам: n = 238 (2011 год), n = 95 (2012 год), n = 114 (2013 год), n = 109 (2014 год), n = 112 (2015 год), n = 116 (2016 год).

Таблица 5

**Анализ влияния финансовых коэффициентов на уровень капитализации бизнеса
по данным на конец 2011–2014 гг.¹²**

Финансовый коэффициент	Количественный анализ, Расч.				Качественный анализ, Расч.				Вывод
	2011	2012	2013	2014	2011	2012	2013	2014	
Коэффициент текущей ликвидности	-0,014	-0,036	0,008	-0,004	0,285	0,296	0,358	0,279	Исследуемая количественная связь обратная слабая, исследуемая качественная связь с вероятностью 99% является значимой в 2012, 2013, 2014 году, гипотеза о наличии качественной связи на уровне значимости 90% не подтверждается в 2011 году
Коэффициент обеспеченности собственными средствами	0,033	0,051	-0,072	-0,127	0,163	-0,013	-0,100	-0,250	Исследуемая количественная связь слабая, исследуемая качественная связь с вероятностью 95% является значимой в 2014 году, гипотеза о наличии качественной связи на уровне значимости 90% не подтверждается во всех остальных периодах
Коэффициент автономии	0,091	0,134	0,049	0,022	0,405	0,416	0,315	0,298	Исследуемая количественная связь слабая, исследуемая качественная связь с вероятностью 99% является значимой в 2011, 2012, 2013, 2014 гг.
Плечо финансового рычага	-0,046	-0,147	-0,038	-0,034	0,119	-0,389	-0,163	-0,098	Исследуемая количественная связь обратная слабая, исследуемая качественная связь с вероятностью 99% является значимой в 2012 году, гипотеза о наличии качественной связи на уровне значимости 90% не подтверждается во всех остальных периодах
Оборачиваемость активов	-0,102	-0,196	-0,149	-0,174	0,183	-0,589	-0,447	-0,480	Исследуемая количественная связь обратная слабая, исследуемая качественная связь с вероятностью 99% является значимой в 2012, 2013, 2014 гг., гипотеза о наличии качественной связи на уровне значимости 90% не подтверждается в 2011 году
Оборачиваемость собственного капитала	-0,076	-0,10	-0,10	-0,053	0,154	-0,484	-0,301	-0,075	Исследуемая количественная связь обратная слабая, исследуемая качественная связь с вероятностью 99% является значимой в 2012, 2013 гг., гипотеза о наличии качественной связи на уровне значимости 90% не подтверждается во всех остальных периодах
Рентабельность активов	0,008	0,194	0,140	0,023	0,201	0,419	0,423	0,405	Исследуемая количественная связь слабая, исследуемая качественная связь с вероятностью 99% является значимой в 2012, 2013, 2014 гг., гипотеза о наличии качественной связи на уровне значимости 90% не подтверждается в 2011 году
Рентабельность собственного капитала	-0,033	0,221	0,202	0,067	0,152	0,275	0,357	0,260	Исследуемая количественная связь с вероятностью 95% не является значимой, исследуемая качественная связь с вероятностью 99% является значимой в 2012, 2013, 2014 гг., гипотеза о наличии качественной связи на уровне значимости 90% не подтверждается в 2011 году

¹² Количество наблюдений по годам: n = 189 (2011 год), n = 91 (2012 год), n = 101 (2013 год), n = 98 (2014 год), n = 95 (2015 год), n = 95 (2016 год).

Продолжение таблицы 5

Рентабельность продаж	0,015	0,225	0,258	0,319	0,308	0,592	0,429	0,588	Исследуемая количественная связь с вероятностью 95% (99% в 2014) не является значимой, исследуемая качественная связь с вероятностью 99% является значимой в 2012, 2013, 2014 гг.
-----------------------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	---

В результате проведенного анализа влияния финансовых коэффициентов на стоимость, полученную разными способами, и уровень капитализации компаний были получены данные, которые фактически указывают на отсутствие количественной зависимости и на наличие отдельных показателей, связанных со стоимостью качественно.

К числу таких связей можно отнести для большинства анализируемых периодов:

- связь между стоимостью бизнеса, полученную по денежному потоку на собственный капитал и коэффициентом автономии, рентабельностью активов, рентабельностью продаж в отдельных периодах (таблица 3);

- связь между стоимостью бизнеса, полученную по операционному фактическому денежному потоку и коэффициентом автономии, рентабельностью активов, рентабельностью продаж (таблица 4);

- связь между уровнем капитализации и коэффициентом автономии, рентабельностью активов, собственного капитала и продаж (таблица 5).

Стоит обратить внимание на одну интересную особенность: обнаружена обратная зависимость показателей (цены, рыночной и балансовой стоимости) и показателей оборачиваемости и показателей, характеризующих финансовую устойчивость компании (кроме коэффициента автономии).

Кроме того, наименьшая зависимость обнаружена между показателями стоимости по денежным потокам и из всех анализируемых показателей рентабельности с рентабельностью собственного капитала. Между тем, в расчете рентабельности собственного капитала в числителе использован показатель чистой прибыли, тогда как в расчете рентабельности активов использован показатель прибыли до налогообложения, рентабельности продаж — прибыли от продаж. Напрашивается вывод, что чистая прибыль является наименее значимым показателем прибыли в рамках стоимостно-ориентированного подхода к принятию решений.

Данные результаты свидетельствуют о том, что традиционные финансовые коэффициенты в части анализа оборачиваемости и финансовой устойчивости не являются значимыми индикаторами стоимости и цены бизнеса. При этом зна-

чимые качественные связи наблюдаются с показателями рентабельности и структуры капитала (коэффициентом автономии). Данное обстоятельство свидетельствует о необходимости разработки системы показателей, которая бы учитывала данную особенность и была более репрезентативна с точки зрения стоимостно-ориентированного подхода к принятию управленческих решений в компании.

В современных российских экономических условиях лишь часть традиционных финансовых коэффициентов оказывает влияние на формирование цены и стоимости бизнеса. Представленный в статье анализ указывает на целесообразность формирования такой системы показателей, которая является более информативной с точки зрения их использования для реализации стоимостно-ориентированного анализа и подхода к принятию управленческих решений в организации.

Литература

1. Федеральный закон «Об оценочной деятельности в РФ» от 29.07.1998 года № 135-ФЗ (с изм. и доп.) // СПС Консультант Плюс.
2. Приказ Минэкономразвития России от 01.06.2015 № 326 «Об утверждении Федерального стандарта оценки «Оценка бизнеса (ФСО № 8)» // СПС Консультант Плюс.
3. Корпоративное управление: вопросы практики и оценки российских компаний / О. В. Бандалюк, И. В. Березинец, А. В. Бухвалов, Д. Л. Волков, Т. А. Гаранина, Ю. Б. Ильина; под ред. А. В. Бухвалова; Высшая школа менеджмента СПбГУ. СПб.: Изд-во «Высшая школа менеджмента», монография, 2012.
4. Корпоративные финансы: Учебник для вузов / под ред. М. В. Романовского, А. И. Вострокнутовой. Стандарт третьего поколения. СПб.: Питер, 2014. — 592 с.
5. Никитушкина И. В. Корпоративные финансы: учебник для академического бакалавриата / Никитушкина И. В., Макарова С. Г., Студников С. С.; под общ. ред. Никитушкина И. В. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Издательство Юрайт, 2015. 521 с.
6. Copeland T., Koller T., Murrin J. Valuation: Measuring and Managing the Value of Com-

panies. 4th ed. New York: John Wiley & Sons, Inc., 2005.

7. Косорукова И. В., Прокимов Н. Н. Стоимость и цена бизнеса: сущность, взаимосвязь и влияние финансовых показателей // Прикладная информатика, № 5 (47), 2013, стр. 45–57.

References

1. Federal Law “On appraisal activity in the Russian Federation” No. 135-FZ of July 29, 1998 (as amended and added) // ATP Consultant Plus
2. Order of the Ministry of Economic Development of Russia of June 1, 2015 N 326 «On Approval of the Federal Assessment Standard» Business Assessment (FSO N 8) // ATP Consultant Plus.
3. Corporate governance: questions of practice and evaluation of Russian companies / O. V. Bandalyuk, I. V. Berezinets, A. V. Bukhvalov, D. L. Volkov, T. A. Garanina, Yu. B. Ilyin; by ed. A. V. Bukhvalov; Graduate School of Management SPbSU. SPb.: Publishing house “Higher School of Management”, monograph, 2012.
4. Corporate Finance: Textbook for universities / ed. Mv Romanovskogo, A. I. Vostokornovoy. The standard of the third generation. SPb.: Peter, 2014. 592 p.
5. Nikitushkina I. V. (2015) Corporate Finance: a textbook for academic bachelor / Nikitushkina I.V., Makarova S.G., Studnikov S. S.; under total ed. Nikitushkina I.V. 2nd ed., Pere-rab. and add. M.: Yurayt Publishers. 521 p.
6. Copeland T., Koller T., Murrin J. (2005) Valuation: Measuring and Managing the Value of Companies. 4th ed. New York: John Wiley & Sons, Inc.
7. Kosorukova I. V., Prokkinov N. N. (2013) The cost and price of a business: the essence, interrelation and influence of financial indicators // *Applied Informatics*, No. 5 (47), pp. 45–57.

УДК 64

О. А. Страхов,
кандидат технических наук,
член-корреспондент МАН ИПТ,
Университет «Синергия», г. Москва
E-mail: ostrakhov@synergy.ru

Виды обеспечения и методы поддержки принятия решений в задачах ситуационного управления ремонтом и сервисным обслуживанием сложных систем

Аннотация

Цель работы. Описаны основные проблемы поддержки принятия решений в системах ситуационного управления ремонтом и сервисным обслуживанием.

Материалы и методы. Рассмотрены вопросы принятия решений в условиях неопределённости. Проведён анализ наиболее распространённых подходов и методов поддержки принятия решений в условиях неопределённости с точки зрения их применения в задачах ситуационного управления ремонтом и сервисным обслуживанием сложных технических систем.

Результат. Выявлены достоинства и недостатки рассмотренных методов, определены возможности их применения в задачах ремонта и сервисного обслуживания сложных технических систем.

Заключение. Сделаны выводы о необходимости сочетания различных подходов в рамках единой системы поддержки принятия решений для задач ремонта и сервисного обслуживания сложных технических систем.

Ключевые слова: поддержка принятия решений, неопределённость, ремонт, сервис, сложные системы.

О. А. Strakhov,
PhD in Technique, Moscow University for
Industry and Finance "Synergy", Moscow, Russia
E-mail: ostrakhov@synergy.ru

Types of environment and methods of decision-making support in the tasks of situational management of repair and maintenance of complex systems

Abstract

Purpose of work. The main problems of decision-making support in the systems of situational repair and service maintenance are described.

Materials and methods. The issues of decision making under uncertainty are considered. The analysis of the most common approaches and decision support methods in conditions of uncertainty from the point of view of their application in the tasks of situational repair and service maintenance of complex technical systems has been carried out.

Results. The advantages and disadvantages of the considered methods are identified, the possibilities of their use in the tasks of repair and service maintenance of complex technical systems are defined.

Conclusion. Conclusions about the need to combine different approaches within a unified decision support system for the tasks of repair and service maintenance of complex technical systems were made.

Keywords: decision support, uncertainty, repair, maintenance, complex systems

Введение

Задачи поддержки принятия решений являются одними из основных задач, решаемых в рамках систем ситуационного управления ремонтом и сервисным обслуживанием сложных технических систем (далее – СТС). В свою очередь, работы по ремонту и сервисному обслуживанию СТС относятся к стадии эксплуатации жизненного цикла таких систем, на которую приходится до 80% совокупной стоимости владения СТС.

В этой связи особую актуальность для принятия решений приобретают вопросы получения оперативной и достоверной информации о текущем состоянии объектов контроля (ОК), а также о ходе проводимых работ (ХПР).

Обеспечение АСУ РСО

Особенностью решения указанных задач является необходимость оперативного принятия эффективных решений по управлению в условиях неопределенности текущего состояния ОК и неопределенности последствий нештатных ситуаций. Как правило, неопределенность порождается недостаточной полнотой или достоверностью первичной информации о начальных условиях принятия решения. Также могут влиять факторы случайности или сознательного противодействия. Процесс принятия решений в условиях неопределенности предусматривает выбор варианта решения, при котором вследствие одного или нескольких действий получается множество частных результатов. Следует отметить, что первоначально не определена вероятность достижения требуемого результата в результате таких действий.

Неопределенность обычно характеризуется отсутствием или неадекватностью формальной модели текущему состоянию ОК, изменением в процессе жизненного цикла объекта значений его параметров, а также отсутствием однозначной информации о текущих значениях параметров ОК. Необходимо отметить, что наличие неопределенности вследствие указанных факторов значительно осложняет процесс принятия решений [1, 2].

Следует отметить, что управление большим количеством ОК и эффективность контроля их состояния в СТС осложняется в общем случае следующими видами неопределенности [3]:

Недостаточная точность оперативной информации о состоянии подконтрольных объектов, их невысокая надежность, влияние отказов каналов передачи данных, значительных задержек при передаче информации между уровнями управления.

Неточность моделей подконтрольных объектов и моделей управления, а также их неадекватность текущему состоянию объектов.

Неточность принятия решений в многоуровневых иерархических системах, что обусловлено недостаточностью исходной информации на каждом уровне управления (что особенно характерно для требующих промежуточного согласования управленческих решений);

Неопределенность подготовки и реализации решения на естественном языке лицами, принимающими решение (ЛПР), при недостаточно четком описании процесса принятия решений (как правило, при неавтоматизированной организации поддержки принятия решений).

В настоящий момент наиболее перспективным направлением для повышения качества управления СТС является разработка и внедрение автоматизированных систем поддержки принятия решений в условиях различных видов неопределенностей. К таким автоматизированным системам относятся, в частности, системы ситуационного управления СТС.

Принятие решений в нештатных ситуациях (НС) предполагает оперативную и эффективную обработку информации. При этом существенную роль играют особенности предметной области реализаций СТС. В качестве примеров таких особенностей необходимо указать значительные объемы анализируемой информации при весьма ограниченном времени подготовки решений. Одним из основных требований, предъявляемых к реагированию на нештатные ситуации, является принятие и доведение до исполнителей эффективного управленческого решения в короткие сроки (типичная ситуация – в течение нескольких минут). Как правило, подобные временные ограничения делают невозможным традиционные подходы – совещание консультантами, собрание всех необходимых специалистов одновременно и т.д.

На основе анализа теоретических положений и достигнутых практических результатов в области построения автоматизированных систем ситуационного управления [4–7] можно заключить, что реализация АСУ ремонтом и сервисным обслуживанием СТС (далее – АСУ РСО) должна быть основана на взаимодействии всех основных видов обеспечения, представленных на рисунке 1.

Следует отметить, что математическое обеспечение (включая математические модели, методы и реализующие их алгоритмы) представляет собой важнейший элемент рассматриваемой АСУ РСО, обеспечивающий эффективное использование системы по назначению.

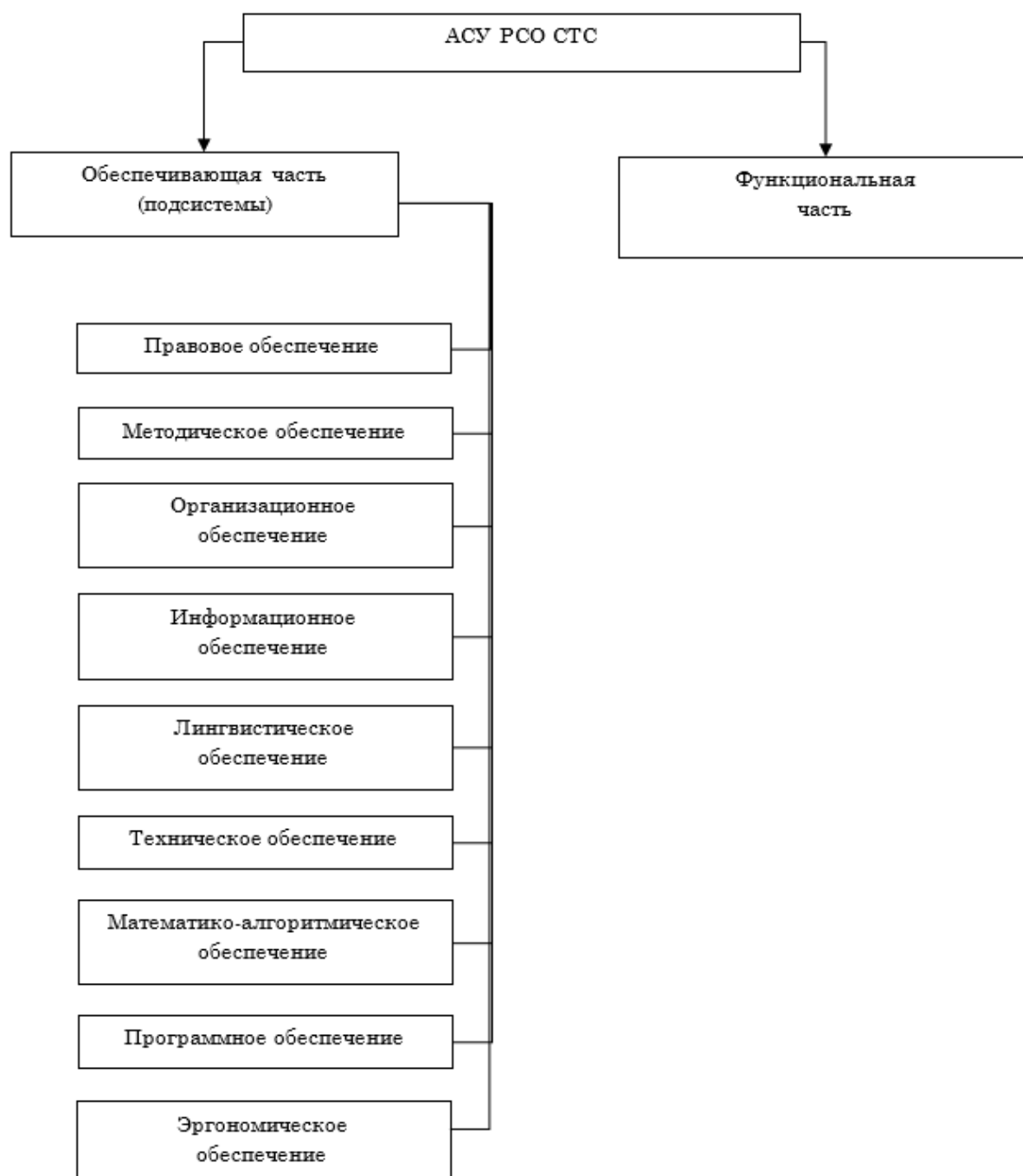


Рис. 1. Состав и взаимосвязь видов обеспечения АСУ РСО.

Совокупность математического и алгоритмического обеспечения АСУ РСО по видам моделей и задач условно можно разделить на две категории:

- информационные;
- аналитические.

Категория информационных включает задачи, напрямую связанные с извлечением, сбором, организацией хранения и визуального представления информационных потоков и хранилищ данных. Реализация этих задач является весьма важным для обеспечения эффек-

тивного принятия решения и предполагает использование интеграционных методов, что является темой отдельного исследования. В то же время, основным назначением АСУ РСО является оптимизация принимаемых управленческих решений, повышение их эффективности и аргументированности за счет использования аналитических моделей и задач.

Задачам анализа и принятия управленческих решений в условиях неопределенности уделено значительное внимание в теории системного анализа. В то же время, большинство

подобных исследований не доведено до реализации в виде формализованных алгоритмов или рекомендаций по их построению.

Основной причиной этого можно считать проблематичность однозначного определения вариантов исходов событий и управляющих воздействий в условиях априорной неопределенности. Существующие теоретические подходы и методы на сегодняшний момент являются платформой (базисом) для выработки эффективных практических решений.

Методы поддержки принятия решений в АСУ РСО

В процессе исследования были проанализированы различные методы, потенциально применимые в АСУ РСО для решения задач информационного анализа, необходимых для обеспечения информационной поддержки принятия решений [8, 9]. В этих методах для формализации процессов управления и описания объектов воздействия могут быть использованы распространённые математические модели, базирующиеся на соответствующих математических теориях.

В то же время, СТС как ОК обладают рядом характерных особенностей:

Не все задачи управления и условия, влияющие на выбор задач, могут быть представлены количественными соотношениями.

Формализованное описание состояний ОК либо является крайне сложным, либо вовсе отсутствует. Иными словами, затруднительно построение функции, описывающей динамику подконтрольного объекта, а также определение значений переменных, входящих в такую функцию.

Ключевая информация, необходимая для формального описания состояния объекта, существует в виде представлений и пожеланий экспертов (специалистов, имеющих опыт работы с данными ОК). Это делает невозможным полное математическое описание контролируемого объекта.

Традиционные подходы решения аналитических задач в условиях возникающей априорной неопределенности предусматривают две альтернативы:

Обеспечение учёта всех воздействующих на ОК факторов и формализованное описание на этой основе всех возможных состояний объекта. На практике такой подход не применим, что связано как с функциональной сложностью, так и с крайне высокими затратами (особенно в случае при множественности ОК).

Применение упрощённой модели и анализ её с использованием традиционных методов, результатом чего будет неизбежно являться неадекватность предлагаемых управленческих

решений вследствие неполного учета воздействующих факторов в условиях априорной неопределенности.

На сегодняшний день существует целый ряд математических теорий, использующихся для формализованного описания ситуаций и допускающих неопределенность входной информации. К их числу можно отнести:

- многозначную логику;
- теорию вероятности;
- интервальные модели (теорию ошибок);
- теорию нечетких множеств;
- теорию нечетких мер и интегралов и др.

Эти теории послужили основой для различных методов ситуационного анализа и формирования рекомендаций по управлению ОК в условиях неопределенности. В их числе:

- методы информационного поиска;
- методы интеллектуального анализа данных;
- методы поиска знаний в базах данных;
- метод рассуждения на основе прецедентов;
- методы имитационного моделирования;
- методы эволюционных вычислений и генетические алгоритмы;
- нейронные сети;
- метод ситуационного анализа;
- метод когнитивного моделирования и др.

Применение методов информационного поиска в АСУ РСО ограничивается отсутствием способов и средств интерпретации полученных данных с целью подготовки управленческих решений. Тем не менее, элементы информационного поиска могут быть использованы для привлечения дополнительной сопутствующей информации с целью снижения неопределенности исходной информации о состояниях ОК и ходе РСО.

Основной трудностью применения логических методов интеллектуального анализа данных в АСУ РСО является сложность перебора вариантов за приемлемое время. На практике с целью обеспечения допустимого времени достижения результата используют количественные ограничения вариантов перебора, либо, в качестве альтернативы, используют деревья решений, имеющие в данном варианте использования принципиальные ограничения эффективности поиска правил «если-то» (if-then). Ещё одним существенным недостатком метода можно считать отсутствие функциональных возможностей обобщения правил решения, а также поиска оптимального сочетания этих правил.

Основные методы и средства поиска знаний в базах данных представляют собой технологии ин-

теллектуального анализа данных. Подобные средства предусматривают решение задач классификации, кластерного анализа, регрессионного анализа, прогнозирования, предсказания и т.д. Иными словами, происходит выявления знаний за счёт выявления скрытых закономерностей данных и взаимосвязей между данными. В число таких знаний входят описания связей между свойствами данных (деревья решений), повторяющиеся шаблоны данных (ассоциативные правила), а также результаты классификации (нейронные сети) и кластеризации данных (карты Кохонена). Этот подход может быть частично применен в АСУ РСО для задач определения и описания правил реакции на формализованную информацию о состоянии ОК и хода РСО. Однако технология извлечения знаний из данных не содержит конкретные методы и алгоритмы обработки информации, а лишь задает последовательность выполняемых действий, необходимую для получения знаний из исходных характеристик ОК.

Рассуждение на основе прецедентов реализует циклический процесс, включающий в себя стадии 1) решения проблемы; 2) сохранение шаблона (прецедента) принятого решения в библиотеке; 3) применение сохранённых прецедентов для решения новой проблемы с сохранением шаблона в библиотеке и так далее. При этом решение каждой новой задачи сводится к последовательному решению частных задач поиска близких прецедентов, построение из них путем адаптации шаблона решения новой задачи и сохранения этого решения в библиотеке прецедентов.

К сожалению, инструментарий поиска решения на основе аналогий и прецедентов в настоящее время развит недостаточно. Существующие решения довольно сложно адаптировать для использования в АСУ РСО. Однако, при условии дальнейшего развития подобных решений, существует возможность их применения в задачах АСУ РСО, не требующих принятия решений в реальном времени.

Имитационное моделирование обеспечивает воспроизведение и анализ поведения исследуемой системы на основе организации ранее выявленных взаимосвязей между ее функциональными элементами. методы имитационного моделирования обеспечивают адекватное отображение в реализуемой модели структуры моделируемой системы, при этом процессы функционирования моделируемой системы воспроизводятся на построенной модели [10].

Основными недостатками имитационного моделирования являются:

Разработка полной имитационной модели сопряжена со значительной трудоёмкостью и временными затратами.

Свойства моделируемого объекта переносятся на имитационную модель с некоторым приближением, поэтому обеспечить приемлемую точность имитационной модели в АСУ РСО не представляется возможным.

Разработка имитационной модели требует прогнозировать все методологические аспекты – во избежание ошибок при оценке поведения объекта моделирования, что приводит к недопустимым отклонениям поведения модели от объекта.

С учётом приведённых ограничений, применение имитационного моделирования в АСУ РСО возможно лишь частично – для отработки алгоритмов, где влияние недостатков имитационной модели обеспечивает допустимую погрешность.

Реализация нейронных сетей составляет сложную научно-техническую проблему, требующую для своего решения значительных ресурсов, в том числе вычислительных. Методология нейронных сетей продолжает активно развиваться, однако к настоящему времени еще недостаточно отработана. В настоящее время применение нейронных сетей в АСУ РСО не эффективно – как с экономической, так и практической точек зрения. По мере совершенствования инструментария создания нейронных сетей, они могут занять своё место в составе АСУ РСО территориально распределёнными объектами высокой сложности.

Под когнитивным моделированием понимают методологию, обеспечивающую структурирование, анализ и принятие управленческих решений в сложных ситуациях и в условиях неопределённости, что обычно сопровождается отсутствием количественной или статистической информации о происходящих процессах [11]. Когнитивное моделирование существенно отличается от операционных методов благодаря возможности эффективно анализировать поведение СТС, точное математическое описание которых проблематично, за счёт использования лингвистических переменных и нечетких алгоритмов. Тем не менее, инерционность когнитивного метода, препятствующая принятию решений в ограниченный интервал времени, является существенным недостатком для его применения в АСУ РСО.

Проведённый анализ показывает, что к настоящему времени отсутствуют типовые методы и алгоритмы, способные обеспечить решение всех задач поддержки принятия решений в АСУ РСО. Кроме того, полномасштабная реализация перспективных методов и алгоритмов, потенциально способных обеспечивать поддержку принятия решений по эксплуатации объектов

контроля и ходу работ РСО на объектах, сопряжена со значительными временными и финансовыми затратами. В этой связи представляется целесообразным сочетать рассмотренные ранее методы в рамках единой системы – с учётом специфики конкретного ОК и ХПР, их сложности и степени формализации объектов и их составных частей.

Необходимо также отметить, что поддержка принятия решений в задачах ситуационного управления РСО СТС, как показано выше, требует применения современных методов и средств анализа больших данных, а также построения интеллектуальных информационных систем на основе методов и средств искусственного интеллекта. Это обусловлено тем, что большинство задач организации процессов РСО территориально распределённых СТС являются сложными оптимизационными задачами, решаемыми в условиях неопределённости. К числу таких задач, помимо рассмотренных выше, можно отнести задачи формирования ремонтно-сервисных бригад, задачи построения оптимальных маршрутов ремонтно-сервисных органов и т.п.

Заключение

Проведённый анализ методов поддержки принятия решений в АСУ РСО показал существенную зависимость применимых методов и средств поддержки принятия решений в рамках ситуационного управления объектами контроля и хода проводимых для них работ от специфики самих объектов, степени формализации объектов и их особенностей, от масштаба объектов и их территориальной распределённости. Таким образом, построение «универсальной» системы поддержки принятия решений по РСО СТС в настоящее время не представляется возможным. Тем не менее, результаты анализа, с учётом перспектив развития ряда методов, послужат основой для создания типового «набора инструментов» поддержки принятия решений в АСУ РСО и могут рассматриваться в качестве основы для программной платформы АСУ РСО.

Литература

1. Солнцева Г. Н. Определение неопределённости / Г.Н. Солнцева // Управление риском. 1997. № 2. С. 23–24.
2. Аралбаева Ф. З. Риск и неопределённость в принятии управленческого решения / Ф.З. Аралбаева, О.Г. Карабанова // Вестник Оренбургского государственного университета. 2002. № 4. С. 132–139.
3. Капустин В. Ф. Неопределённость: виды, интерпретации, учет при моделировании и принятии решений / В.Ф. Капустин // Вестник СПбГУ. 1993. Вып. 2. С. 108–114.
4. Поспелов Д. А. Ситуационное управление: теория и практика / Д.А. Поспелов. М.: Наука, 1986. 288 с.
5. Секретарев Ю. А. Ситуационное управление энергетическими объектами и процессами электроэнергетической системы = Situation control of power system units and processes / Ю. А. Секретарев [и др.]. Новосибирск: НГТУ, 2007. 306 с. ISBN 978-5-7782-0746-2.
6. Кунц Г. Управление: системный и ситуационный анализ управленческих функций / Г. Кунц, С. О'Доннел. М.: Прогресс, 1981. 128 с.
7. Клыков Ю. И. Ситуационное управление большими системами / Ю.И. Клыков. М.: Энергия, 1974. 134 с.
8. Андреев Г. И. Особенности построения методического обеспечения управления развитием сложных систем специального назначения в современных условиях / Г. И. Андреев, В. В. Витчинка, С.Н. Остапенко // Экономика и математические методы. 1999. № 2. С. 116–123.
9. Емельянов С. В. Многокритериальные методы принятия решений / С.В. Емельянов, О.И. Ларичев // Новое в жизни, науке, технике. Сер. «Математика, кибернетика». М.: Знание, 1985. № 10. 32 с.
10. Шеннон Р. Имитационное моделирование систем – искусство и наука / Р. Шеннон; пер. с англ. под ред. Е. К. Масловского. М.: Мир, 1978. 418 с.
11. Кулинич А. А. Система моделирования плохо определенных нестационарных ситуаций // Труды второй международной конференции «Когнитивный анализ и управление развитием ситуации». М.: ИПУ РАН, 2002. С. 44–50.

References

1. Solntseva G. N. (1997) Definition of uncertainty / G.N. Solntseva // *Risk Management*. No. 2. Pp. 23–24.
2. Aralbaeva F. Z. (2002) Risk and uncertainty in making management decisions / F.Z. Aralbaeva, O.G. Karabanova. *Bulletin of Orenburg State University*. No. 4. Pp. 132–139.
3. Kapustin V. F. (1993) Uncertainty: types, interpretations, consideration in modeling and decision-making / V.F. Kapustin. *Bulletin of St. Petersburg State University*. Vol. 2. Pp. 108–114.
4. Pospelov D. A. (1986) Situational management: theory and practice / D.A. Pospelov. M.: Science. 288 p.
5. Sekretaryov Yu. A. (2007) Situational management of energy objects and processes of the

- electric power system = Situation control [and others]. Novosibirsk: NSTU. 306 p. ISBN 978-5-7782-0746-2.
6. Kunts G. (1981) Management: a system and situational analysis of managerial functions / G. Kunz, S. O'Donnell. M.: Progress. 128 p.
 7. Klykov Yu. I. (1974) Situational management of large systems / Yu. I. Fangs. M.: Energy. 134 p.
 8. Andreev G. I. (1999) Features of the construction of methodological support for managing the development of complex special-purpose systems in modern conditions / G. I. Andreev, V. V. Vitchinka, S. N. Ostapenko. *Economics and Mathematical Methods*. No. 2. Pp. 116–123.
 9. Emelyanov S. V. (1985) Multi-criteria decision making methods / S.V. Yemelyanov, O.I. Larichev. *New in life, science, technology. Ser. "Mathematics, Cybernetics"*. M.: Knowledge. Number 10. 32 p.
 10. Shannon R. (1978) Imitating modeling of systems - art and science / R. Shannon; per. from English by ed. E. K. Maslovsky. M.: Mir. 418 p.
 11. Kulinich A. A. (2002) Modeling system of poorly defined non-stationary situations. *Proceedings of the second international conference "Cognitive analysis and management of the situation development"*. Moscow: IPU RAS. Pp. 44–50.

УДК 336

И. Р. Шикла,

кандидат юридических наук, доцент,
зав. кафедрой Административного
и финансового права МФПУ «Синергия»,
E-mail: ila.vnii@mail.ru

О. А. Багисhev,

кандидат юридических наук, доцент
кафедры Гражданского права
и процесса МФПУ «Синергия»,
E-mail: alexalmondes@gmail.com

Тенденции развития банковской системы в российской цивилистике

Аннотация

Цель работы. В статье анализируются особенности функционирования современной отечественной банковской системы в режиме структурных изменений, поэтому изучение вопросов функционирования банковской системы и совершенствования организационной структуры ее управления, разработка методики оценки эффективности работы имеют особую актуальность.

Материалы и методы. Исследованы и обобщены основные подходы ученых-экономистов к определению понятия «банковская система и эффективности ее функционирования».

Результат. Выявлена необходимость дальнейшего совершенствования действующей структуры управления отечественной банковской системы с учетом происходящих законодательных и экономических изменений.

Заключение. Продолжающаяся реформа российского банковского законодательства наглядно показывает необходимость более активного использования зарубежного опыта построения эффективных современных банковских систем, при этом особенности правовой культуры государства оказывают значимое влияние на степень эффективности использования в нашей стране зарубежного опыта.

Ключевые слова: банк, экономика, кризис, банковская система, кредитование, политика.

I. R. Shikula,

Candidate of Law, Associate Professor,
Head Department of Administrative
and Financial Law FPA "Synergy"
E-mail: ila.vnii@mail.ru

O. A. Bagishev,

PhD in Law, Associate Professor
at the Department of Civil Law
and Process of FPA Synergy,
E-mail: alexalmondes@gmail.com

Trends in the development of the banking system In the Russian civil law

Abstract

Purpose of work. The article analyzes the features of the functioning of the domestic domestic banking system in the mode of structural changes, therefore, the study of the functioning of the banking system and the improvement of the organizational structure of its management, the development of a methodology for evaluating the effectiveness of work are of particular relevance.

Materials and methods. The main approaches of economists to the definition of the concept "banking system and the effectiveness of its functioning are studied and summarized.

Result. The need to further improve the current management structure of the domestic banking system, taking into account the ongoing legislative and economic changes, has been identified.

Conclusion. The ongoing reform of the Russian banking legislation clearly demonstrates the need for more active use of foreign experience in building efficient modern banking systems, while the specifics of the state's legal culture have a significant impact on the degree of efficiency in using foreign experience in our country.

Keywords: Bank, economy, crisis, banking system, lending, politics.

Банковская система Российской Федерации в настоящее время не до конца оправилась от финансового кризиса и продолжает функционировать в особенном режиме. В ней начинают происходить структурные изменения.

В связи с этим в современных российских условиях исследование вопросов оценки функционирования банковской системы приобретает особую актуальность. Необходимо не только пересмотреть ее структуру, типы свя-

зей, но и разработать модель оценки эффективности ее работы.

Эффективность функционирования банковской системы напрямую влияет на всю отечественную экономику, а именно на финансовую стабильность, темпы снижения инфляции, а также успехи в борьбе с экономическим кризисом.

На современном этапе развития экономики страны некоторые значимые особенности, развивающие банковскую систему, позволяют выявить объективную потребность в изучении вопросов для дальнейшего формирования банковского сектора.

Самыми интересными тенденциями, как правило, выделяют существенное снижение количества кредитных организаций в экономике Российской Федерации. Кроме того, прослеживается сокращение обеспеченности населения большинства регионов государства банковским обслуживанием. В частности, на территории РФ с 2000 г. и по настоящий период времени, количество кредитных организаций сократилось в 2,3 раза, в то время как число филиалов этих организаций упало в 2,2 раза. Аналогичные тенденции свойственны как для страны, так и для ее регионов.

По статистике, количество региональных банков, после финансового кризиса 2008–2009 гг, уменьшилось на 10%, их филиалов – в 2 раза. Число подразделений ОАО «Сбербанк России» сократилось в 15 раз с 2011–2017 г. Филиалы на региональные кредитные организации – более чем в 2 раза.

Отметим, что интенсивность процессов концентрации банковского капитала существенно отстает от потребностей развивающейся экономики России. Остается несовершенной и недостаточной нормативно-правовая база регулирования этих процессов на макроуровне, так как используемые Центральным Банком РФ методы оценки уровня концентрации банковского капитала не дают достаточной информации для выявления имеющихся в стране проблем. В таблице 1 мы рассмотрим концентрацию активов по банковскому сектору России.

В банковской системе России к настоящему времени накопилось большое количество проблем, препятствующих стабильному развитию экономики.

Перечислим ключевые из них: снижение общего количества действующих кредитных организаций; недостаточная развитость и высокая рискованность розничного кредитования; проблемы формирования ресурсной базы банковской системы, снижение прибыли банковского сектора, высокие риски банковских операций.

Каждый год количество участников банковской системы России уменьшается, а остав-

шиеся участники испытывают значительные трудности с ликвидностью, достаточностью капитала, платежеспособностью клиентов, возвратностью кредитов, дороговизной фондирования и т.д. Тем не менее, представители руководящих экономических ведомств утверждают, что современная банковская система России сможет устоять при воздействии любых негативных внешних факторов. Также, по их словам, в настоящее время ситуация в течение последних лет достаточно спокойная, хоть и не все основные проблемы в глобальной и российской экономике решены. Стоит отметить, что данные проблемы не могут быть решены в полной мере в условиях конкурентного рынка. Мы наблюдаем постоянное снижение общей численности банков. В 2017 г. лицензии лишились более 60 российских банков. Указанная проблема усугубляется проблемой неравномерности размещения банковских организаций в регионах РФ. По данным Банка России, в 2017 г. 57,5% кредитных организаций находятся в Центральном федеральном округе. При этом в остальных российских округах число кредитных организаций в разы меньше.

Основной проблемой для банков России считается достаточно высокий уровень конкуренции с другими банками, которые обладают значительным объемом иностранного капитала, имеют стабильный статус и репутацию на мировом рынке банковских услуг, вследствие чего имеют возможность устанавливать свои условия, требования, вносить поправки с целью изменения банковской деятельности ради своих интересов.

Для решения данной проблемы государству следует способствовать созданию новых банков или модернизации уже имеющихся банков, кроме этого, уменьшить давление со стороны иностранных конкурентов, препятствующих развитию российской банковской системы.

Современное состояние рынка услуг банка нельзя назвать стабильным, поскольку у большого количества банков РФ существуют затруднения с наличием и распределением финансовых активов, сбоем в ликвидности, тем самым сокращается доверие у граждан. Это связано с тем, что с 2015 года банковская система России стала функционировать в сложных для нее экономических и политических условиях, которые были обусловлены положением на Украине, резким снижением цен на нефть и санкциями со стороны стран Европейского Союза и США [2, с. 75].

Стоит обратить внимание на то, что самым негативным фактором было и является снижение курса рубля, в то же время снижение цен на

черное золото, а также введенные санкции, которые повлияли на всю экономику (в том числе и банковскую систему). Количество затронутых в данной ситуации активов российского банковского сектора перевалило за половину. Причиной данного явления стоит считать ограничение доступа российских банков к американскому и европейскому рынкам капитала.

Внутренняя политика Центрального банка, направленная на так называемую «защиту» рынка от недобросовестных банков, начиная с 2013 года привела к тому, что лицензий были лишены почти 100 банков, это около 15% от работающих банков государства.

Подобных масштабов по отзыву лицензий в Российской Федерации ранее не наблюдалось. Доказательством того, что кризис в банковской сфере выходит на новый уровень является, например, падение таких банков как «Югра» и банка «Открытие», одних из крупнейших банков России, и закрытие «Бинбанка», который занимает 11–12 места по количеству привлеченных активов.

«Сбербанк», «ВТБ», «Альфа-банк» и все прочие коммерческие банки – это стабильные банки, которые выдержали последние кризисы самостоятельно, без какой-либо помощи; на долю этих банков приходится около 40% сектора. А таким как «Внешэкономбанк» и «Россельхозбанк» т.е. государственным банкам, во время кризиса будет заранее предоставляться помощь. Данные банки составляют 30% банковского сектора. Следовательно, 70% банковской системы стабильно в силу достойных показателей или господдержки. В 2017 г. политика Банка России по отзыву лицензий продолжилась в чуть снизившихся темпах [4, с. 60].

В качестве следующей проблемы можно выделить недостаточную развитость и высокую рискованность розничного кредитования. Данная проблема заключается в том, что банки концентрируют свою деятельность на потребительских кредитах с высокими процентными ставками, в связи с тем, что преследуют желание получить максимальную прибыль в наиболее короткие сроки. Тем не менее, управление данным банковским продуктом сопровождается высокими рисками, так как доходы населения падают и сокращаются, и как следствие, увеличивается процент невозвратов. В России по итогам 2015 г. объем просроченной задолженности физических лиц увеличился на 29,4%, а показатель просроченной задолженности составлял 861,4 млрд руб., то есть 8,1% от общей суммы выданных населению кредитов. По итогам 2017 г. объем просроченной задолженности физических лиц снизился на 0,6%, составив 856,1 млрд

руб., то есть 7,9% от общей суммы выданных населению кредитов.

Очевидно, что в текущих условиях банковский сектор России ориентируется на потребительское кредитование, в связи с этим на российском рынке недостаточно развито ипотечное кредитование – его доля составляет 8% от общего объема кредитного портфеля. Данный факт может быть связан и с высокими процентными ставками, и с низкой доступностью жилья.

Еще одной важной проблемой российской банковской системы является то, что она не имеет полноценного доступа к тем ресурсам, которые генерируются в стране. В 2015 г. чистый вывоз капитала был в размере 57,5 млрд долларов, а в 2016 чистый отток капитала сократился в четыре раза и составил 15,4 млрд долларов. В первом полугодии 2017 г. отток капитала вырос на 71% – 14,7 млрд долларов. Можно выделить несколько причин бегства капитала: слабая привлекательность российских инвестиционных проектов, нестабильность экономического положения. Стоит отметить, что отток капитала сказывается на формировании ресурсной базы банковской системы, объемы которой за последние два года уменьшились.

С одной стороны, на сегодняшний день перед банками стоит задача успешно разместить средства в условиях профицита ликвидности. С другой стороны, существует необходимость заполучить в банковскую систему, а также в экономику в целом практически отсутствующие «длинные» ресурсы посредством привлечения средств граждан в негосударственные пенсионные фонды и на специальные инвестиционные счета в банках.

Важной проблемой выступает снижение прибыли банковского сектора. Конечно, с позиции банковского сектора последние годы были сложными в финансовом плане, в течение которых прирост ключевых показателей регулярно снижался, что привело к сокращению объемов прибыли. Причиной убытков является увеличение задолженности по кредитам из-за падения платежеспособности клиентов. Стоит отметить, что кредиты занимают большую долю в структуре активов баланса банка. Однако, в 2016–2017 гг. российские банки показали рост объема прибыли и розничного кредитования. Вместе с тем рекордный показатель 2012 г. (1,012 трлн руб.) еще не преодолен. Во все следующие годы прибыль банковского сектора была значительно меньше, т.е. в 2013 году прибыль составила 994 млрд руб., в 2014 – 589 млрд руб., в 2015 – 192 млрд руб., в 2016 – 929 млрд руб.

Одной из главных проблем остается рискованность банковских операций, связанная с нестабильной экономической ситуацией. Это нахо-

дит выражение в особенностях формирования банками своих пассивов, особенно депозитной базы. Тем не менее, доверие населения и бизнеса к банковскому сектору постепенно восстанавливается и, следовательно, в ближайшей перспективе, на наш взгляд, будет наблюдаться восстановление всех показателей банковской деятельности (кредитования, вкладов, инвестиционных операций и пр.).

Какие же перспективы развития имеет современная банковская система?

По оценкам экспертов, в рамках базового сценария развитие банковских рынков и макроэкономики будет иметь невысокие темпы роста денежной массы, в связи, с чем значительно замедлится рост активов банковской системы до 10% в 2018 г. За счет медленного роста реальных доходов населения темпы роста вкладов снизятся до 13–15% в 2018 г. Предполагается, что в это время завершится период высоких темпов роста розничного кредитования. Темпы роста кредитования физических лиц снизятся до 12–15% к концу 2018 г. [7].

Темпы роста кредитования корпоративных клиентов также снизятся до 8–10%, как мы видим, спрос на корпоративные кредиты значительно уменьшится. Снижение в первую очередь будет вызвано низкими темпами роста экономики. Замедляется рост уровня инфляции, в связи с чем, снизятся процентные ставки по кредитам. В большей степени это коснется портфеля розничных кредитов, а в меньшей – корпоративных кредитов. Снижение процентных ставок в наибольшей степени затронет долгосрочное кредитование.

Таким образом, к концу 2018 г. маржа работающих активов банковской системы уменьшится на 1 п. п. с 5,5% до 4,5%. Снижение темпов роста активов будет сопровождаться ужесточением конкуренции, вызванное борьбой за более привлекательных клиентов. Основным конкурентным преимуществом банков в рассматриваемый период, по мнению экспертов, выступает качество управления рисками. Эффективность работы кредитных учреждений в это время будет в большей степени зависеть от умения правильно управлять издержками. Рассматривая оптимистический сценарий, специалисты подчеркивают, что он имеет незначительные расхождения с базовым вариантом развития экономической ситуации. Главные отличия относятся к наиболее высокому качеству активов российской банковской системы, а также к объему ее прибыли.

Обратим внимание на тенденции развития банковского сектора в России в 2017 г. Стоит сказать, что темпы роста экономики и банковского сектора, как и прежде, будут определяться динамикой цен на нефть и ключевой ставки ЦБ РФ. Базовый сценарий RAEX (Эксперт РА) предполагает среднегодовую цену на нефть (марки Brent) в 50 долл. за баррель и среднегодовой курс доллара на уровне 65 рублей, негативный – снижение цены на нефть до 40 долл. и курс доллара около 70 руб., а позитивный – рост цены на нефть до 60 долларов и курс доллара около 55 руб. (табл. 1). Базовый сценарий предусматривает замедление инфляции до 5% и снижение ключевой ставки до 8,5% [5].

Таблица 1

Ключевые предпосылки сценариев развития банковского сектора в 2017 г.

Предпосылки	Базовый сценарий	Негативный сценарий	Позитивный сценарий
Цена нефти марки Brent, долл. за баррель (среднегодовая)	50	40	60
Темп прироста реального ВВП, %	+0.5-1.0	-1.0-1,5	+1,5-2.0
Курс доллар/рубль (среднегодовой)	65	70	55
Уровень инфляции по итогам года, %	5-6	7-8	4
Ключевая ставка Банка России (на конец года), %	8,5-9	10-12	7-8

Если же экономика России будет развиваться по пессимистическому сценарию, то темп роста банковского рынка значительно замедлится. Будет наблюдаться сокращение задолженности физических лиц. Снижение темпов роста вкладов вызвано в первую очередь уменьшением доходов населения. Таким образом, на фоне сложившейся экономической ситуации, по оценкам экспертов, значительно ухудшится

качество кредитного портфеля, оно будет меньше, чем в кризис 2008–2009 гг.

Ввиду сложившейся тяжелой экономической ситуации изменится и объем кредитного портфеля, который понизится до кризисного периода 2008 г. Значительное уменьшение маржи и увеличение резервов к концу 2018 г. могут привести к значительному и стремительному сокращению доходов, а также к падению рента-

бельности капитала российского банковского сектора [3, с. 43].

Для того чтобы предотвратить наступление нового глубокого экономического кризиса и избежать пессимистического сценария развития российской экономики премьер – министром Российской Федерации 27 января 2015 г. был подписан антикризисный план, который рассчитан на три года. За этот период Правительство Российской Федерации планирует осуществить меры, которые в первую очередь будут направлены на активизацию структурных изменений в российской экономике. Главная цель антикризисного плана заключается в стабилизации работы предприятий реального сектора экономики, а также сокращении расходов бюджета на 10%. Наиболее приоритетными направлениями плана выступают такие цели, как достижение равновесия на рынке труда, снижение уровня инфляции, а также улучшение качества жизни малоимущих семей [1].

Таким образом, все это обуславливает необходимость мониторинга функционирования банковской системы и регулярного анализа тенденций ее развития. Для дальнейшего совершенствования банковской системы необходимо спланировать комплекс мер и задач, провести реформирование. Состояние банковской сферы в Российской Федерации оказывает влияние на социально-экономическое развитие региона, поэтому данная система находится в зоне особого внимания и контроля. Из этого следует, что для дальнейшего совершенствования банковского сектора, необходима поддержка со стороны Правительства Российской Федерации, направленная на повышение банковской системы и ее конкурентоспособности.

Следует также отметить, что продолжающаяся реформа российского банковского законодательства наглядно показывает необходимость более активного использования зарубежного опыта построения эффективных современных банковских систем, при этом особенности правовой культуры государства оказывают значимое влияние на степень эффективности использования в нашей стране зарубежного опыта.

Литература

1. Огородникова Е. П. Проблемы и перспективы развития имущественных налоговых платежей в России // Актуальные проблемы экономической деятельности и образования в современных условиях сборник научных трудов Двенадцатой Международной научно-практической конференции, посвященной 110-летию РЭУ им. Г. В. Плеханова
2. Павлова М. А. Современное состояние банковской системы России // Современные проблемы и перспективы развития банковского сектора. 2016. С. 249–255.
3. Таштамиров М. Р. Тенденции развития банковской системы и ее устойчивости в условиях негативной экономической конъюнктуры // Интернет Журнал «Наукovedение». 2017. Том 9. № 1.
4. Лисицын И. К. Проблемы ликвидности в банковском секторе // В сборнике: Новая модель экономического роста на основе структурной модернизации в России. Материалы XVI Международной межвузовской научно-практической конференции, 2015.
5. Лиференко Ю. В. Новый взгляд на денежные резервы и их роль в реальной экономике // Финансы и кредит. 2014. № 37. С. 42–51.
6. Нечаев А. И. Возможен ли рост статистики кредитования коммерческой портал недвижимости в сегодняшних реалиях / Федеральный Вестник Российского кредитования экономического университета года им. Г. В. Плеханова. Основные Выступления. Путь в Федеральную науку. 2016. № 3 (15). С. 70–75.
7. Федеральная инвестиционная служба государственной нефтегазовой статистики [Электронный ресурс] Плеханова Режим доступа: вопросы www.gks.ru

References

1. Ogorodnikova E. P. (2017) Problems and Prospects for the Development of Property Tax Payments in Russia // Actual Problems of Economic Activity and Education in Modern Conditions a collection of scientific papers of the Twelfth International Scientific and Practical Conference devoted to the 110-th anniversary of the PRUE. G. V. Plekhanov Orenburg branch REU them. G. V. Plekhanova. Pp. 73–78.
2. Pavlova M. A. (2016) The current state of the banking system of Russia. *Current problems and prospects for the development of the banking sector*. Pp. 249–255.
3. Tashtamirov M. R. (2017) Tendencies of development of the banking system and its stability in the conditions of negative economic conditions. *Internet Journal "Naukovedenie"*. Vol. 9, No 1.
4. Lisitsyn I. K. (2015) Liquidity Problems in the Banking Sector. In the Collection: A New

Model of Economic Growth Based on Structural Modernization in Russia. Proceedings of the XVI International Interuniversity Scientific Practical Conference.

5. Liveferenko Yu. V. (2014) A New Look at Cash Reserves and Their Role in the Real Economy. *Finance and Credit*. No. 37. Pp. 42–51.
6. Nechaev A. I. (2016) Is it possible to have a service for the growth of lending statistics for a commercial real estate portal in today's realities? G. V. Plekhanov. Major Speeches. The path to the Federal Science. No. 3 (15). Pp. 70–75.
7. Federal Investment Service of State Oil and Gas Statistics [Electronic resource] Plekhanov Access mode: questions www.gks.ru.

В

опросы предпринимательства и экономики

УДК 338.242.42

Н. И. Зверева,
аспирант, директор фонда региональных
социальных программ «Наше будущее»
E-mail: zab_ss@nb-fund.ru

Генезис понятия «социальное предпринимательство» в России и в других странах мира

Аннотация

Цель работы. Обзор и анализ основных подходов к определению социального предпринимательства в мировой и российской научной и законодательной практике.

Материалы и методы. В результате анализа автор констатирует недостаточность эмпирического изучения характеристик социальных предприятий и необходимость осмысления их функций и роли как элемента национальной социально-экономической системы.

Результат. Автор предлагает исследовать функции социальных предприятий как одного из элементов системы удовлетворения государством социальных потребностей граждан, а в российском контексте – реализации государством конституционной концепции социального государства.

Заключение. С этой точки зрения государство является ведущим субъектом, определяющим долю участия негосударственных социальных предприятий в национальной социально-экономической системе, что требует от государства применения более основательного проектного подхода к формированию законодательства и иных форм регулирования для этой сферы деятельности.

Ключевые слова: социальное предпринимательство, социальных предприниматель, социальное предприятие, законодательное регулирование, школа изучения социального предпринимательства, социальное государство, социальные потребности граждан.

Business and economic issues

N. I. Zvereva,
Post-graduate student,
Director of the fund of regional social
programs Our Future
E-mail: zab_ss@nb-fund.ru

Social entrepreneurship definition in the Russian and global context

Abstract

Purpose of the work. The author reviews and analyses in the article the main approaches to the social entrepreneurship definition in the global and Russian research and legislation practice.

Materials and methods. As a result of the analysis, the author stated the limitations of empirical study based on the characteristics of social enterprises and tried to understand their functions and role as an element of the national socio-economic system.

Results. This vision supposes, that social enterprises are the actors of the national society and economy, meeting together with government the citizens' social needs. In the Russian context this function comprises the social enterprise involvement in the realization of a "social state" constitutional concept.

Conclusion. Consequently, the state is the leading subject determining the share of the non-governmental social enterprises in the national socio-economic system. As the result the state should demonstrate more profound project approach to format the legislation and stimulation instruments for social entrepreneurship sector.

Keywords: social entrepreneurship, social entrepreneurs, social enterprise, legislative regulation, social entrepreneurship schools of thought, "social state", social needs of citizens.

Введение

Генезис понятия «социальное предпринимательство» в целом является отражением его возникновения и развития как социально-экономического явления особого рода. Первые практики социального предпринимательства относятся к началу XX века; на 80-е годы приходится широкое распространение этого явления в разных странах мира. Внимание научного сообщества феномен социального предпринимательства стал привлекать лишь в середине 90-х годов XX-го века. Тем не менее с каждым годом научно-практический интерес к этой теме растет. Так, В. Жохова,¹ проведя масштабное исследование статей по социальному предпринимательству за период с 1995 по 2014 годы с использованием баз данных научных журналов в области менеджмента и предпринимательства «Scopus», «Web of Science», издательской корпорации «Elsevier» на портале Science Direct, издательства «Taylor&Francis Group», а также «SpringerLink», приводит следующие данные: «По данным базы «Elsevier» в анализируемый период было найдено 1455 статей, из них в 1995 г. Опубликовано 7 статей, а в 2014 г. – 241. То есть количество публикаций по социальному предпринимательству увеличилось более чем в 30 раз». Однако единого понимания и общепринятого понятия «социального предпринимательства» в международном научном сообществе за прошедший период так и не сформировалось, поэтому определение границ, критериев и сфер деятельности социального предпринимательства является актуальной научно-исследовательской задачей.

Основные подходы к изучению социального предпринимательства

Ряд исследователей [Alvord, Brown, Letts, 2002;² Guclu, Dees, Anderson, 2002]³ рассматривают социальное предпринимательство как один из видов (направлений) предпринимательства. Жан-Батист Сэй, Йозеф Шумпетер

[Шумпетер, 1982],⁴ Минцберг [Mintzberg, 1973],⁵ Миллер [Miller, 1983],⁶ Лампкин и Дэсс [Lumpkin G.T., Dess G.G., 1996]⁷ определяют предпринимательство как деятельность по созданию новой экономической стоимости с использованием предпринимательского подхода. Определение «социальное», по мнению Д. Кикал и Т. Лайонс [2014],⁸ связывающих его с латинским корнем этого слова, означающего «помощник», «союзник», «компаньон», «...предполагает, что люди объединяются в некую группу, живущую и/или работающую совместно – то есть сообщество или общество. Таким образом, понятие «социальный» связано с тем, что делается для сообщества или общества в целом».

Ш. Захра и соавторы [Zahra S., Gedajlovic E., Neubaum D., Shulman J., 2009]⁹ в 2009 году собрали довольно полную классификацию определений социального предпринимательства, которая отражает разнообразные подходы, акцентирующие внимание на:

а) личности социального предпринимателя, разрабатывающего и внедряющего инновационные решения социальных проблем;

б) организациях, выполняющих ту же функцию;

в) особенностях организаций, связанных с коллективной собственностью или использованием активов предприятия исключительно для деятельности на благо общества.

Например, эксперты фонда Келлога (the Kellogg Foundation) подчеркивают важность инноваций и действий бизнесмена во имя развития местных сообществ, в то время как Б. Дрейтон [Drayton, B., 2002]¹⁰ идет дальше и называет инициативного предпринимателя основным агентом социальных изменений.

Бизнес-школа Сэйд (University of Oxford – Saïd Business School) определяет социальное предпринимательство как особый подход к системным изменениям, а Бизнес-школа Фукуа

¹ [3]

² [11]

³ [15]

⁴ [8]

⁵ [22]

⁶ [21]

⁷ [19]

⁸ [4]

⁹ [28]

¹⁰ [14]

(the Fuqua School of Business) отмечает свойственное социальному предпринимательству искусство совмещать финансовую и социальную отдачу от инвестиций.

Д. Робинсон [J. Robinson, 2006]¹¹ включает в определение социального предпринимательства описание всего процесса деятельности социальных предприятий, а также подчеркивает возможность ведения их деятельности в разных организационно-правовых формах. К. Альтер [Alter K., 2007]¹² считает, что социальное предпринимательство – это форма предпринимательской, коммерческой деятельности, которую используют организации гражданского общества для создания дохода, увеличивая тем самым результативность своей миссии.

Дж. Керлин [Kerlin J. A., 2009]¹³ подчеркивает: социальное предпринимательство – это «использование рыночных методов для решения социальных проблем». Д. Кикал и Т. Лайонс [2014]¹⁴ придерживаются схожих взглядов: «социальное предпринимательство – это применение образа мыслей, процессов, инструментов и технологий обычного предпринимательства для деятельности на благо общества и экологии».

В мировой практике исследователи в основном проводят анализ социального предпринимательства на основе эмпирического сравнения способов организации деятельности его субъектов, выявляя их отличия от деятельности субъектов благотворительной деятельности и коммерческих предприятий. Хугендурн, Пэннингс и Турик [Hoogendoorn, B., Pennings, H., Thurik, A., 2010]¹⁵ в 2010 году выделили 4 основных направления в изучении социального предпринимательства. Эта классификация представляется хорошей базой, упрощающей понимание различных точек зрения, появляющихся в литературе по социальному предпринимательству. Ключевые элементы для сравнения данных подходов к изучению социального предпринимательства представлены в таблице 1.

1. *Школа социальных инноваций (SIS)* в настоящее время является одним из самых распространенных подходов к исследованию социального предпринимательства. Она уделяет особое внимание человеку, применяющему творческий и инновационный подход

для поиска и решения социальных проблем, и не считает необходимым образование юридического лица для внедрения социальных инноваций. Взгляды ученых этой школы сформировались на основе теории коммерческого предпринимательства, базирующейся на трудах Йозефа Шумпетера.

Особенно важны для них были такие ее разделы, как распознавание предпринимательской возможности, ее разработка и реализация. Ведущие эксперты этого направления – Дрейтон [Drayton B., 2002, 2006]¹⁶ (основатель фонда «Апока») Хокертс, Майер, Марти, Саравати, Шейн, Экхард, Шорт, Дис и другие – полагают, что нерешенные социальные проблемы являются источником предпринимательских возможностей. Их воплощение в жизнь осуществляется за счет использования инновационного коммерческого подхода.

2. *Школа социальных предприятий (SES)* изучает преимущественно некоммерческие предприятия, которые в рамках реализации социальной миссии занимаются деятельностью, приносящей доход [Hoogendoorn, B., Pennings, H., Thurik, A., 2010].¹⁷

Коммерческие доходы необходимы для снижения зависимости этих организаций от пожертвований, субсидий и грантов. Наиболее авторитетными представителями SES можно считать Э. Склута и Д. Боши. От других подходов к социальному предпринимательству концепцию школы отличает, в частности, то, что она подчеркивает: коммерческие виды деятельности некоммерческих предприятий часто не связаны с их социальной миссией и используются исключительно для ее финансирования. Специалисты школы считают необходимым создание специальной организационно-правовой формы для социального предприятия.

3. *Подход EMES (EMES International Research Network, Европейская организация по развитию социального предпринимательства)*. В связи с признанием социального предпринимательства самостоятельным и важным для Европейского Союза явлением, в 1996 году была основана EMES, научно-исследовательская сеть по изучению социальных предприятий. Основная ее задача – анализ возникновения и роста социальных предприятий по всей Европе.

¹¹ [25]

¹² [10]

¹³ [18]

¹⁴ [4]

¹⁵ [16]

¹⁶ [14]

¹⁷ [16]

Таблица 1

Основные направления исследования социального предпринимательства.*Составлено по: [Hoogendoorn B., Pennings H., Thurik A., 2010]*

Основные критерии, характеризующие подходы к изучению социального предпринимательства	Основные подходы к изучению социального предпринимательства			
	Американская практика		Европейская практика	
	Школа социальных инноваций (SIS)	Школа социальных предприятий (SES)	Подход EMES	Английское законодательство
Краткая суть подхода	Нерешенные социальные проблемы являются источником предпринимательских возможностей, для которых отдельные социальные предприниматели находят инновационные решения	В рамках данного подхода социальным предпринимательством считается только предпринимательская деятельность некоммерческих организаций	Считают социальным предпринимательством деятельность юридических лиц для достижения конкретной социальной цели для пользы общества при производстве товаров и услуг, сопряженную с ограничением прав собственников на принятие управленческих решений и распределение прибыли	Подход связан с формированием законодательства и инфраструктуры развития социального предпринимательства, которое определяется как бизнес в форме юридического лица, созданный для решения социальных задач, reinvesting прибыль в развитие предприятия и связанных с ограничением прав владельцев и акционеров.
Объект изучения	Предприниматель	предприятие	предприятие	предприятие
Связь деятельности с миссией	Прямая	прямая и опосредованная	прямая	прямая и опосредованная
Необходимость создания организации и ее организационно-правовая форма	не обязательна	некоммерческая	должна быть	не обязательна
Инновационность в деятельности	обязательны	не обязательны	не обязательны	не обязательны
Распределение прибыли	не обязательно	обязательно	ограничено	ограничено
Доходы от коммерческой деятельности	не обязательны	обязательны	не обязательны	важны
Государство	не вмешивается	не вмешивается	подчеркивает необходимость вовлечения акционеров и бенефициаров	рекомендует вовлекать акционеров и бенефициаров

4. *Подход Великобритании* выделяется потому, что в этой стране социальное предпринимательство является заметной общественной и политической силой, действующей через такие организации, как Social Enterprise UK,¹⁸ объединяющую на основе членства социальные предприятия Великобритании, а также Social Enterprise Mark, занимающуюся негосударственной сертификацией социальных предприятий. Великобритания – одна из немногих стран, имеющих специальную организационно-правовую форму для социального предприятия. Такие предприятия регистрируются с 2005 года как «компании, действующие в интересах общества» (CIC). Статус предполагает использование прибыли для целей развития предприятия или нужд местного сообщества, а также блокировку активов в случае ликвидации предприятия. Social Enterprise UK определяет социальное предприятие как бизнес, соответствующий следующим критериям:

1. Предприятие получает большую часть дохода от продажи товаров и услуг.

2. Предприятия имеют ясные социальные и/или экологические цели (миссию), закрепленные в их уставных документах.

3. Большая часть прибыли предприятия reinvestируется.

4. Предприятие не зависит от государства.

5. Деятельность предприятия контролируется в целях обеспечения ее соответствия социальной миссии.

6. Деятельность предприятия прозрачна и транспарентна.

Обсуждение результатов исследования и возможности его углубления

Вышеописанные подходы анализируют в целом особенности функционирования социальных предприятий, не ставя перед собой задачи осмысления роли и функций социальных предприятий в национальных и глобальных соци-

¹⁸ [9]

ально-экономической системах. Однако именно это направление исследований может привести к формированию осмысленной политики и программ развития данного сектора экономики.

По Р. Мартину и С. Осберг [Martin R.L., Osberg S., 2007]¹⁹ социальное предприятие проходит три этапа становления:

- определение стабильного несправедливого равновесия, которое исключает или ущемляет в социальном плане группу людей, не располагающую собственными средствами для изменения данного равновесия;
- поиск возможностей для создания социальной стоимости и разработка предложения по изменению данного равновесия;
- реализация предложения и формирование нового стабильного равновесия системы с лучшими характеристиками жизни для группы и общества.

Р. Мартин и С. Осберг [Martin R.L., Osberg S., 2007] таким образом видят в социальном предпринимательстве механизм создания социальной стоимости. Процесс создания социальной стоимости определен в частности в законодательстве Великобритании в законе Public Services (Social Value) Act 2012²⁰ как деятельность, предполагающая «улучшение экономического, социального и экологического благополучия на определенной территории, а также сохранение этого улучшения».

Однако это определение недостаточно конкретно и не описывает, в чем заключается экономическое, социальное и экологическое благополучие людей, живущих на определенной территории. Конкретизировать понятие социальной стоимости может отчасти принцип оптимума Вильфредо Парето.²¹

По Парето, оптимумом является состояние, описывающее максимальное суммарное благосостояние общества и оптимальное распределение благ и ресурсов, при котором любое изменение этого распределения ухудшает благосостояние хотя бы одного субъекта экономической системы. Таким образом, критерием Парето (или критерием роста общественного благосостояния) является движение в сторону увеличения роста благосостояния отдельных элементов социально-экономической системы без ухудшения благосостояния других ее участников.

Вышеприведенная трактовка социального предпринимательства Р. Мартина и С. Осберг как механизма преобразования несправедливого рыночного равновесия в новое состояние социально-экономической системы с лучшими характеристиками жизни для социальной группы и общества в целом согласуется таким образом с описанием В. Парето оптимального состояния общества, к которому оно стремится, и любое изменение которого приведет к ухудшению благосостояния хотя бы одного из элементов данной системы.

Для оценки степени улучшения характеристик жизни для отдельных социальных групп и общества в целом необходимо также ввести понятие социальных потребностей. Н.М. Бережной [2013]²² определяет потребность как нужду или недостаток в чем-либо необходимом для поддержания жизнедеятельности организма, человеческой личности, социальной группы, общества в целом. Социальные потребности проявляются во всех аспектах взаимодействия индивида с социумом и связаны с включенностью личности в различные виды взаимодействия с обществом: семью, трудовую деятельность, социальные группы и коллективы, общество в целом. Индивид удовлетворяет свои социальные потребности прежде всего через деятельность, через различные способы взаимодействия с обществом.

Существуют различные показатели, используемые для измерения степени удовлетворения социальных потребностей. Одним из таких показателей является качество жизни, которое, как пишет Б. Баркачиа [Barcaccia B., 04.09.2013],²³ характеризует «общее благополучие отдельных людей и обществ с оценкой негативных и позитивных сторон и особенностей жизни. Оно оценивает удовлетворенность жизнью с учетом всех факторов, влияющих на нее: физическое здоровье, семью, образование, занятость, материальное благополучие, религиозные и морально-этические убеждения, условия жизни, включая экологическую ситуацию».

Существуют различные показатели, которые используются в международной практике для измерения качества жизни. К ним относятся Human Development Index,²⁴ World Happiness Index,²⁵ разработанные и рассчитываемые ООН, а также Social Progress Index,²⁶ разработанный в 2010 году группой американских ученых.

¹⁹ [20]

²⁰ [24]

²¹ [26]

²² [2]

²³ [12]

²⁴ [17]

²⁵ [27]

²⁶ [23]

Опросы и измерение качества жизни в целом, и степени удовлетворения конкретных социальных потребностей в частности происходят по отдельным отраслям и регионам и внутри нашей страны и служат основой для принятия управленческих решений, корректировки кратко-, средне- и долгосрочных стратегий развития различных сфер национальной социально-экономической системы.

Статьи 34-44 Конституции РФ описывают основные социальные права граждан и социальные обязательства государства по реализации вышеприведенной в статье 7 задачи «создания условий, обеспечивающих достойную жизнь и свободное развитие человека».

Государство реализует эту задачу через систему минимальных социальных стандартов, систему социального, медицинского и пенсионного страхования, Фонд занятости, а также с помощью привлечения к выполнению своих социальных обязательств социальных предприятий, созданных в коммерческих и некоммерческих организационно-правовых формах, а также благотворительных некоммерческих организаций.

Такое привлечение регулируется государством и используется в случаях нехватки ресурсов у государства, а также при возможности более эффективного выполнения социальных обязательств негосударственными организациями вследствие их менее формального, стандартизированного и более клиенто-ориентированного отношения к бенефициарам и их потребностям.

Кроме того, социальные предприятия могут удовлетворять социальные потребности людей, выходящие за рамки социальных обязательств государства, в случае, если идентифицируют их наличие и готовность клиентов оплачивать их товары и услуги.

В этом случае критериями принадлежности предприятия к «социальным» будут: а) создание дополнительной социальной стоимости по сравнению с коммерческими предприятиями; б) более эффективный по сравнению с существующими способ решения выявленной социальной проблемы; в) направление большей части прибыли в развитие предприятия, т.е. в масштабирование позитивного социального воздействия от деятельности предприятия.

На государственном уровне в Российской Федерации понятие социального предпринимательства и его субъектов пока окончательно не сформировалось. Впервые оно появилось в ежегодно публикуемых Приказах Министерства экономического развития России, призванных описать предприятия, которые могут претендовать на государственную финансовую, образовательную, консультационную и инфраструктурную поддержку.

Так, в соответствии с Приказом Министерства экономического развития 167 от 25.03.2015 «Субъекты социального предпринимательства – это субъекты малого и среднего предпринимательства, осуществляющие социально ориентированную деятельность, направленную на достижение общественно полезных целей, улучшение условий жизнедеятельности гражданина и (или) расширение его возможностей самостоятельно обеспечивать свои основные жизненные потребности, а также на обеспечение занятости, оказание поддержки инвалидам, гражданам пожилого возраста и лицам, находящимся в трудной жизненной ситуации».

Кроме того, социальное предпринимательство фигурирует в Постановлении Правительства РФ № 1605 от 30.12.2014 «О предоставлении и распределении субсидий из федерального бюджета бюджетам субъектов Российской Федерации на государственную поддержку малого и среднего предпринимательства, включая крестьянские (фермерские) хозяйства». В этом постановлении перечислены категории граждан, которые нуждаются в дополнительной социальной защите, и, следовательно, имеют дополнительные социальные потребности по сравнению с базовыми, предъявляемыми всеми гражданами России.

Вышеописанные взаимосвязи понятий иллюстрирует схема 1, в соответствии с которой социальные предприятия и благотворительные организации выполняют дополняющую и вспомогательную функцию по отношению к государству в случае нехватки ресурсов у государства для выполнения социальных обязательств.

В этой системе отношений государство выступает регулятором количества благотворительных организаций и социальных предприятий: чем полнее и качественнее государство напрямую выполняет свои социальные обязательства и чем полнее эта деятельности удовлетворяет социальные потребности граждан и, в том числе, представителей социально-незащищенных групп населения, тем меньше в системе социальных предприятий и благотворительных организаций.

В этом случае они существуют для решения локальных социальных проблем, а также в том случае, если для государства с точки зрения ресурсов и обеспечения качества продуктов (товаров и услуг, удовлетворяющих социальные потребности) представляется более эффективным использовать негосударственные организации на принципе аутсорсинга для выполнения своих социальных обязательств.

При этом схема создания финансовой стоимости в этой системе отношений представляет собой потоки, представленные на схеме 2.

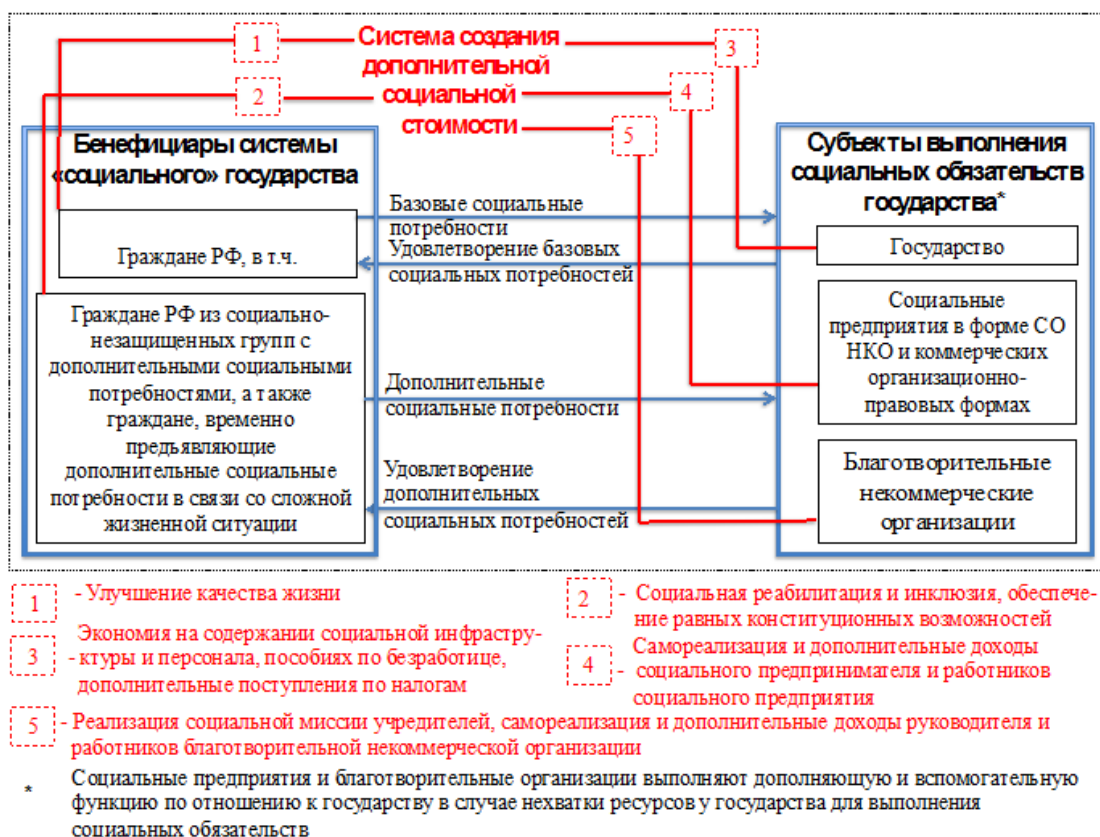


Схема 1. Система создания дополнительной социальной стоимости в рамках национальной социально-экономической системы в части реализации статьи 7 Конституции РФ

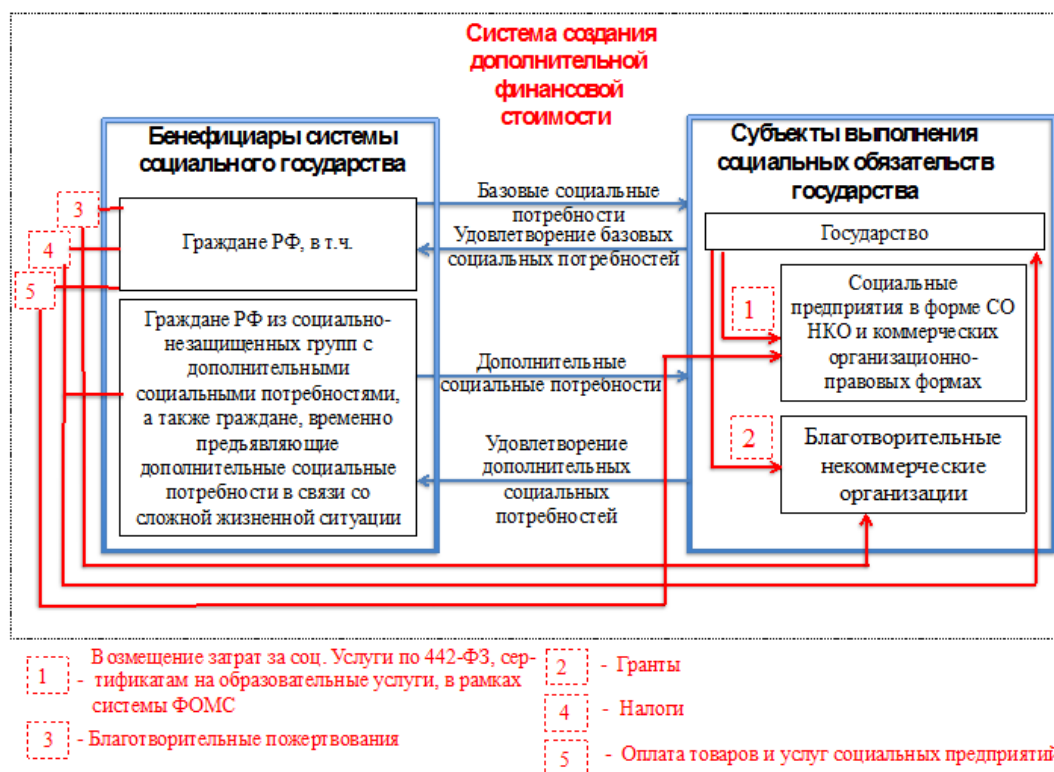


Схема 2. Система создания дополнительной финансовой стоимости в рамках национальной социально-экономической системы в части реализации статьи 7 Конституции РФ

Однако специальный закон, посвященный социальному предпринимательству, в России пока не принят и не рассматривается. Министерством экономического развития подготовлены и внесены в Правительство РФ поправки к закону о малом и среднем предпринимательстве, которые могли бы ввести в российскую законодательную практику термин «субъект социального предпринимательства» на постоянной основе для той части организаций, решающих острые социальные проблемы, которые созданы и работают в коммерческих организационно-правовых формах, а также термин «социальное предпринимательство» как «деятельность субъектов малого и среднего предпринимательства, при осуществлении которой соблюдается одно из ... условий», перечисленных в законопроекте и связанных либо с трудоустройством представителей выделенных социальных групп граждан, либо с деятельностью в описанной законом сфере деятельности. Этот законопроект прошел ряд согласований и доработок в результате общественных и ведомственных обсуждений, и был внесен Министерством экономического развития в Правительство РФ.²⁷

Научные исследования по социальному предпринимательству в России проводятся в Центре социального предпринимательства и социальных инноваций в составе Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики», в Высшей школе менеджмента Санкт-Петербургского государственного университета (ВШМ СПбГУ), в Российском экономическом университете им. Плеханова, Дальневосточном федеральном университете, РГСУ, МГУ им. Ломоносова и других высших учебных заведениях.

Центр социального предпринимательства и социальных инноваций в составе Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» на своем сайте²⁸ разместил следующее определение социального предприятия: «...Социальное предприятие как субъект социального предпринимательства отличается тремя важными свойствами, которые присутствуют в нем одновременно: оно создано специально для решения социальной проблемы или уменьшения ее остроты; оно предлагает качественно новый продукт (услугу) или качественно новую модель его предоставления; его деятельность экономически устойчива, то есть большая часть дохода приобретает за счет

продажи товаров или услуг, а не грантов, пожертвований и прочих донорских средств».

При этом директор Центра А. Московская следующим образом разъясняет различия между понятиями «социальное предприятие» и «социальное предпринимательство»:²⁹ «В настоящей работе в отсутствие специальных оговорок понятия «социальное предпринимательство» и «социальное предприятие» рассматриваются как сопряженные, где социальное предпринимательство означает процесс, деятельность, а социальное предприятие – его носителя, организационную структуру, в рамках и через посредство которой соответствующая деятельность воспроизводится и достигает социального и экономического результата».

Ю. Н. Арай [Арай Ю. Н., 2015],³⁰ исследователь из ВШМ СПбГУ, в своей диссертации сформулировала следующее определение социального предпринимательства: «Социальное предпринимательство представляет собой экономическую деятельность хозяйствующего субъекта, вне зависимости от организационно-правовой формы, использующего предпринимательский подход, миссия которого привязана к решению конкретной социальной проблемы, не решаемой вследствие провалов рынка и государства».

Данное определение сводит социальное предпринимательство к двум основным характеристикам: направленности на решение конкретной социальной проблемы и предпринимательскому подходу, что, по мнению автора, не описывает такие важные характерные черты социального предпринимательства, как инновационный характер деятельности, который отличает социальное предпринимательство от бизнеса в социальной сфере, необходимость обеспечить финансовую устойчивость и самокупаемость социальных предприятий, что отличает их от благотворительных организаций и социальных активистов, а также стремление к максимизации позитивного социального воздействия, т.е. стремление охватить как можно большее количество бенефициаров, выражающееся в тиражировании и масштабировании собственного найденного и успешно апробированного решения социальной проблемы.

Однако в целом можно отметить, что в силу недостаточной масштабности социального предпринимательства в России, отсутствия централизованного сбора статистических и учетных

²⁷ [5]²⁸ [6]²⁹ [7]³⁰ [1]

данных по социальным предприятиям, доступных для научного сообщества, а также отсутствия организаций, объединяющих социальные предприятия и позволяющих производить эмпирические исследования в рамках взаимодействия со своими членами – российские научные исследования по социальному предпринимательству крайне ограничены по количеству и перечню затрагиваемых проблем.

На практико-ориентированном уровне наибольший вклад в формирование понятия социального предпринимательства и внедрение его практик в России внес фонд региональных социальных программ «Наше будущее», созданный в 2007 году для реализации долгосрочных социально значимых программ и проектов, где могут быть применимы принципы социального предпринимательства. Данное определение используется фондом «Наше будущее» в качестве основополагающего для организации деятельности по выявлению и поддержке социальных предприятий.

Под социальным предпринимательством фонд подразумевает “новаторскую деятельность, изначально направленную на решение или смягчение социальных проблем общества на условиях самоокупаемости и устойчивости.”

При этом выделяются следующие основные признаки социального предпринимательства: а) социальное воздействие (целевая направленность на решение/смягчение существующих социальных проблем, устойчивые позитивные измеримые социальные результаты); б) инновационность (применение новых, уникальных подходов, позволяющих увеличить социальное воздействие); в) самоокупаемость и финансовая устойчивость; г) масштабируемость и тиражируемость; д) предпринимательский подход (способность социального предпринимателя видеть провалы рынка, находить возможности, аккумулировать ресурсы, разрабатывать новые решения, оказывающие долгосрочное позитивное влияние на общество в целом).

Заключение

Исходя из вышеизложенного, необходимо констатировать множественность подходов к изучению и законодательному закреплению понятия «социальное предпринимательство» в мировой практике, а также недостаточную концептуальную и законодательную проработку этой темы в национальном контексте. Современные российские законодательные инициативы не демонстрируют комплексного подхода к определению социального предпринимательства, поскольку вводят его только для предприятий коммерческих организационно-правовых форм, тогда как, и в международной практике, и в Рос-

сии решением социальных проблем с применением бизнес-подходов занимаются предприятия и организации, действующие как в коммерческих, так и в некоммерческих организационно-правовых формах.

Таким образом, следует констатировать, что в законодательном определении социального предпринимательства, его критериев, видов деятельности, целевых групп и финансовых механизмов поддержки содержится большой и пока нереализованный потенциал развития.

Это обосновывает необходимость исследования на основе системного подхода и концептуального оформления социального предпринимательства как части национальной социально-экономической системы для выработки тактической и стратегической программы государственного управления этой сферой, а также законодательства, отвечающего параметрам данной программы.

Литература

1. *Арай Ю. Н.* «Бизнес-модели в социальном предпринимательстве: типология и особенности формирования» Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук, СПб, 2015, [Электронный источник] Режим доступа: https://disser.spbu.ru/files/disser2/disser/ArayYN_disser.pdf.
2. *Бережной Н. М.* Человек и его потребности. М.: Форум, 2013.
3. *Жохова В. В.* «Социальное предпринимательство: типология видов»: Известия Дальневосточного федерального университета. Экономика и управление. 2015. № 4. С. 89–105.
4. *Кикал Д., Лайонс Т.* Социальное предпринимательство. Миссия – сделать мир лучше. М.: Альпина Паблишер., 2014.
5. Минэкономразвития внесло в Правительство законопроект о социальном предпринимательстве 11.04.17 Официальный сайт Минэкономразвития России [Электронный источник] Режим доступа: <http://economy.gov.ru/minrec/about/structure/depMB/20171110403>.
6. Ответственный редактор Московская А.А. (2011) «Социальное предпринимательство в России и в мире: практика и исследования». М.: издательский дом Высшей школы экономики.
7. *Шумпетер Й. А.* «Теория экономического развития.» М.: Прогресс., 1982
8. *Alter K.* Social Enterprise Typology, Virtue Ventures LLC, 2007.
9. *Barcaccia Barbara.* Quality of life: everyone wants it, but what is it? *Forbes/ Education*, 4 September 2013, Retrieved 10 May 2016.

10. Defourny J., Nyssens M. The EMES Approach of Social Enterprise in a Comparative Perspective, EMES Working Papers 12/3, 2003.
11. Drayton B. The Citizen Sector: Becoming as Entrepreneurial and Competitive as Business. *California Management Review*, 44 (3), pp. 120–132, 2002.
12. Guclu A., Dees J. G., Anderson B. B. The Process of Social Entrepreneurship: Creating Opportunities Worthy of Serious Pursuit, Fuqua School of Business, 2002.
13. Hoogendoorn B., Pennings H., Thurik A. What Do We Know about Social Entrepreneurship? An Analysis of Empirical Research. *International Review of Entrepreneurship*, 8 (2), pp. 71–112, 2010.
14. Kerlin J. A. Social Enterprise: A Global Comparison. – Lebanon, NH : Tufts University Press, 2009.
15. Lumpkin G. T., Dess G. G. Clarifying the Entrepreneurial Orientation Construct and Linking it to Performance. *Academy of Management Review*, pp. 135–172, 1996.
16. Martin R. L., Osberg S. Social Entrepreneurship: the Case for Definition. *Stanford Social Innovation Review*. Spring, 2007.
17. Miller D. The Correlates of Entrepreneurship in Three Types of Firms. *Management Science*, pp. 770–791, 1983.
18. Mintzberg H. Strategy-making in Three Modes. *California Management Review*, 16 (2), pp. 44–53, 1973.
19. Robinson J. (Ed.). Navigating Social and Institutional Barriers to Markets: How Social Entrepreneurs Identify and Evaluate Opportunities. New York: Palgrave Macmillan, 2006.
20. Vijay K. Mathur, "How Well Do We Know Pareto Optimality?" *Journal of Economic Education* 22 №2 (1991) pp. 172–78.
21. Zahra S., Gedajlovic E., Neubaum D., Shulman J. A Typology of Social Entrepreneurs: Motives, Search Processes and Ethical Challenges. *Journal of Business Venturing*, 24 (5), pp. 519–532, 2009.
3. Zhohova V. V. (2015) «Social'noe predprinimatel'stvo: tipologiya vidov» [«Social Entrepreneurship: Typology of Species»] – *Izvestiya Dal'nevostochnogo federal'nogo universiteta. EHkonomika i upravlenie. – News of the Far Eastern Federal University. Economics and Management*, no 4 pp. 89–105
4. Kikal D., Lajons T. (2014) Social'noe predprinimatel'stvo. Missiya – sdelat' mir luchshe. [Kickul J. R., Lyons T. S. Understanding Social Entrepreneurship. The Relentless Pursuit of Mission in an Ever Changing World.] M.: Al'pina Pablisher – Moscow, Alrina Publisher.
5. Minehkonomrazvitiya vneslo v Pravitel'stvo zakonoproekt o social'nom predprinimatel'stve [Ministry of Economic Development submitted a draft law on social entrepreneurship to the Government] – *Oficial'nyj sayt Minehkonomrazvitiya Rossii – Official website of the Ministry of Economic Development of Russia*, 11.04.17 Available at: <http://economy.gov.ru/minec/about/structure/depMB/2017110403>
6. Otvetstvennyj redaktor Moskovskaya A.A. [Social'noe predprinimatel'stvo v Rossii i v mire: praktika i issledovaniya] Responsible editor: Moscovskaya A.A. "Social Entrepreneurship in Russia and in the World: Practice and Research". M.: izdatel'skij dom Vysshej shkoly ehkonomiki – Moscow: Publishing House of the Higher School of Economics, 2011.
7. Shumpeter J. A. (1982) «Teoriya ehkonomicheskogo razvitiya.» [Shumpeter J. A. "The theory of economic development."] *Progress* – Progress, Moscow.
8. Alter K. (2007) Social Enterprise Typology, Virtue Ventures LLC.
9. Barcaccia, Barbara. (2016) Quality of life: everyone wants it, but what is it? *Forbes/ Education*, 4 September 2013, Retrieved 10 May.
10. efourny J., Nyssens, M. (2003) The EMES Approach of Social Enterprise in a Comparative Perspective, EMES Working Papers 12/3.
11. Drayton B. (2002) The Citizen Sector: Becoming as Entrepreneurial and Competitive as Business. *California Management Review*, 44 (3), pp. 120–132.
12. Guclu, A., Dees, J. G., Anderson, B. B. (2002) The Process of Social Entrepreneurship: Creating Opportunities Worthy of Serious Pursuit, Fuqua School of Business.
13. Hoogendoorn B., Pennings H., Thurik A. (2010) What Do We Know about Social Entrepreneurship? *An Analysis of Empirical Research. International Review of Entrepreneurship*, 8 (2), pp. 71–112.

References

1. Araj Yu. N. (2015) «Biznes-modeli v social'nom predprinimatel'stve: tipologiya i osobennosti formirovaniya» Dissertaciya na soiskanie uchenoj stepeni kandidata ehkonomicheskikh nauk [Business Models in Social Entrepreneurship: Typology and Formation Features. Thesis for a Candidate's Degree in Economics] St. Petersburg.
2. Berezhnoj N. M. (2013) CHelovek i ego potrebnosti [Human and his needs] – Moscow: Forum.

14. Kerlin J. A. (2009) Social Enterprise: A Global Comparison. Lebanon, NH: Tufts University Press.
15. Martin R. L., Osberg S. (2007) Social Entrepreneurship: the Case for Definition. *Stanford Social Innovation Review*. Spring.
16. Miller D. (1983) The Correlates of Entrepreneurship in Three Types of Firms. *Management Science*, pp. 770–791.
17. Mintzberg H. (1973) Strategy-making in Three Modes. *California Management Review*, 16 (2), pp. 44–53.
18. Lumpkin G. T., Dess, G. G. (1996) Clarifying the Entrepreneurial Orientation Construct and Linking it to Performance. *Academy of Management Review*, pp. 135–172.
19. Robinson J. (Ed.). (2006) Navigating Social and Institutional Barriers to Markets: How Social Entrepreneurs Identify and Evaluate Opportunities. New York: Palgrave Macmillan.
20. Vijay K. Mathur, (1991) "How Well Do We Know Pareto Optimality?" *Journal of Economic Education* 22 No. 2 pp. 172–78
21. Zahra S., Gedajlovic E., Neubaum D., Shulman J. (2009) A Typology of Social Entrepreneurs: Motives, Search Processes and Ethical Challenges. *Journal of Business Venturing* 24 (5), pp. 519–532.

УДК 64

О. А. Страхов,
кандидат технических наук,
член-корреспондент МАН ИПТ,
Университет «Синергия», г. Москва
E-mail: ostrakhov@synergy.ru

Анализ особенностей ремонта и сервисного обслуживания сложных систем с применением автоматизированных средств

Аннотация

Цель работы. Рассмотрены вопросы организации ремонта и сервисного обслуживания сложных систем с использованием автоматизированных ремонтно-диагностических комплексов.

Материалы и методы. Проведена классификация отказов сложных технических систем с целью обеспечения процесса восстановления исправности таких систем.

Результат. Обоснована модель применения автоматизированных ремонтно-диагностических комплексов в ремонте и сервисном обслуживании сложных систем.

Заключение. Определены основные комплексы функциональных задач, решаемые с использованием автоматизированных ремонтно-диагностических комплексов в процессе управления ремонтом и сервисным обслуживанием сложных технических систем.

Ключевые слова: Ремонт, сервис, автоматизация, сложные системы, управление процессами.

O. A. Strakhov,
PhD in Technique, Moscow University
for Industry and Finance "Synergy",
Moscow, Russia,
E-mail: ostrakhov@synergy.ru

Analysis of the features of repair and maintenance of complex systems using automated tools

Abstract

Purpose of work. The issues of organization of repair and maintenance of complex systems using automated repair and diagnostic systems are discussed.

Materials and methods. Classification of failures of complex technical systems was carried out in order to ensure the restoration process of the serviceability of such systems.

Results. The model of the use of automated repair and diagnostic systems in the repair and maintenance of complex systems has been substantiated.

Conclusion. The main complexes of functional tasks are determined, which are solved using automated repair and diagnostic complexes in the process of managing repair and service maintenance of complex technical systems.

Keywords: repair, maintenance, complex technical system, automation, process management.

Введение

Задачи управления процессами сервисного обслуживания и ремонта сложных технических

систем (СТС) приобретают особую актуальность с ростом сложности таких систем и территориальной распределённостью их составных частей

(СЧ) и элементов. При этом следует также отметить продолжающиеся процессы передачи задач ремонта и сервисного обслуживания (РСО) СТС различного назначения в процессе их эксплуатации на аутсорсинг специализированным сервисным организациям. Одним из ключевых параметров, указываемых в аутсорсинговых соглашениях, является в этом случае уровень доступности (иногда – уровень технической готовности) эксплуатируемой СТС. В этих условиях традиционный подход к РСО, при котором каждому образцу эксплуатируемого оборудования соответствует свой комплект ремонтно-диагностической аппаратуры, оказывается экономически не оправданным. В то же время, создание и использование автоматизированных ремонтно-диагностических комплексов (АРДК), с учётом типизации используемых СЧ и элементов СТС, позволит существенно повысить эффективность РСО на местах их эксплуатации.

Анализ закономерностей функционирования сложных технических систем в процессе их эксплуатации

Комплексным качественным показателем функционирования технического объекта является надежность. Надежность – свойство объекта сохранять во времени в установленных пределах значения всех параметров, характеризующих способность выполнять требуемые функции в заданных режимах и условиях применения, технического обслуживания, хранения и транспортирования [1]. В процессе исследований были использованы следующие определения из теории надежности СТС:

1) Объект контроля (ОК) – техническое изделие определенного целевого назначения, рассматриваемое в периоды проектирования, производства, испытаний и эксплуатации.

2) Элемент – простейшая (неразъемная) составная часть изделия (может состоять из многих деталей).

3) Система – совокупность совместно действующих элементов, предназначенная для самостоятельного выполнения заданных функций.

Современные ОК представляют собой структурированные СТС, нижний уровень которых составляют сменные элементы (СЭ) соответствующих функциональных составных частей объектов контроля.

Надежность объекта характеризуется такими основными состояниями и событиями как исправность и работоспособность. **Исправность** – состояние объекта, при котором он соответствует всем требованиям, установленным нормативно-технической документацией. **Работоспособность** – состояние объекта, при котором он способен выполнять заданные функции,

сохраняя значения основных параметров, установленных нормативно-технической документацией. Понятие **исправность** шире, чем понятие **работоспособность**. Работоспособный объект обязан удовлетворять лишь тем требованиям документации, выполнение которых обеспечивает нормальное применение объекта по назначению. Таким образом, если объект неработоспособен, то это свидетельствует о его неисправности. С другой стороны, если объект неисправен, то это не означает, что он неработоспособен.

Предельное состояние – состояние объекта, при котором его применение по назначению недопустимо или нецелесообразно. Применение (использование) объекта по назначению прекращается в следующих случаях:

- при неустранимом нарушении безопасности;
- при неустранимом отклонении величин заданных параметров;
- при недопустимом увеличении эксплуатационных расходов.

В зависимости от уровня разукрупнения изделия для некоторых объектов предельное состояние является последним в его функционировании, т.е. объект снимается с эксплуатации, для других – определенной фазой в эксплуатационном графике, требующей проведения ремонтно-восстановительных работ. В связи с этим, объекты могут быть:

- **невосстанавливаемые**, для которых работоспособность в случае возникновения отказа не подлежит восстановлению;
- **восстанавливаемые**, работоспособность которых может быть восстановлена, в том числе и путем замены.

Все современные СТС являются восстанавливаемыми объектами. В процессе эксплуатации СТС происходят отказы СЭ, которые приводят к снижению уровня надежности (к снижению готовности) или к отказам СТС в целом.

Отказ – событие, заключающееся в нарушении работоспособности состояния объекта [1].

Основные признаки классификации отказов:

- характер возникновения;
- причина возникновения;
- характер устранения;
- последствия отказов;
- дальнейшее использование объекта;
- легкость обнаружения;
- время возникновения.

Классификация отказов в зависимости от признаков возникновения приведена в таблице 1.

Таблица 1

Классификации отказов

Признак	Вид отказа
1	2
Характер возникновения	– внезапный отказ – отказ, проявляющийся в резком (мгновенном) изменении характеристик объекта; – постепенный отказ – отказ, происходящий в результате медленного, постепенного ухудшения качества объекта
Причина возникновения	– конструкционный отказ, вызванный недостатками и неудачной конструкцией объекта; – производственный отказ, связанный с ошибками при изготовлении объекта по причине несовершенства или нарушения технологии; – эксплуатационный отказ, вызванный нарушением правил эксплуатации
Характер устранения	– устойчивый отказ; – перемежающийся отказ (возникающий / исчезающий)
Последствия отказа	– легкий отказ (легкоустраняемый); – средний отказ (не вызывающий отказы смежных узлов – вторичные отказы); – тяжелый отказ (вызывающий вторичные отказы или приводящий к угрозе жизни и здоровью человека)
Дальнейшее использование объекта	– полные отказы, исключающие возможность работы объекта до их устранения; – частичные отказы, при которых объект может частично использоваться
Легкость обнаружения	– очевидные (явные) отказы; – скрытые (неявные) отказы
Время возникновения	– приработочные отказы, возникающие в начальный период эксплуатации; – отказы при нормальной эксплуатации; – износные отказы, вызванные необратимыми процессами износа деталей, старения материалов и пр.

Восстановление работоспособности СТС производится путем ремонта. Идеология ремонта зависит от ряда факторов, в том числе от организации системы РСО и от видов избыточности, используемой для обеспечения требуемого уровня доступности ОК.

Большинство современных СТС имеют в своем составе средства встроенного контроля (СВК) с разной эффективностью контроля и с различной глубиной диагностики. Эффективность СВК, характеризуется некоторой вероятностью $g_{эф}$ выявления отказов из общей совокупности отказавших СЭ. Вероятность необнаруживаемых отказов составляет $(1 - g_{эф})$. Аппаратная реализация СВК обладает конечной надежностью, характеризующейся вероятностью безотказной работы

$$P_{СВК} = e^{-\lambda_{СВК} t}, \quad (1)$$

где $\lambda_{СВК}$ - интенсивность отказов СВК.

Поток отказов СЭ в послегарантийный период представляет собой стационарный случайный процесс, который характеризуется соответствующей типу СЭ интенсивностью отказов λ_t . За интервал времени τ эксплуатации образца ВВСТ после очередных работ по техническому

обслуживанию и ремонту количество СЭ каждого типа, подозреваемых на отказ и изъятых из состава эксплуатируемого изделия ВВСТ на основе данных от СВК, составляет

$$N_{по} = \lambda_t \tau g_{эф} P_{СВК}; \quad (2)$$

где $N_{по}$ - количество потенциально отказавших СЭ, выявленных с помощью СВК.

Вследствие конечной эффективности ($g_{эф}$) и конечной надежности ($P_{СВК}$) системы встроенного контроля, часть отказавших СЭ « n_t » может быть не обнаружена

$$n_t = \lambda_t \tau [(1 - g_{эф}) P_{СВК} + (1 - P_{СВК})]; \quad (3)$$

где $(1 - P_{СВК})$ – вероятность необнаруживаемых неисправностей составных частей ВВТ при неисправностях СВК.

Из соотношений (2) и (3) следует, что при достаточной эффективности СВК поддержание требуемого уровня доступности СТС может быть обеспечено в течение некоторого межремонтного интервала τ за счет текущего ремонта его составных частей по техническому состоянию агрегатным методом – при наличии в составе ЗИП необходимых запасов N_n исправных СЭ каждого типа, удовлетворяющих условию:

$$N_{\text{расчет.}} > N_n > (N_{\text{но}} + n_t) \quad (4)$$

$N_{\text{расчет}}$ комплекта ЗИП определяется разработчиком ВВСТ, с учетом регулярного пополнения ЗИП. Расчет $N_{\text{расчет}}$ не входит в задачу диссертационных исследований, этот параметр принимается как предопределенный критерий для каждого типа элемента ЗИП.

Пополнение заданного значения N_n эксплуатационных запасов исправных СЭ каждого типа (из состава ЗИП) для обеспечения доступности СТС может осуществляться как за счет поставок новых СЭ, так и за счет восстановления отказавших СЭ. В большинстве случаев стоимость нового СЭ превышает стоимость восстановления неисправного. Заводской ремонт СЭ, как и процедура поставки новых СЭ занимает значительные временные интервалы. Средняя стоимость ремонта СЭ в заводских условиях превосходит стоимость ВР СЭ. Поэтому в условиях жестких финансовых ограничений и в целях повышения уровня доступности СТС используют вариант пополнения ЗИП за счет проведения ремонта СЭ на местах эксплуатации ОК.

Модели эксплуатации сложных технических систем по состоянию рассмотрены в работах Барзиловича Е.Ю. (например, [2]). Однако, из-за отсутствия необходимых исходных данных с характеристиками потоков отказов применить эти модели на практике не всегда представляется возможным, в этом случае используют приближенные оценки, основанные на количественных характеристиках отказавших элементов за период с момента предыдущих работ по РСО каждого ОК.

Особенности поддержания требуемого уровня доступности СТС с применением АРДК

В результате анализа закономерностей поддержания заданного уровня доступности проанализированных СТС было установлено, что коэффициент $K_{\Gamma\Gamma}$ готовности группы однотипных ОК в соответствии с ГОСТ 18322-78 (п. 61) определяется как отношение числа работоспособных изделий (n_p) данного типа к общему числу изделий данного типа (n_Σ) в составе группы в рассматриваемый момент времени:

$$K_{\Gamma\Gamma} = \frac{n_p}{n_\Sigma}; \quad (5)$$

При этом техническое состояние каждого конкретного ОК характеризуется коэффициентом

готовности (K_{Γ}), определяемым в соответствии с ГОСТ 27.002-89 (п. 6.26):

$$K_{\Gamma} = \frac{T_0}{T_0 + T_B}; \quad (6)$$

где T_0 – средняя наработка на отказ ОК;

T_B – среднее время восстановления ОК.

Коэффициент готовности по (6) представляет собой количественное значение вероятности того, что ОК окажется в работоспособном состоянии в произвольный момент времени, кроме планируемых периодов, в течении которых применение данного ОК по назначению не предусматривается.

Таким образом, максимально допустимая продолжительность межремонтного интервала конкретного ОК в общем случае определяется на основе функциональной зависимости:

$$\tau_{\text{мд}} \leq f_1(K_{\Gamma\Gamma}); \quad (7)$$

$$K_{\Gamma\Gamma} = f_2\left(\bigcup_1^k K_{\Gamma i}\right), \quad K_{\Gamma i} = f_3\left[\left(\bigcup_1^m \lambda_i\right), g_{\text{эф}}, \left(\bigcup_1^l N_{mi}\right)\right]$$

Где

Определение $\tau_{\text{мд}}$ для каждого конкретного образца ВВСТ осуществляется на основе мониторинга технического состояния группировки образцов ВВСТ. Более детальное рассмотрение данного вопроса выходит за рамки темы диссертации. Для реализации эффективного управления процессами и ресурсами ВР принимаем, что $\tau_{\text{мд}}$ задано, на основе чего известен

момент t_p проведения назначенных работ по РСО конкретного ОК и известна предварительная оценка состава подозреваемых на отказ СЭ, изъятых из ОК по показаниям СВК в процессе текущего ремонта и подлежащих ремонту с применением АРДК.

Ограничение минимально допустимого значения K_{Γ} ОК согласно (6) лишь опосредованно влияет на требования, предъявляемые к производительности АРДК, т.к. заданное значение времени восстановления T_B образца в первую очередь обеспечивается оперативностью его текущего ремонта агрегатным методом (на основе комплекта ЗИП).

Требования к производительности АРДК в большей степени вытекают из требований к минимально допустимому уровню технической готовности $K_{\Gamma\Gamma}$ группы однородных ОК. Это выражается в требованиях к максимально

допустимому времени t_{BP} , в течение которого должны производиться работы по РСО составных частей и комплекта неисправных СЭ СТС с применением АРДК. На это время ремонтируемый ОК выводится из состояния боевой готовности.

На основе функционального анализа совокупности процедур, подлежащих выполнению при РСО ОК с восстановлением ресурса на месте его дислокации, был разработан макроалгоритм управления процессом РСО с применением АРДК, приведенный на рисунке 1. Способ РСО, реализуемый под управлением указанного макроалгоритма, защищен патентом на изобретение РФ № 2376164 [3]. Критериальным параметром для реализации алгоритма является

максимально допустимое значение t_{BP} продолжительности РСО ОК до перехода его в технически исправное (работоспособное) состояние, которое определяется функциональной зависимостью:

$$t_{BP} \leq f_{BP} \{ (K_{IT}), (n_{\Sigma}), \sum_1^m [(N_{noi}), (t_{РДК}^{СЭ})] \}; \quad (8)$$

где n_{Σ} - количество образцов данного типа в составе группировки ОК;

m - количество типов СЭ, подлежащих ремонту;

$t_{РДК}^{СЭ}$ - средняя производительность работ АРДК по ремонту СЭ.

На основе выражения вида (8) получаем критериальные требования к производительности

$t_{РДК}^{СЭ}$ каждого типа АРДК, которые подлежат учёту при обосновании и разработке алгоритмов управления процессами РСО. Кроме того, на основе оценок ожидаемых количеств N_{noi} каждого типа СЭ, подлежащих ремонту в составе каждого типа АРДК, получаем критериальные ограничения по ресурсам, необходимым для выполнения назначенного объема работ.

Модель макроалгоритма управления процессами РСО, подлежащими выполнению с применением мобильных унифицированных АРДК на местах эксплуатации СТС, приведена на рисунке 1.

Обеспечение заданной производительности АРДК может быть достигнуто за счет автоматизации управления процессами РСО подмножеств СЭ, накопленных в межремонтный период. Ремонт СЭ в составе АРДК является неотъемлемой частью работ по РСО составных частей ОК на местах их эксплуатации. Следовательно, в состав комплексов функциональных задач автоматизи-

рованной системы управления ремонтом и сервисным обслуживанием (АСУ РСО) должны входить задачи информационной поддержки работ по РСО составных частей обслуживаемых объектов на местах их эксплуатации.

Состав, содержание и взаимосвязь процедур ремонта различных групп СЭ можно проиллюстрировать на примере процессов ремонта СЭ из состава цифровой радиоэлектронной аппаратуры СТС.

На рисунке 2 приведена структурная схема, поясняющая итерационный процесс ремонта СЭ радиоэлектронной аппаратуры в составе соответствующего АРДК [4].

На рисунке использованы следующие обозначения технологических процедур:

1 – приём СЭ, подозреваемого на отказ, в АРДК;

2 – внешний осмотр и дефектация конструкции СЭ;

3 – контроль работоспособности СЭ;

4 – диагностика неисправностей СЭ;

5 – электрорадиомонтажные работы по замене неисправных ЭРЭ и установочных элементов;

6 – слесарно-механические работы по устранению дефектов конструкции СЭ; 7 – восстановление влагозащитных покрытий и маркировки СЭ;

8 – передача исправного СЭ в эксплуатационный или ремонтный ЗИП;

9 – передача СЭ, не подлежащего восстановлению, на утилизацию.

Приведенный на рисунке 2 дискретный технологический процесс ремонта СЭ в составе АРДК отражает особенности конструктивно-технологического оснащения АРДК. Совокупность операций, выполняемых на каждом его шаге, связана с комплексом функциональных задач, которые могут быть решены с применением того или иного технологического рабочего места АРДК, имеющего высокую степень автономности.

Как следует из анализа структуры технологического процесса ремонта СЭ (см. рисунок 2) управление технологическим процессом ремонта СЭ должно включать решение следующих комплексов функциональных задач [4,5]:

1) учет, общую дефектацию и сортировку СЭ;

2) контроль и диагностику СЭ;

3) управление устранением дефектов схемы;

4) управление устранением дефектов конструкции (включая влагозащиту и маркировку);

5) управление процессами и ресурсами в составе АРДК.

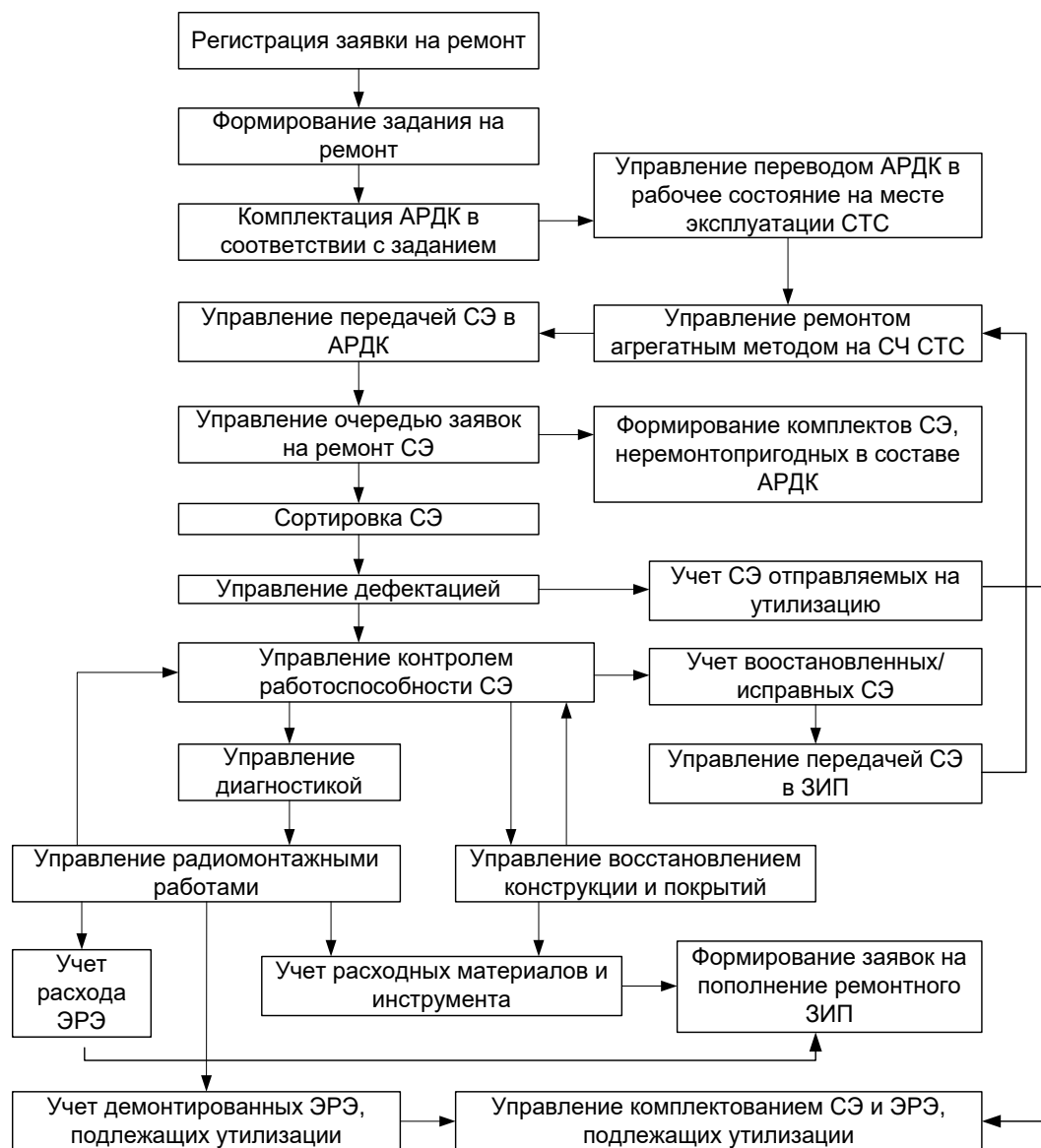


Рис. 1. Модель макроалгоритма управления РСО с применением АРДК

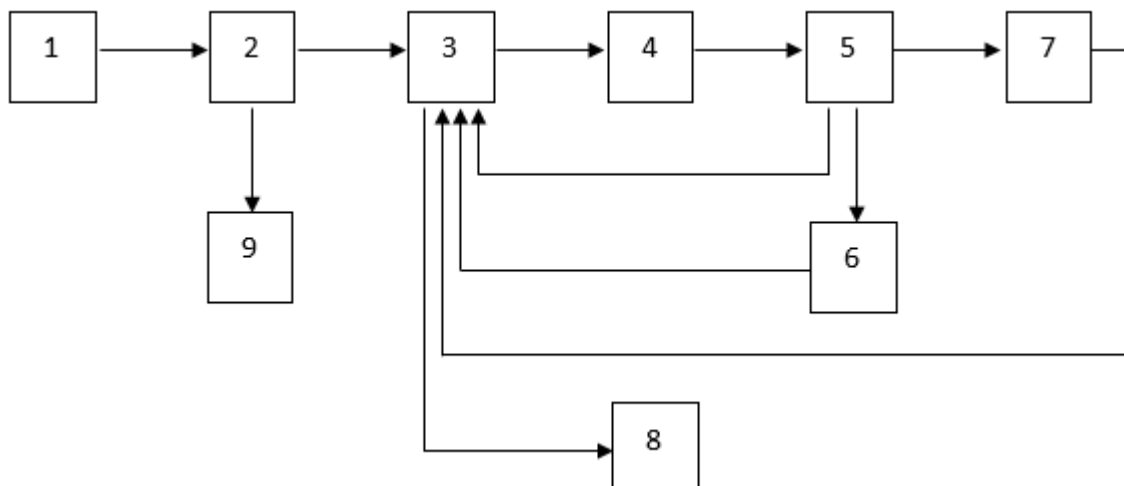


Рис. 2. Модель типового процесса ремонта СЭ в составе АРДК

Как видно из приведенной структуры типового технологического процесса восстановительного ремонта СЭ, каждый из комплексов задач 1÷4 реализуется независимым технологическим процессом, имеющим набор входных и выходных параметров (данных) и может рассматриваться как отдельный уровень управления.

Пятый комплекс задач представляет собой алгоритм макроуправления, осуществляющий взаимную увязку указанных 4-х автономных комплексов функциональных задач в рамках общего регламента выполнения технологического процесса ремонта СЭ в составе АРДК.

Полный состав комплексов задач, подлежащих решению с применением АСУ РСО, кроме задач управления процессами ремонта СЭ в составе АРДК, должен включать также задачи информационной поддержки работ непосредственно на аппаратуре СТС, а также задачи управления оснащением всех модификаций АРДК в соответствии с назначенными работами по РСО.

Заключение

В результате проведенных исследований, были проанализированы особенности работ по РСО СТС. Обосновано применение средств автоматизации процессов РСО – автоматизированных ремонтно-диагностических комплексов. Разработана общая модель управления работами по РСО СТС с использованием АРДК. Разработанная модель послужила основой для разработки частных локальных алгоритмов и комплекса программно-алгоритмического обеспечения системы адаптивного управления РСО в составе АРДК, чему предполагается посвятить отдельную статью.

Литература

1. *Страхов А. Ф.* Направления совершенствования системы ТОиР парка ВВТ ПВО. «Вопросы радиоэлектроники», серия ОТ, выпуск 1, 2009 г.
2. *Барзилович Е. Ю.* Модели технического обслуживания сложных систем М.: Высшая школа, 1982. 231 с.
3. Способ ремонта сложных технических систем и их сменных составных частей с

применением мобильных ремонтно-диагностических комплексов: пат. 2376164 Российская Федерация, МПК В60Р 3/14 / А. Ф. Страхов, М. М. Чистяков; заявитель и патентообладатель ОАО "Головной центр сервисного обслуживания и ремонта Концерна ПВО "Алмаз-Антей" "Гранит". № 2008141938/11, 23.10.2008, опубли. 20.12.2009.

4. *Страхов А. Ф.* Автоматизация управления технологическими процессами и ресурсами при войсковом ремонте образцов ВВТ ПВО / А. Ф. Страхов, О. А. Страхов, М. М. Чистяков «Вопросы радиоэлектроники», серия ОТ, выпуск 1, 2009 г.
5. *Страхов А. Ф.* Проблемы управления жизненным циклом сложных технических систем. «Ремонт, восстановление, модернизация», № 8, 2006 г.

References

1. Strakhov A. F. (2009) Directions for improving the MRO system of the VVT air defense park. "Questions of Radio Electronics", a series of OT, Issue 1.
2. Barzilovich E. Yu. (1982) Models of maintenance of complex systems M.: Higher School. 231 p.
3. The method of repairing complex technical systems and their replaceable components using mobile repair and diagnostic systems: US Pat. 2376164 Russian Federation, IPC B60P 3/14 / AF Strakhov, MM Chistyakov; applicant and patent holder of JSC "Head Center for Service and Repair of Concern Air Defense" Almaz-Antey "" Granit ". No. 2008141938/11, 23.10.2008, publ. 20.12.2009
4. Strakhov A. F. (2009) Automation of management of technological processes and resources in the course of troop repair of samples of weapons and military equipment / A.F. Strakhov, O.A. Strakhov, M.M. Chistyakov "Questions of Radio Electronics", a series of OT, Issue 1.
5. Strakhov A. F. (2006) Problems of life cycle management of complex technical systems. "Repair, restoration, modernization", No. 8.

П

роблемы образования

УДК 81

О. Л. Мохова,

кандидат педагогических наук,
заведующий кафедрой иностранных языков
Негосударственное образовательное
частное учреждение высшего образования
"Московский финансово-промышленный
университет "Синергия"
E-mail: OMokhova@synergy.ru

М. А. Соколовская,

старший преподаватель кафедры
иностранных языков, Негосударственное
образовательное частное учреждение высшего
образования "Московский финансово-
промышленный университет "Синергия"
E-mail: mariyakostyuk@yandex.ru

Особенности текстов экономического дискурса

Аннотация

Цель работы. Статья посвящена рассмотрению особенностей текста экономического дискурса. В ней рассматриваются такие понятия, как «экономический термин», «интернациональные слова», «неологизмы» с точки зрения перевода экономического текста.

Материалы и методы. Автор приводит классификацию экономических терминов с лингвистической точки зрения. Статья раскрывает основные сложности и трудности при работе с текстами экономического дискурса. В частности, рассматривается одна из проблем при переводе экономических текстов – перевод аббревиатур.

Результат. В статье приводятся примеры работы с данным лексическим явлением. Автор приходит к выводу, что основная трудность перевода экономических текстов заключается в том, что переводчик должен обладать знаниями в области экономики, которые включают не только знание экономических терминов и их перевода, но и понимание основных экономических законов и реалий.

Заключение. Основная задача переводчика в сфере экономики состоит в том, чтобы максимально полно и точно донести до читателей смысл переводимого текста.

Ключевые слова: экономический дискурс, экономические термины, неологизмы.

P

roblem of education

O. L. Mokhova,

PhD, head of the Department of foreign
languages, Non-state educational private uni-
versity of higher education "Moscow financial
and industrial university" Synergy",
E-mail: OMokhova@synergy.ru

M. A. Sokolovskaya,

senior lecturer of the Department of foreign
languages, Non-state educational private uni-
versity of higher education "Moscow financial
and industrial university" Synergy",
E-mail: mariyakostyuk@yandex.ru

Features of economic discourse texts

Abstract

Purpose of work. The article is devoted to the peculiarities of the text of economic discourse. It examines such concepts as "economic term", "international words", "neologisms" in terms of translation of the economic text.

Materials and methods. The author provides a classification of economic terms from a linguistic point of view. The article reveals the main difficulties and difficulties in working with the texts of economic discourse. In particular, we consider one of the problems in the translation of economic texts – the translation of abbreviations.

Results. The article provides examples of work with this lexical phenomenon. The author comes to the conclusion that the main difficulty of translating economic texts is that the translator must have knowledge in the field of Economics, which include not only knowledge of economic terms and their translation, but also an understanding of the basic economic laws and realities.

Conclusion. The main task of the translator in the field of Economics is to convey to the readers the meaning of the translated text as fully and accurately as possible.

Keywords: economic discourse, economic terms, neologisms.

Введение

В наши дни экономический перевод является очень востребованным видом перевода в связи с тем, что на мировом рынке сотрудничают компании из разных стран. Многие российские компании имеют иностранных партнеров и клиентов, не владеющих русским языком. Такие компании неизбежно прибегают к услугам переводчиков. К таким переводчикам предъявляются особые требования. Они должны иметь знания в сфере экономики, а также понимание особенностей, существующих в практике составления экономических документов, применении законодательных норм, а также понимания и корректного перевода экономических терминов.

Перевод банковских, экономических или финансовых текстов в большей степени, чем другие виды перевода, предполагает не только знание иностранного языка и работу со словами, но и понимание в области экономики, а также в случае необходимости – консультирование узких специалистов по переводу наиболее сложных терминов.

Необходимо отметить, что экономический текст обладает рядом особенностей, такими как: наличие терминов, фразеологизмов, устойчивых выражений и аббревиатур. Естественно, не подготовленному переводчику в области экономики осуществить перевод текста экономической направленности достаточно трудно.

Перевод экономических текстов можно разделить на следующие виды:

- документооборот банковских учреждений;
- планы, проекты и документы, связанные с ведением бизнеса;
- перевод финансовых отчетов;
- документация, связанная с бухгалтерской отчетностью;
- документы, связанные с рынком ценных бумаг;
- перевод аудиторских документов;
- перевод деловой корреспонденции;
- перевод экономических текстов и статей;
- учебная и научная экономическая литература;
- иная документация.

Все эти виды перевода требуют от переводчика не только знания языка, но также знаний и навыков в сфере экономики и финансов.

Рассмотрим сложности, с которыми сталкивается переводчик в процессе работы над текстом экономической направленности.

Особенности экономических текстов

Экономические тексты имеют следующие особенности, которые обязательно должны быть учтены при переводе:

1) Экономические статьи, как правило, очень информативны. В них содержится множество профессиональных терминов, которые зачастую не знакомы специалисту, работающему с художественной литературой или другими текстами.

2) Экономический перевод требует лаконичного изложения, точности, ясности, а также максимальной компактности. Однако сжатость и лаконичность языка перевода не должны мешать изложению лексики, пониманию смысла текста оригинала.

3) Переводчик экономического текста должен владеть не только общей лексикой, но и знать речевые обороты, фразеологизмы, профессионализмы и т.д.

4) Переводчик экономического текста должен знать значения экономических терминов, отличных от их традиционного общелитературного значения.

5) В изложении текстов экономической направленности в большей степени используется пассивная речь, а также форма простого настоящего времени.

Как правило, большая часть общеупотребительной лексики не вызывает значительных трудностей при переводе экономических текстов. Однако переводчику необходимо обращать внимание на термины, которые в экономических текстах приобретают другое значение, а также на так называемых «ложных друзей переводчика». Например, «interest» в сфере экономики означает «процент», «доля».

Учитывая вышесказанное, становится очевидным, что переводчик сталкивается с определенными трудностями при работе с текстами экономического дискурса. Например, сложно-

сти для перевода часто представляют многословные термины, так как их значения не всегда складываются из значений их элементов. При этом не всегда термин в английском языке точно соответствует термину в русском языке. В обычной практике наиболее употребительные и общепринятые термины используются как основа для образования многословных терминов. При переводе многословного термина необходимо выяснить его состав, определить главное слово, а также порядок, в соответствии с которым следует раскрывать значение данного словосочетания.

Отдельно следует отметить перевод с английского языка однословных терминов, которым в русском языке соответствуют многословные термины. Например:

- securities – ценные бумаги;
- maintenance – техническое обслуживание;
- proceeds – денежные поступления;
- research – научные исследования.

Среди экономических терминов существует большое количество многозначных, или так называемых «разнопереводных» терминов. Многозначность наблюдается в тех случаях, когда термин в английском языке имеет различные значения, которые передаются различными русскими эквивалентами, а выбор вариантного соответствия, как правило, обусловлен контекстом. Существуют многозначные термины, имеющие не только непосредственно экономическое значение, но и одно или более значений из других областей.

В качестве примера приведем следующие термины:

- credit, имеющий следующие значения: 1) кредит, займ; 2) бухгалтерский кредит; 3) аккредитив; 4) доверие; 5) зачет; 6) честь.
- amount, которому соответствуют несколько русских эквивалентов: 1) сумма; 2) величина; 3) объем; 4) размер.
- order, имеющий следующие значения: 1) порядок; 2) приказ; 3) распоряжение; 4) ордер; 5) заказ.

Следует отметить, что двуязычные словари не всегда оказываются полезными при переводе таких терминов. Не все английские финансовые и экономические термины имеют уже готовые и употребляемые аналоги в русском языке, поэтому при осуществлении экономического перевода переводчику необходимо, тщательно изучив значение термина с помощью толкового словаря, а также его употребление в разных контекстах, подобрать наиболее подходящий эквивалент или описание.

Лексические особенности экономических текстов

Рассмотрим далее лексические особенности экономических текстов. К ним относятся прежде всего: значительная роль терминологии, использование разноплановой лексики, большое количество терминов и неологизмов, а также широкое распространение аббревиатур: GDP (gross domestic product) – валовый внутренний продукт, IMF (International Monetary Fund) – Международный валютный фонд, CMV (current market value – текущая рыночная стоимость), COD (Cash on Delivery) – оплата при доставке и другие.

Также экономические термины обладают такими характеристиками, как отсутствие экспрессивности, возможность употребления термина вне контекста, ограниченность термина. Термины обозначают не предметы, а понятия, смысл которых однозначен. Термин всегда обозначает конкретное специальное понятие. Основное отличие терминов от обычных слов, это – их сфера применения. Другими словами, термины в основном созданы и используются для определённых сфер профессиональной деятельности. Экономические термины есть естественные компоненты определенного профессионального, научного дискурса. Являясь единицей определенного языка, термин обладает специальным терминологическим значением.

Использование терминологической лексики позволяет наиболее точно, четко и понятно излагать содержание того или иного предмета и обеспечивает правильное понимание сути того или иного экономического вопроса. В специальной литературе именно термины несут основную семантическую нагрузку и занимают главное место среди прочих общелитературных и служебных слов. Термины обеспечивают точное указание на реальные объекты и явления, обеспечивают однозначное понимание передаваемой информации специалистами конкретной сферы деятельности. Учитывая сказанное, к терминам предъявляются особые требования. Во-первых, термин должен быть точным, иметь строго определенное значение, которое может быть передано путем логического определения. Слово, являющееся термином в одной конкретной отрасли, не может правильно восприниматься в другой. Например, слово «мышь» в электронной технологии имеет одно значение, в зоологии – другое и т. д.

Раскрытие значения конкретного экономического термина происходит посредством умения переводчика разобраться в переводимом тексте, составить представление о системе терминологии в целом и осуществить структурно-смысловую и синтаксический анализ незнакомой терминологической единицы на основе собственных знаний, а также с использованием

словарей и другой справочной литературы. Безусловно, важную роль в переводе экономических текстов играет использование словарей, но основным их недостатком является то, что большинство выпшедших словарей не успевают за развитием экономики.

Экономические термины – это слова, словосочетания и обороты, которые употребляются для обозначения логически точно сформулированных понятий экономики как отрасли, они же составляют основу экономической теории. С точки зрения лингвистики экономические термины представляют собой лексико-грамматические единицы языка, функционирующие как в общелитературном языке, так и в системе экономического дискурса. С лексико-грамматической точки зрения, экономическому термину присущи те признаки, которые характерны для лексических единиц общелитературного языка, как-то: смысл и семантика.

В качестве примера приведем экономический термин «future», который в экономическом дискурсе часто переводится как «фьючерс, фьючерсный контракт», в отличие от общелитературного «будущий».

Характерными особенностями экономических терминов являются: однозначность, точность, системность, отсутствие синонимов, безэмоциональность, краткость и другие.

Под однозначностью понимают то, что термин всегда обозначает конкретное специальное понятие и в этом смысле термин однозначен.

Точность означает то, что термин имеет строго определенное значение, которое раскрывается при помощи логического определения.

Любой термин, в том числе экономический, обладает признаками системности в том смысле, что он соотносится с тем или иным специальным понятием, которое занимает определенное место в системе узкоспециальных понятий. Например, если рассмотреть термины «Loss» и «Profit», то они оба определяются через общее понятие «money». Однако они будут занимать разные места в данной системе, т.к. все прочие признаки у них разные: «Loss» is «the result of a business operation where expenditures exceed receipts»,¹ а «Profit» is «the excess of sales revenue over the costs of providing the goods or services sold».² Таким образом, системность помогает снять многозначность.

Существует несколько типов классификации экономических терминов. Например, они могут быть классифицированы исходя из следующих признаков:

- по категории определяемого понятия;
- по содержательной структуре;
- по формальной структуре;
- по принадлежности к частям речи и т.д.

Исходя из категории определяемого понятия, выделяются экономические термины предметов (currencies – денежные единицы), процессов (controlling – контроль, trade – торговля), признаков, свойств (asset turnover – оборачиваемость активов), величин и их единиц (liquidity ratio – коэффициент ликвидности).

Классификация по содержательной (семантической) структуре позволяет выделить однозначные термины и многозначные термины. Однозначные термины имеют одно значение, выраженное одним вариантом перевода. Например:

- tax – налог;
- inflation – инфляция.

Многозначные термины имеют более двух вариантов перевода. Например, термин «account», который имеет разные значения:

1. расчет;
2. счёт (бухгалтерского учёта);
3. отчёт (например, финансовый);
4. запись финансовой операции и другие

Экономические термины являются многозначными в том случае, если при переводе того или иного понятия может быть использовано несколько различных терминов. Корректный выбор варианта перевода зависит от контекста, в котором употребляется данный термин.

С семантической точки зрения выделяются экономические термины – свободные словосочетания (unfair competition – недобросовестная конкуренция) и устойчивые словосочетания, в том числе фразеологические (production costs – производственные издержки).

При классификации по формальной структуре выделяют термины-слова и термины-словосочетания. Термины-слова, в свою очередь, подразделяются на корневые (income – доход), производные (overproduction – перепроизводство), сложные (bootstrapping – бутстрэппинг) и другие. А термины-словосочетания включают:

- сочетание существительного с прилагательным. Например, current liabilities – текущие обязательства, floating rate – плавающий курс;
- сочетание существительного с существительным. Например, income tax – подоходный налог, control system – система контроля.

При переводе экономического термина-словосочетания необходимо выяснить его состав,

¹ John Black, Nigar Hashimzade, and Gareth Myles. A Dictionary of Economics (5 ed.). Электронный ресурс.

² Jonathan Law. A Dictionary of Finance and Banking (6 ed.). Электронный ресурс.

определить главное слово и порядок, в соответствии с которым следует раскрывать значение данного словосочетания (так как порядок слов в большинстве случаев придется подчинять законам русского языка, отличный от порядка слов в английском языке). Выполненный перевод должен полностью соответствовать исходному тексту в смысловом аспекте без лишней информации, даже если она связана с данной сферой.³

С точки зрения принадлежности к частям речи классифицируют термины-существительные, прилагательные, глаголы, наречия. Например, термины-существительные:

income – доход;

interest – процент;

profit – прибыль;

currency – валюта;

order – заказ.

Термины-прилагательные:

free – бесплатный;

investment – инвестиционный;

irrevocable – безотзывный.

Термины-глаголы:

to quote – котировать, регистрировать курс;

to supply – поставлять (товары);

to enclose – прилагать (к документу).

Кроме перечисленного выше, еще одной особенностью экономических терминов является то, что многие из них представляют собой так называемые интернациональные слова. «Интернациональные слова – слова или выражения, употребляющиеся во многих языках с одним и тем же значением. Словарный фонд интернациональных слов разных языков пополняется за счет заимствования слов и выражений одного языка другим».⁴ Например: *economist*, *broker*, *inflation*, *deficit*, *corporation* и другие.

Терминология постоянно пополняется новыми единицами. Источником такого пополнения являются заимствования из других языков, а также элементы разговорной речи, жаргонизмы, профессионализмы и т.д.

Сегодня английский язык переживает настоящий неологический бум. Научно-техническая революция, развитие средств массовой коммуникации, стремительное развитие общественной жизни, появление новых экономических процессов привели к появлению большого количества новых слов и их значений. Данные лингвистической статистики говорят о том, что ежегодно в английском языке появляется мно-

жество новых слов. Такие лексические новообразования называются неологизмами. Словарь Ожегова дает нам следующее определение неологизма (от греч. *neos* 'новый' + *logos* 'слово') — «в языкознании: новое слово или выражение, а также новое значение старого слова».⁵ Но если дать более детальное определение, то неологизм – это новое слово или словосочетание, появившееся в языке в результате определенных социально-политических изменений, развития науки и техники и т.д. для обозначения нового предмета или явления, или для выражения нового понятия. Образование неологизмов в современном английском языке представляет собой активный процесс пополнения словарного состава и обогащения языка. Особенно много неологизмов появляется сегодня в сфере экономики, как самой развивающейся отрасли в наши дни. Экономика включает в себя различные сферы деятельности: промышленность, торговля, банковский сектор, связь и др. Новые слова, как правило, возникают на базе уже существующих в языке слов и морфем.

Типичным примером неологизма является слово «call». В общеупотребительном значении в английском языке оно означает «называть», «вызывать, призывать; созывать», «вызов», «телефонный звонок» и др. Однако с развитием биржевого дела не так давно у него появилось новое значение, зафиксированное в словарях как «колл, опцион колл» (т.е. право купить в течение определенного срока ценные бумаги по обусловленной цене с предварительной уплатой премии), а с развитием банковского дела – «требование банка к заемщику о досрочном погашении кредита в связи с нарушением его условий».⁶

Для того, чтобы избежать проблем и ошибок при переводе неологизмов, специалистам необходимо хорошо знать способы словообразования в английском языке.

В экономической терминологии часто происходит образование новых слов с помощью:

– префиксации, например, «sure» при помощи различных префиксов преобразуется в «ensure» – «обеспечивать» или «insure» – «страховать»;

– суффиксации, например, «compete» при помощи суффиксов преобразуется в «competitor» – «конкурент», «competitive» – «конкурентоспособный» или «competitiveness» – «конкурентоспособность»;

³ Данилов П.А. Лингвистическая характеристика лексики в экономических текстах. Электронный ресурс.

⁴ Словарь экономических терминов Studbooks.net. Электронный ресурс.

⁵ Ожегов С.И. и Шведова Н.Ю. Толковый словарь русского языка. 2-е издание, исправленное и дополненное, 72500 слов, Москва «АЗЪ», 1995, стр. 400

⁶ Данилов П.А. Лингвистическая характеристика лексики в экономических текстах. Электронный ресурс.

– словосложения. Одним из наиболее древних, универсальных и распространенных способов словообразования в английском языке является словосложение. Словосложение очень распространено и в современном английском языке, более одной трети всех новых слов в котором – это сложные слова. Например «bookkeeper» – «бухгалтер» или «cost price» – «себестоимость»;

– конверсии. Например, существительное «deposit» – «депозит», «вклад (в банке)» и глагол «to deposit» – «давать на хранение», «размещать вклад», «класть в банк».

Следует выделить следующие этапы работы с неологизмами:

1. Этап предпереводческого анализа:

- Выявить неологизм в тексте.
- Определить часть речи и функцию, которую неологизм выполняет в предложении.
- Определить стилевую и жанровую принадлежность текста, а также общий контекст.

2. Этап поиска эквивалента:

- Осуществить попытку поиска эквивалента в доступных двуязычных словарях, включая постоянно обновляемые онлайн-версии словарей (<http://multitrans.ru>, <http://multilex.ru>, <http://poliglos.info/>, <http://www.oxforddictionaries.com/>, Яндекс Словари, <https://glosbe.com/> и др.).

3. Этап поиска дефиниции:

- Осуществить попытку поиска дефиниции искомого слова на английском языке в доступных одноязычных словарях, включая постоянно обновляемые онлайн-версии словарей (<http://www.oxforddictionaries.com/>, <http://www.merriam-webster.com/>, <https://glosbe.com/> и др.). Если дефиниция найдена, а неологизм зарегистрирован словарем, то осуществить перевод неологизма на основе дефиниции с учетом общего контекста.

4. Этап определения способа образования неологизма:

- В случае отсутствия неологизма в словарях или несоответствия значения контексту необходимо проанализировать неологизм с це-

лью определения способа его образования (аффиксальный способ, словосложение, смысловое развитие, звуковое подобие, конверсия, сокращение, фразеология и т.п.).

5. Этап консультации:

- В случаях, когда выявление значения особенно затруднено, имеет смысл обратиться за помощью к онлайн-сообществам профессиональных переводчиков, таким как, например, «Город переводчиков» (<http://www.trworkshop.net/job/>). Однако, как показывает практика, самым ценным и эффективным способом является консультация со специалистом в определенной экономической области.

- Провести активное обсуждение возможных вариантов значения неологизма в учебной группе с помощью активных и интерактивных методов (мозговой штурм, метод пинг-понга, кейс-стади, метод презентации и др.).

6. Этап перевода:

На основе выявленного значения осуществить перевод неологизма с помощью общепринятых переводческих приемов для их перевода.⁷

К таким приемам относятся: транслитерация, транскрибирование; калькирование; описательный перевод:

Транслитерация – переводческий метод, при котором буквы, составляющие слово на исходном языке, передаются буквами переводящего языка⁸ (например, *broker* – брокер);

Транскрипция – это переводческий прием, заключающийся в передаче буквами языка, на который осуществляется перевод, звучания слова исходного языка⁹ (например, *notebook* – ноутбук);

Калькирование – способ перевода лексической единицы исходного языка путем замены его составных частей (морфем или слов) их лексическими соответствиями в переводящем языке (например, *viral marketing* – вирусный маркетинг, вирусное продвижение товара);¹⁰

описательный перевод – употребляется, когда ни одно из словарных соответствий слова не подходит к данному контексту (напри-

⁷ Коннова З.И., Гладкова О.Д., Статья «Обучение пониманию и переводу неологизмов при подготовке переводчиков в сфере профессиональной коммуникации (на примере английского языка). Журнал «Современные проблемы науки и образования». Выпуск № 2, часть 2 за 2015 год. Электронный ресурс.

⁸ Коннова З.И., Гладкова О.Д., Статья «Обучение пониманию и переводу неологизмов при подготовке переводчиков в сфере профессиональной коммуникации (на примере английского языка). Журнал «Современные проблемы науки и образования». Выпуск № 2, часть 2 за 2015 год. Электронный ресурс.

⁹ Коннова З.И., Гладкова О.Д., Статья «Обучение пониманию и переводу неологизмов при подготовке переводчиков в сфере профессиональной коммуникации (на примере английского языка). Журнал «Современные проблемы науки и образования». Выпуск № 2, часть 2 за 2015 год. Электронный ресурс.

¹⁰ Коннова З.И., Гладкова О.Д., Статья «Обучение пониманию и переводу неологизмов при подготовке переводчиков в сфере профессиональной коммуникации (на примере английского языка). Журнал «Современные проблемы науки и образования». Выпуск № 2, часть 2 за 2015 год. Электронный ресурс.

мер, *Obamacare* – неформальный термин для обозначения федерального закона, направленного на улучшение услуг здравоохранения для американских граждан и принятого во время правления президента Обамы).¹¹

Еще одной важной особенностью экономических текстов является широкое использование в них сокращений. Их использование в наше время стало очень популярным. Одна из причин такой популярности в том, что использование сокращений помогает существенно сэкономить время, что очень важно именно применительно к деловой сфере.

Перевод экономических терминов, имеет свои тонкости и особенности в сравнении с обычным литературным и другими видами перевода. Переводчик, осуществляющий перевод экономических текстов должен обязательно обладать знаниями в экономической, банковской, а также аудиторской сфере, иметь представление о ведении бизнеса, владеть навыками ведения переговоров и т.д.

При переводе экономических текстов особую сложность представляет и безэквивалентная лексика, то есть та лексика, которая на данный момент не имеет эквивалента в русском языке.

«Безэквивалентная лексика – это слова и словосочетания, обозначающие предметы, процессы и явления, которые на данном этапе развития языка перевода не имеют в нем эквивалентов».¹²

К безэквивалентной лексике можно отнести два вида английских терминов:

1) термины, обозначающие понятия или явления, отсутствующие в российской экономической действительности, например «*valuation allowance*» можно перевести как «пособие по оценке»;

2) термины, обозначающие явления, которые не так давно возникли в российской действительности, но до сих пор не сформировали отдельную категорию в соответствующей профессиональной сфере, что и является причиной отсутствия термина в русском языке. У таких терминов нет именно термина-эквивалента, но нередко существует рекомендуемый двуязычными словарями эквивалент, который передает

значение термина и представляет собой сочетание терминов и общеупотребительных лексических единиц. Ниже рассмотрим некоторые примеры таких терминов:

group voting – голосующие акции группы (компаний);

mortgage backed liability – обязательства, обеспеченные залогом недвижимости;

parent holding – акции в собственности материнской компании;

termination income benefit – денежное пособие, выплачиваемое по истечении срока действия договора;

collateral bonds – долговые обязательства, гарантируемые любым видом залога.¹³

«Нетрудно заметить, что возникают значительные трудности при переводе экономической безэквивалентной лексики... Наличие в словарях вариантов перевода отнюдь не означает, что в данном конкретном случае переводчик непременно должен руководствоваться ими. Не исключена возможность, что он может найти какой-то другой путь... Не всякую безэквивалентную лексику следует стремиться обязательно перевести: необходимо широко использовать синонимию и другие языковые средства для передачи той же мысли».¹⁴

Существует несколько способов перевода экономической безэквивалентной лексики:

1. Подбор близкого по значению слова или словосочетания в языке перевода.

Например, выражение «*vulture fund*» переведем на русский язык как «фонд-хищник» (фирма, вкладывающая средства в недвижимость при ухудшении конъюнктуры в надежде на ее улучшение).¹⁵

2. Транслитерация.

Например, название биржевого индекса «*Dow Jones*» на русский язык переводится как «Доу Джонс»; для перевода термина «*outsourcing*» также может быть рекомендована транскрипция: «аутсорсинг».

3. Описательный перевод.

Например, термин «*listed company*» на русский язык можно перевести как «компания, акции которой продаются на фондовой бирже»,¹⁶ «*publicly traded company*» – «компания, акции которой продаются на внебиржевом рынке».¹⁷

¹¹ Коннова З.И., Гладкова О.Д., Статья «Обучение пониманию и переводу неологизмов при подготовке переводчиков в сфере профессиональной коммуникации (на примере английского языка). Журнал «Современные проблемы науки и образования». Выпуск № 2, часть 2 за 2015 год. Электронный ресурс.

¹² Крупнов В.Н. Курс перевода. М.: Международные отношения, 1979, стр.12

¹³ Данилов П.А. Лингвистическая характеристика лексики в экономических текстах. Электронный ресурс.

¹⁴ Крупнов В.Н. Курс перевода. М.: Международные отношения, 1979, стр.12

¹⁵ Федоров А.Ф. Основы общей теории перевода. СПб.: Филология ТРИ, 2002, стр. 219

¹⁶ Федоров А.Ф. Основы общей теории перевода. СПб.: Филология ТРИ, 2002, стр. 121

¹⁷ Федоров А.Ф. Основы общей теории перевода. СПб.: Филология ТРИ, 2002, стр. 165

При переводе с помощью калькирования было бы невозможно правильно передать значения данных терминов, т.к. была бы образована лексико-грамматическая структура, не отвечающая нормам русского языка (свободно продаваемая компания или компания, выставленная на внебиржевой рынок).

В английских экономических текстах значительное место занимают самые различные виды сокращений, что может также вызывать некоторые трудности в работе переводчика. В английском языке сокращения принято делить на аббревиатуры и акронимы.

Термин «аббревиатура» происходит от латинского слова «brevis», что переводится с итальянского языка как «краткий». Аббревиатуры (abbreviations) образуются от начальных букв слов словосочетания.

Акронимы (acronyms) представляют собой сокращения, которые, в отличие от аббревиатур (читаемых, произносимых и воспринимаемых по названиям букв), читаются и воспринимаются как обычные лексические единицы. Акронимы образуются из разных сочетаний букв (из первых букв, от первых нескольких с последней и др.).

Существует несколько способов перевода сокращений, их должен знать и использовать каждый профессиональный переводчик:

1) Перевод слова или словосочетания, лежащего в основе данной аббревиатуры. Например, GDP (gross domestic product) на русский язык переводится как ВВП (валовой внутренний продукт), UNO (United Nations Organisation) – как ООН (Организация Объединенных Наций).

2) Перевод аббревиатуры с помощью транслитерации. Например, Benelux (по первым буквам государств «Belgium», «Netherlands», «Luxemburg») переводится как «Бенилюкс»; Brexit (первые две буквы слова «Britain» и слово «exit») переводится как «Брексит».

3) Использование эквивалентов в переводном языке. Например, G7 на русский язык переводится как «Большая семерка» или «Группа семи стран».

Еще одну сложность, с которой сталкивается специалист при переводе экономического текста, могут представлять названия организаций, фирм, компаний, банков и т.д.

При переводе названий используются следующие приемы:

1. Транслитерация.

Транслитерация предполагает передачу слов на языке оригинала, буквами того языка,

на который осуществляется перевод. Например, название банка «Monte dei Paschi di Siena Bank» на русский язык переводится как «Монте дей Паски ди Сиена».

Важно заметить, что при переводе названий организаций не всегда правильно заменять американское «LLC» русским «ООО», а «JSC» – «ОАО», хотя соответствующие организационно-правовые формы по сути схожи между собой. Но, встречая в тексте аббревиатуру «ООО» или «ОАО», пользователь перевода может сделать вывод о том, что речь идет о российской компании, зарегистрированной в Российской Федерации и действующей на основе законодательства РФ. Полное соответствие наименования организационно-правовой формы иностранной компании обеспечивает транслитерация, поэтому правильным вариантом перевода будет: «LLC» – «Эл Эл Си», «JSC» – «Джей Эс Си» и т.д. Собственно фирменное наименование переводится также методом транскрипции. Например, Molly, LLC – «Молли, Эл Эл Си».

Первое упоминание названия компании в тексте может быть продублировано англоязычным написанием, приведенным в скобках: «Молли, Эл Эл Си» (Molly, LLC)

2. Дословный перевод.

Дословный перевод наименований также используется на практике, хотя и гораздо реже, чем транслитерация. Например, название организации World Bank на русский язык переводится как «Всемирный банк»; European Bank for Reconstruction and Development – как «Европейский банк реконструкции и развития».

С целью подбора более точного и адекватного варианта перевода названия той или иной организации следует обращаться не только к двуязычным словарям, но и к другим источникам информации, например, тематическим сайтам, форумам, сайтам иностранных компаний, работающих в данной сфере.

Кроме перечисленного выше, в процессе перевода экономических текстов довольно часто встречаются устойчивые выражения. К устойчивым выражениям относятся речевые клише, фразеологические обороты и идиоматические выражения. Их перевод осуществляется с помощью подбора аналогичных эквивалентов в русском языке.

Например, выражение «to drum up business» на русский язык переводится как «создать бизнес», «to go into liquidation» – «заявлять о ликвидации».¹⁸

¹⁸ Kovtun L.G., Obratsova N.A., Kuprikova T.S., Matyavina M.F. English for Bankers and Brokers, Managers and Market Specialists, M.: NIP "2R", 1994, стр.55.

Определенные трудности для переводчика при работе с экономическими текстами представляют «ложные друзья переводчика» (калька фр. «faux amis du traducteur»). Они имеют сходное звучание и написание, но могут выражать разные понятия, что часто приводит не только к неправильному пониманию, но и к полному искажению переводимого текста. Например, *activity* – деятельность, *application* – заявление, *data* – данные, *receipt* – квитанция, *Dutch* – голландский и так далее. Часто такие слова образовывались из-за того, что после заимствования значение слова в одном из языков изменилось и приобрело другой смысл; либо заимствования вообще не было, а слова в одном и другом языке происходят из общего корня в каком-то древнем языке, но имеют разные значения. Наличие общих слов в ряде языков в большинстве случаев вызвано историческими причинами – общим происхождением некоторых языков, а также бытовым и культурным общением народов, говорящих на разных языках. Например, многие европейские языки широко используют слова, заимствованные из греческого и латинского языков.

Именно латинский язык дал наиболее значительное число интернационализмов. Примерами латинских и греческих слов, заимствованных английским языком и являющихся интернационализмами, являются:

obligation – обязательство,
constitution – телосложение, конституция,
agriculture – сельское хозяйство,
program – программа,
system – система,
organization – организация,
method – метод и другие.

Специалисты в области экономического перевода выделяют несколько основных типов ложных друзей переводчика.

1. К первому типу относятся слова исходного языка, схожие по звучанию и написанию со словами переводящего языка, но имеющие абсолютно разное значение.

Например, «enterprise» в переводе означает не «антреприза», а «предприятие», «magazine» – не магазин, а журнал; «intelligent» – не «интеллигентный», а «умный».

2. Ко второму типу относятся многозначные слова исходного языка, часть значений которых совпадает со значением в переводящем языке, а часть значений различается. То есть одному слову в исходном языке соответствует несколько слов в переводящем языке.

Например, слово «aggressive» – «энергичный», «инициативный», «агрессивный»; «factor» – «коэффициент», «фактор».

3. К третьему типу относятся названия величин измерения, похожие по звучанию и написанию в нескольких языках, но не совпадающие по количеству.

Например, слово «decade» в переводе – «десятилетие», а не «декада», которая в русском языке равна десяти дням.

4. К четвертому типу относятся слова различные по эмоциональной окраске. Например, слово «routine». В переводе с английского это слово означает «распорядок дня», в то время как в русском языке это слово имеет яркую негативную эмоциональную окраску (рутина).

Необходимо учесть, что каждый из перечисленных типов может иметь свои разновидности и варианты, поэтому общее число типов значительно выше. Каждый случай «ложных друзей переводчика» уникален и его следует рассматривать в отдельности, чтобы не допускать ошибок. Умение правильно перевести термин на русский язык входит в профессиональную компетенцию специалиста.

Новые экономические термины появляются практически каждый день, и поэтому переводчику необходимо не только знание языка, но и полное понимание сути процесса или явления. Зачастую переводчику, для надлежащего понимания термина, приходится не только изучить его толкование в специальном словаре, но и прочитать статьи в иностранных финансовых изданиях или других источниках и только после этого подобрать правильный перевод.

Заключение

Таким образом, в заключение можно сделать следующие выводы:

Экономика – это одна из областей, которые находятся в постоянном развитии. Соответственно, появляются и новые термины, наименования, аббревиатуры и сокращения, которые представляют определенные трудности в работе переводчика. Задача специалиста, который работает с экономическими текстами постоянно совершенствовать и пополнять свой лексический запас.

Основная трудность перевода экономических текстов заключается в том, что переводчик должен обладать знаниями в области экономики, которые включают не только знание экономических терминов и их перевода, но и понимание основных экономических законов и реалий. Задача переводчика состоит в том, чтобы максимально полно и точно донести до читателей смысл переводимого текста.

Перевод экономических текстов имеет ряд особенностей в сравнении с другими видами перевода и подразумевает определенные сложности, а именно: перевод терминов, аббревиатур, сокращений, интернациональных слов.

Перевод экономических терминов представляет целый ряд сложностей, так как термины как таковые не относятся к языку вообще и в разных терминосистемах лексически одно и то же слово может переводиться по-разному. Умение правильно перевести термин на русский язык часто входит в профессиональную компетенцию специалиста.

Литература

1. *John Black, Nigar Hashimzade, and Gareth Myles. A Dictionary of Economics (5 ed.).* Электронный ресурс.
2. *Jonathan Law. A Dictionary of Finance and Banking (6 ed.).* Электронный ресурс.
3. *Данилов П. А. Лингвистическая характеристика лексики в экономических текстах.* Электронный ресурс.
4. *Словарь экономических терминов Studbooks.net.* Электронный ресурс.
5. *Ожегов С. И., Шведова Н. Ю. Толковый словарь русского языка. 2-е издание, исправленное и дополненное, 72500 слов, Москва «АЗБ», 1995, стр. 400.*
6. *Коннова З. И., Гладкова О. Д. Статья «Обучение пониманию и переводу неологизмов при подготовке переводчиков в сфере профессиональной коммуникации (на примере английского языка). Журнал «Современные проблемы науки и образования». Выпуск № 2, часть 2 за 2015 год.* Электронный ресурс.
7. *Крупнов В. Н. Курс перевода. М.: Международные отношения, 1979, С. 12.*
8. *Kovtun L. G., Obratsova N. A., Kuprikova T. S., Matyavina M. F. English for Bankers and Brokers, Managers and Market Specialists, M.: NIP "2R", 1994. С. 55.*

References

1. *John Black, Nigar Hashimzade, and Gareth Myles. A Dictionary of Economics (5 ed.).* Electronic resource.
2. *Jonathan Law. A Dictionary of Finance and Banking (6 ed.).* Electronic resource.
3. *Danilov P. A. Linguistic characteristics of vocabulary in economic texts.* Electronic resource.
4. *Dictionary of economic terms Studbooks.net.* Electronic resource.
5. *Ozhegov S. I., Shvedova N. Yu. (1995) The Explanatory Dictionary of the Russian Language. 2nd edition, revised and enlarged, 72500 words, Moscow "AZ", p. 400.*
6. *Konnova Z. I., Gladkova O. D. (2015) Article "Training in understanding and translating neologisms in the preparation of translators in the field of professional communication (using the example of the English language). Journal "Modern problems of science and education." Issue number 2, part 2.* Electronic resource.
7. *Krupnov V. N. (1979) Translation course. M.: International Relations, p. 12.*
8. *Kovtun L. G., Obratsova N. A., Kuprikova T. S., Matyavina M. F. (1994) English for Bankers and Brokers, Managers and Market Specialists, M.: NIP "2R", p. 55.*

УДК 332

Н. Ю. Сурова,

кандидат экономических наук,
доцент, директор Института управления и
социально-экономического проектирования,
Российский экономический университет
имени Г. В. Плеханова, Москва,
Российская Федерация
E-mail: lordshi@yandex.ru

Проектирование управления интеграционными процессами в образовании на примере совместных программ сетевой формы реализации

Аннотация

Цель работы. В статье описано современное состояние и новый вектор для проектирования развития систем управления интеграционными процессами в образовании.

Материалы и методы. На примере совместных программ сетевой формы реализации проводится анализ нормативного обеспечения совместных программ сетевой формы реализации в России.

Результат. Предоставлены результаты исследования рынка образовательных программы сетевой формы реализации, описан и рекомендован для прототипирования инновационный опыт ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г.В. Плеханова» как первого российского высшего учебного заведения, запустившего уникальный пилотный проект подготовки социальных предпринимателей как лидеров социальных изменений в России в форме совместной с фондами программы сетевой формы реализации.

Заключение. Реализация образовательных программ в форме сетевого взаимодействия в регионах позволяет университетам привлекать все большее количество обучающихся, повышая конкурентоспособность, эффективность и привлекательность образовательных программ для потребителей, заинтересованных в высоком качестве образования.

Ключевые слова: социальное проектирование, развитие систем управления интеграционными процессами в образовании, совместные программы сетевой формы реализации, нормативное обеспечение совместных программ сетевой формы реализации в России, результаты исследования рынка образовательных программы сетевой формы реализации, инновационный опыт ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г.В. Плеханова».

N. Yu. Surova,
Professor, Director of the
"Institute of social engineering"
Plekhanov Russian University of Economics
Moscow, Russian Federation
E-mail: lordshi@yandex.ru

Design management of integration processes in formation of the joint programs of the network form of realization of

Abstract

Purpose of work. The article describes the current state and the new vector for the design of the development of management systems for integration processes in education.

Materials and methods. On the example of joint programs of the network form of implementation, an analysis of the regulatory support of the joint programs of the network form of implementation in Russia is carried out.

Results. The results of the study of the educational program market of the network form of implementation are presented, the innovative experience of FSBEI HE "RGU them" is described and recommended for prototyping. G.V. Plekhanov" as the first Russian higher education institution that launched a unique pilot project for training social entrepreneurs as leaders of social change in Russia in the form of a network-based implementation form jointly with the funds of the program.

Conclusion. The implementation of educational programs in the form of networking in the regions allows universities to attract an increasing number of students. Keywords: Social engineering, development of control systems integration processes in education, a joint program of the network form of realization, regulatory support of the joint program of the network form of realization in Russia, the results of market research educational programs of the network form of realization, the innovative experience of the "REU them. G. V. Plekhanov". Increasing the competitiveness, efficiency and attractiveness of educational programs for consumers interested in high quality education.

Keywords: social design, development of systems of management of integration processes in education, joint programs of network form of realization, normative support of joint programs of network form of realization in Russia, results of research of the market of educational programs of network form of realization, innovative experience of FGBOU IN "PRUE. G. V. Plekhanov".

Одной из стратегических задач на современном этапе развития Российской Федерации является умножение человеческого капитала, что напрямую зависит от уровня развития системы образования и его качества.

При этом в соответствии с Указом Президента Российской Федерации от 07 мая 2012 года № 599 к 2020 году не менее пяти российских университетов должны войти в сотню ведущих мировых университетов согласно мировому рейтингу университетов. По Постановлению Правительства Российской Федерации № 211 от 16 марта 2013 г. на это выделены значительные бюджетные ассигнования федерального бюджета.

Исполнение поставленных задач требует от российских университетов расширения как спектра образовательных программ, так и форм их реализации. Как итог, в программе «Развитие образования», утвержденной Распоряжением Правительством Российской Федерации № 792-р от 15 мая 2013 года, ставится задача о развитии сетевого взаимодействия образовательных организаций.

Такой форме реализации образовательных программ посвящена статья 15 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации», в которой содержатся базовые принципы организации сетевой формы реализации образовательных программ.

Понятие «сетевая форма реализации образовательных программ» впервые было введено в Федеральном законе «Об образовании в Российской Федерации» от 29.12.2012 № 273-ФЗ. Так, в статье 15 Федерального закона «Сетевая форма реализации образовательных программ» представлена цель реализации сетевых программ обучения, перечислены участники сетевых программ обучения, а также указана примерная структура договора о сетевой форме взаимодействия организаций.

Однозначного определения термина «сетевая форма обучения» в ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» не дается.

Однако, согласно различным исследованиям, можно выделить следующие определения сетевой формы обучения:

Сетевое обучение строится вокруг учебных сообществ и взаимодействия образовательных и иных организаций, что расширяет доступ за пределы образовательного пространства и способствует повышению эффективности подготовки;¹

Под сетевой формой реализации образовательных программ понимается способ интеграции ресурсов ряда организаций в целях компенсации недостающих элементов в осуществлении образовательного процесса и/или достижения нового качества образования.²

Стоит отметить, что сетевая форма относится к реализации образовательных программ и имеет целью обеспечение возможности освоения обучающимся образовательной программы. Отличительным признаком сетевой формы реализации образовательных программ является использование ресурсов нескольких организаций, осуществляющих образовательную деятельность. К последним относятся как образовательные организации, так и организации, осуществляющие обучение, для которых образовательная деятельность является дополнительным видом деятельности. Кроме того, в соответствии с п. 20 ст. 2 Закона «Об образовании в Российской Федерации» к организациям, осуществляющим образовательную деятельность, «приравниваются индивидуальные предприниматели, осуществляющие образовательную деятельность».

Следовательно, согласно ст. 15 части 1 ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» в реализации совместных программ сетевой формы могут принимать участие следующие организации:

¹ Грибков А. Н., Дорохова Т. Ю. Подготовка специалистов с использованием сетевых форм реализации образовательных программ // Инженерное образование. № 19. 2016. С. 100–104.

² Выборнов В. Ю., Зуева М. Л. Виды и модели сетевой формы реализации профессиональных образовательных программ // Научно-методический журнал «Образовательная панорама». С. 93–98.

– организации, осуществляющие образовательную деятельность;

– научные организации, медицинские организации, организации культуры, физкультурно-спортивные и иные организации, обладающие ресурсами, необходимыми для осуществления обучения, проведения учебной и производственной практики и осуществления иных видов учебной деятельности, предусмотренных соответствующей образовательной программой.

Существует два варианта реализации сетевых образовательных программ:

– реализация образовательной организацией образовательной программы с привлечением ресурсов иных (в том числе и не образовательных) организаций;

– создание, утверждение и выполнение несколькими организациями совместной образовательной программы.

По количеству собственников (владельцев) можно выделить два вида сетевых образовательных программ:

1) моносетевая – с одним владельцем;

2) полисетевая – с несколькими владельцами.

Под моносетевой образовательной программой понимается образовательная программа, реализуемая в сетевой форме одной профессиональной образовательной организацией (далее – ПОО), которая на договорных условиях привлекает ресурсы иных организаций. В этом качестве могут выступать: ресурсные центры; ПОО, имеющие «продвинутый» ресурс; производственные предприятия, предоставляющие места для производственной практики; научные, медицинские, культурные, спортивные и другие организации.

Отличительные черты такой программы:

– государственное задание (и финансирование) получает одна организация;

– студент на весь период обучения входит в число обучающихся только данной ПОО.

Полисетевая образовательная программа – образовательная программа, разработанная и реализуемая в сетевой форме двумя и/или более ПОО, выступающими в качестве равноправных участников. В зависимости от способа распределения ответственности правовой формой объединения ПОО могут стать ассоциации (консорциумы).

Отличительные черты данной программы:

– государственное задание (и финансирование) распределяется между всеми владельцами программы;

– механизм реализации состоит в том, что обучающийся принимается в одну ПОО, а затем для продолжения обучения на определенных условиях переводится в другую (-не) ПОО.

При сетевой форме обучения с учетом типов взаимодействующих организаций выделяются следующие виды учебной деятельности, которые могут реализовываться совместно: теоретическое обучение, научно-исследовательская работа, обучение в виде стажировки, практика в виде стажировки, научно-исследовательская работа в виде стажировки³. Необходимость введения стажировок связана с тем, что в качестве партнера вуза могут выступать организации, реализующие дополнительные профессиональные программы: программы повышения квалификации и переподготовки.

Ключевым моментом является наличие в организации ресурсов, необходимых для осуществления различных видов учебной деятельности. Это могут быть ресурсы разного рода: финансовые, материально-технические, методические, информационные, кадровые, организационные и др. В этом смысле сетевая форма реализации образовательных программ может обеспечить обучающемуся оптимальные возможности освоения образовательной программы.

В Законе «Об образовании в Российской Федерации» также отмечается, что использование сетевой формы реализации образовательных программ осуществляется на основании договора между организациями, входящими в сеть (при этом организации-участники совместно разрабатывают и утверждают образовательные программы), где четко прописаны структура и базовое содержание договора о сетевой форме реализации образовательных программ. В частности, согласно ч. 3 ст. 15 Закона в договоре выделяется пять позиций, где указываются: 1) вид образовательных программ (основные или дополнительные), уровень (общее образование, среднее профессиональное, высшее образование, подготовка научно-педагогических кадров) и (или) направленность образовательной программы, реализуемой с использованием сетевой формы; 2) статус обучающихся в организациях (воспитанники, учащиеся, студенты, аспиранты, адъюнкты, ординаторы, ассистенты-стажеры, слушатели, экстерны), правила приема на обучение по образовательной программе, реализуемой с использованием сетевой формы, порядок организации академической мобильности обучающихся (для обучающихся по

³ Ибрагимова Е.М. Сетевая форма реализации образовательных программ: нормативно-правовые основы и сущностные характеристики. Вестник 2015. № 2(49). С. 23–28.

основным профессиональным образовательным программам); 3) условия и порядок осуществления образовательной деятельности по образовательной программе, реализуемой посредством сетевой формы, в том числе распределение обязанностей между организациями, порядок реализации образовательной программы, характер и объем ресурсов, используемых каждой организацией; 4) выдаваемые документ или документы об образовании и (или) о квалификации, документ или документы об обучении, а также организации, осуществляющие образовательную деятельность, которыми выдаются указанные документы; 5) срок действия договора, порядок его изменения и прекращения.

До подписания договора требуется провести ряд организационных мероприятий. Необходимо определить состав организаций-партнеров и получить их согласие на разработку и реализацию конкретной образовательной программы. Далее следует разработать образовательную программу, в частности выбрать модель сетевого взаимодействия, найти необходимые ресурсы и источники их получения среди партнеров. Финальной стадией является определение порядка зачисления обучающихся на образовательную программу, условий и порядка обучения по ней, а также порядка проведения и признания результатов обучения, выдачи документов об образовании и (или) квалификации (документы об обучении).

Заключение договоров о сетевом взаимодействии позволяет решить несколько задач:

- дисциплинировать стороны договора и сконцентрировать общие усилия на достижении конечного результата;
- повысить качество освоения обучаемыми содержания образовательных программ;
- обеспечить законность и финансовое обеспечение деятельности сторон договора.

Сетевая форма обучения позволяет аккумулировать усилия нескольких организаций, как российских, так и зарубежных, как образовательных, так и практических для реализации образовательных программ. Также достоинства реализации образовательных программ в сетевой форме обучения состоят в гибкости построения образовательного процесса и возможностях отклонения от стандартных приемов обучения в целях реализации совместных программ с зарубежными университетами, объединении ресурсов образовательных и научных организаций

(образовательных организаций и ведущих компаний-работодателей) для подготовки кадров, развитии междисциплинарности в образовании и решении иных актуальных проблем.

Таким образом, образовательная система Российской Федерации получает положительный эффект от сетевой формы благодаря повышению интернационализации образовательного процесса, формированию системы индикаторов практико-ориентированного обучения, вовлечению работодателей в процесс формирования системы критериев потребностей рынка труда, например, в отношении новых профессий.

Опыт организации и реализации образовательных программ в сетевой форме позволяет обнаружить проблемы, затрудняющие оперативное взаимодействие вузов-партнеров:

- 1) Различия во внутренних структурах университетов.
- 2) Различия в реализации модульных учебных планов вузов.
- 3) Существует также проблема, что в каждом вузе существуют свои нормативные документы и нет единого, консолидированного мнения, касающегося их содержания.

Таким образом, образовательные организации должны провести большую организационную работу для реализации программ в сетевой форме. В частности, в помощь образовательным организациям Министерством образования и науки РФ разработаны Методические рекомендации по организации образовательной деятельности с использованием сетевых форм реализации образовательных программ, в которых представлен образец договора о сетевой форме реализации образовательной программы.⁴

Письмо № АК-2563/05 продолжает нормы Закона об образовании об использовании сетевой формы обучения в двух направлениях: а) необходимость обеспечения должного уровня реализации образовательных программ, т.е. повышения качества обучения за счет привлечения ресурсов из иных источников, б) целесообразность такого использования. В первом случае сетевая форма должна исправить недостатки самой образовательной организации в части нехватки материальных и финансовых ресурсов, а также обеспечить развитие образовательного процесса. Во втором случае целесообразность диктуется иными задачами (в частности, организацией подготовки принципиально

⁴ Письмо Министерства образования и науки Российской Федерации от 28 августа 2015 г. № АК-2563/05 о Методических рекомендациях // Методические рекомендации по организации образовательной деятельности с использованием сетевых форм реализации образовательных программ // http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_185451/

новых специалистов по новым профессиям) и подразумевает инновационную разработку.⁵

Статья 15 также предусматривает реализацию с использованием сетевой формы дополнительных профессиональных программ. Согласно Письму Минобрнауки России от 21 апреля 2015 года № ВК-1013/06⁶ «О направлении методических рекомендаций по реализации дополнительных профессиональных программ» сетевая форма реализации дополнительных профессиональных программ – это организационное решение, обеспечивающее использование ресурсов одновременно нескольких образовательных и иных организаций в реализации процесса дополнительного профессионального образования в целях профессионального развития и личностного совершенствования педагогических и руководящих работников системы образования. В письме Минобрнауки также подчёркивается, что при реализации дополнительных профессиональных программ в сетевой форме могут быть использованы ресурсы зарубежных организаций, при условии заключения соответствующего договора между зарубежной организацией и российской организацией, осуществляющей образовательную деятельность в соответствии с Федеральным законом «Об образовании в Российской Федерации».

Обобщая вышеизложенную информацию, можно выделить следующие признаки сетевой формы:

- 1) договорный способ взаимодействия организаций, осуществляющих образовательную деятельность, и иных организаций;
- 2) использование ресурсов всех участвующих в реализации программы организаций в целях реализации образовательных программ;
- 3) взаимодействие организаций и использование их ресурсов подчинено целям обучения по образовательной программе;
- 4) в разработке и утверждении образовательной программы участвуют все организации, образующие сетевую форму обучения;
- 5) образовательная программа может считаться реализуемой в сетевой форме только тогда, когда все партнеры-участники ставят перед собой непосредственную цель разработки и реализации образовательной программы для обеспечения эффективного обучения и качественно нового уровня подготовки специалистов.

Как следствие, абитуриент и обучающийся должны быть уведомлены об особенностях реализации программы в сетевой форме, условиях обучения и особенностях освоения программы, о порядке академической мобильности, зачете частей образовательной программы, предоставлении доступа к электронной информационно-образовательной среде и к другим ресурсам организаций-партнеров, равно как и доступа к социально-культурным и медицинским услугам.

Исследование опыта создания и реализации программ высшего образования в сетевой форме позволило выявить, что сетевое взаимодействие вузов развивается в России уже более 10 лет в различных вузах Российской Федерации.

Так, еще в 2007–2009 гг. в Российском государственном педагогическом университете имени А.И. Герцена в рамках реализации инновационной образовательной программы «Создание инновационной системы подготовки специалистов в области гуманитарных технологий в социальной сфере» в сетевом взаимодействии были разработаны 38 уникальных учебных модулей, встроенных в образовательные программы магистратуры.⁷ В целях сопровождения этих образовательных программ было подготовлено более 150 научно-методических и учебно-методических пособий.

В 2012 году был осуществлен первый набор на 8 сетевых магистерских программ. В 2014 году 13 образовательных сетевых программ уже реализовались и 6 находились в стадии разработки. Программы разрабатывались с учетом существующих образовательных потребностей в обществе, а также соответствовали новым перспективным тенденциям в социально-экономическом развитии страны. Среди разработанных программ отметим следующие: «Безопасность на дорогах и транспорте», «Психологическое сопровождение служебной деятельности», «Методика дистанционного обучения математике», «Региональный культурно-познавательный туризм», «Физика наноструктур и нанозлектроника» и др.

Сегодня в РГПУ им. А. И. Герцена реализуется три из четырех уровней сетевого взаимодействия: 1 уровень – обмен информацией; 2 уровень – обмен учебными модулями, практика, научно-исследовательские проекты; 3 уровень – выбор вариативных модулей; 4 уровень – обязательное обучение течение семестра в вузе-партнере.

⁵ Сетевая форма обучения: состояние правового регулирования и перспективы развития (Шевелева Н. А., Лаврикова М.Ю., Васильев И. А.). Аналитический портал «Отрасли права».

⁶ <http://xn--80abucjiibhv9a.xn--p1ai/%D0%B4%D0%BE%D0%BA%D1%83%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D1%82%D1%8B/6250>.

⁷ Верещагина Н. О. Опыт и проблемы разработки и реализации магистерских образовательных программ в сетевой форме. *Universum: Вестник Герценовского университета*. № 3–4. 2014. С. 49–53.

Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина (Урфу) проводит активное сотрудничество с федеральными российскими университетами в рамках проекта «Клуб 10». Проект «Клуб 10» был создан в соответствии с Соглашением о взаимодействии Федеральных университетов при реализации сетевых образовательных программ (утв. 06.10.2013 г., г. Калининград) и Положением об организации сетевых образовательных программ в федеральных Университетах. Идея создания проекта «Клуб 10» в Урфу возникла в ходе поиска способов совершенствования системы непрерывного образования, координации деятельности федеральных учреждений высшего образования, обобщения и распространения положительного опыта по организации образовательного процесса и научно-исследовательской деятельности.

Один из примеров реализации сетевой формы в виде проведения практикоориентированных учебных занятий – работа Ярославского филиала МИИТ и Северной железной дорогой – филиала ОАО «РЖД». В Ярославском филиале МИИТ как базовой образовательной организации, разработаны и приняты локальные нормативные акты по основным вопросам осуществления образовательной деятельности при реализации образовательных программ в сетевой форме, в том числе регламентирующие правила приема обучающихся, режим занятий, периодичность и порядок текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации, порядок и основания перевода, отчисления и восстановления проходящих курс обучения, порядок оформления отношений между образовательной организацией и обучающимся.

Во взаимодействии структур Северной железной дороги, ОАО «РЖД», Ярославского филиала и профильных кафедр МИИТ в конечном итоге обеспечивается кластерный подход к системе транспортного образования. Такой подход замыкает в единую сеть ресурсный и интеллектуальный потенциал участников проекта, умножая эффективность образовательных программ и приближая полученные студентами знания к потребностям производства.⁸

Как итог, можно сделать вывод о том, что основами развития сетевых форм обучения являются:

1) наличие современных информационно-коммуникационных технологий, в т.ч. дистанционных, позволяющих организовать совместную работу по обучению, учебно-методической деятельности, организации взаимодействия;

2) включение в разработку программ специалистов вуза-инициатора, а также и вуз-партнера, работодателей;

3) проявление собственной инициативы;

4) создание собственных каналов информации;

5) информационное сопровождение сетевых программ обучения;

6) организация методического сопровождения профессорско-преподавательского состава.

Предлагаются следующие рекомендации по совершенствованию реализации образовательных программ высшего образования в сетевой форме применимо к подготовке социальных предпринимателей:

1) необходимость совершенствования нормативно-правовой базы, регламентирующей реализацию образовательных программ в сетевой форме, в т.ч. совершенствование локальной нормативной базы;

2) совершенствование содержания и форм технологий сетевого взаимодействия в рамках реализации образовательных программ;

3) разработка программ развития академической мобильности студентов;

4) разработка методических рекомендаций по процедуре включения профессорско-преподавательского состава в реализацию сетевых образовательных программ;

5) разработка критериев оценки сетевых образовательных программ и проведения их экспертизы.

Идея сетевой формы обучения направлена в первую очередь на создание преимуществ для обучающегося, который в результате получает доступ к новым способам формирования компетенций, недоступных ему в условиях классического образовательного процесса в структуре одной образовательной организации.

Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова при поддержке Фонда региональных социальных программ «Наше будущее» с 2016 года первым в России подготовил и начал апробацию программ высшего и дополнительного образования социальных предпринимателей по сетевой форме реализации на базе направления «Менеджмент», профиль подготовки бакалавров (4 года) «Инновационное и социальное предпринимательство» и магистров (2 года). Общее количество студентов – будущих инновационных и социальных предпринимателей порядка 600 человек.

Реализация совместной программы Университета и Фонда «Капитаны», регламентиру-

⁸ Васина Л., Епархин О., Ульяновский В. Сетевая форма реализации образовательных программ на СЖД // Мир транспорта. Т.13 № 6. 2015. С. 260–270.

ется Письмом Минобрнауки России (от 28.08.2015 № АК-2563/05) (во исполнении Поручения Правительства РФ по п.4.р.1 протокола заседания Президиума Света при Президенте РФ от 20 мая 2014 г. № 38) и является, на наш взгляд, наиболее эффективной инновационной технологией продвижения образовательных программ в высшей школе, позволяющей создание совместных учебных программ, целевое (грантовое) обучение, создание совместных инфраструктур и передовых площадок для обучения и прохождения производственных практик (бизнес – инкубатор, бизнес – акселератор, технополис, научный парк), привлечение высококлассных преподавателей – практиков.

Создание инновационных форм реализации образовательных программ позволили Университету обеспечить для выпускников Москвы:

- 300 грантовых мест на общую сумму 78 млн руб.,

- выдать стипендию студентам программы в размере 20 000 руб., общая сумма 72 млн руб,

- создать инвестиционный фонд финансовой поддержки бизнес проектов студентов в социальной сфере объёмом 400 млн руб.

На август 2017 г. в Москве создано 56 компаний студентами программы: это сеть клиник Медок, детские оздоровительные и познавательные лагеря Академия, производство детских умных игрушек DREAM BOX KIDS и т.д.

В 2017 году программа обеспечила выполнение следующих показателей:

- дополнительно 360 грантовых мест (это 93 млн 600 тыс. руб.),

- увеличение инвестиционного фонда до 800 млн руб.

- общее количество студентов, обучаемых по совместной программе составило 860 человек.

Для школьников Москвы – в 2016 году при поддержке Департамента науки и промышленности г. Москвы и ГБУ Малый бизнес Москвы в рамках совместной программы проведены занятия со школьниками Москвы по основам предпринимательства, финансовой грамотности и воспитанию гражданской личности в 216 школах Москвы и Ближайшего Подмосковья, это свыше 4500 детей, из них 500 школьников получили бесплатные путевки в образовательный бизнес-лагерь, из них 110 получили сертификаты на грант для обучения в Университете. По магистрам прошло 7 бизнес – лагерей в пансионате Университета, общей численностью 225 человек.

Реализация образовательных программ в форме сетевого взаимодействия в регионах позволяет университетам привлекать все большее

количество обучающихся, повышая конкурентоспособность, эффективность и привлекательность образовательных программ для потребителей, заинтересованных в высоком качестве образования.

Учитывая развивающиеся тенденции глобализации и интернационализации образования, можно предположить, что сетевая форма будет иметь широкие перспективы в системе отечественного высшего образования. Однако это потребует дальнейшей заинтересованной проработки вопросов по нормативно-правовому, организационному и учебно-методическому сопровождению сетевой формы реализации образовательных программ.

Литература

1. Федеральный закон Российской Федерации от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» (в ред. ФЗ от 07.05.2013 № 99-ФЗ, от 23.07.2013 № 203-ФЗ, от 07.06.2013 № 120-ФЗ, от 02.07.2013 № 170-ФЗ, от 23.07.2013 № 203-ФЗ, от 25.11.2013 № 317-ФЗ, от 03.02.2014 № 11-ФЗ).
2. Письмо Министерства образования и науки Российской Федерации от 28 августа 2015 г. № АК-2563/05 о Методических рекомендациях // Методические рекомендации по организации образовательной деятельности с использованием сетевых форм реализации образовательных программ // http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_185451/.
3. Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры. Приказ Министерства образования и науки РФ от 19.12.2013 № 1367, зарегистрирован Министерством юстиции РФ 24.02.2014 года, регистрационный номер 31402
4. Васина Л., Епархин О., Ульяновский В. Сетевая форма реализации образовательных программ на СЖД // Мир транспорта. Т. 13. № 6. 2015. С. 260–270.
5. Верещагина Н. О. Опыт и проблемы разработки и реализации магистерских образовательных программ в сетевой форме. Universum: Вестник Герценовского университета. № 3–4. 2014. С. 49–53.
6. Выборнов В. Ю., Зуева М. Л. Виды и модели сетевой формы реализации профессиональных образовательных программ // Научно-методический журнал «Образовательная панорама». С. 93–98.
7. Грибков А. Н., Дорохова Т. Ю. Подготовка специалистов с использованием сетевых

форм реализации образовательных программ // Инженерное образование. № 19. 2016. С. 100–104.

8. Ибрагимова Е. М. Сетевая форма реализации образовательных программ: нормативно-правовые основы и сущностные характеристики. Вестник 2015. № 2(49). С. 23–28.
9. Сетевая форма обучения: состояние правового регулирования и перспективы развития (Шевелева Н. А., Лаврикова М. Ю., Васильев И. А.). Аналитический портал «Отрасли права».
10. Сурова Н. Ю. Проектный менеджмент в социальной сфере и дизайн-мышление. Учебное пособие. Гриф УМЦ "Профессиональный учебник". Гриф НИИ образования и науки. М.: Изд-во ЮНИТИ, 2015. 415 стр., 5000 экз. ISBN: 978-5-238-02738-8

References

1. Federal Law of the Russian Federation of December 29, 2012 N 273-FZ "On Education in the Russian Federation" (as amended by the Federal Law of 07/07/2013 N 99-FZ, of 07/23/2013 N 203-FZ, of 07/06/2013 N 120-FZ, dated 02.07.2013 N 170-FZ, dated 23.07.2013 N 203-FZ, dated 25.11.2013 N 317-FZ, dated 03.02.2014 N 11-FZ).
2. Letter of the Ministry of Education and Science of the Russian Federation dated August 28, 2015 N AK-2563/05 on Methodical Recommendations // Methodological Recommendations for the Organization of Educational Activities Using Online Forms for the Implementation of Educational Programs // http://www.consultant.ru / document / cons_doc_LAW_185451 /.
3. The procedure for the organization and implementation of educational activities on educational programs of higher education – undergraduate programs, specialty programs, graduate programs. Order of the Ministry of Education and Science of the Russian Federation of December 19, 2013 No. 1367, registered by the Ministry of Justice of the Russian Federation on February 24, 2014, registration number 31402.
4. Vasina L., Eparkhin O., Ulyanovsky V. (2015) The network form of the implementation of educational programs on the SZD // World of Transport. Vol. 13. No. 6. Pp. 260–270.
5. Vereshchagina N. O. (2014) Experience and problems of development and implementation of master's educational programs in the network form. Universum: Bulletin of Herzen University. No. 3–4. Pp. 49–53.
6. Vybornov V. Yu., Zueva M. L. Types and models of the network form for the implementation of professional educational programs // Scientific-methodical journal "Educational Panorama". Pp. 93–98.
7. Gribkov A.N., Dorokhova T. Yu. (2016) Training of specialists using network forms for the implementation of educational programs. *Engineering Engineering*. No. 19. Pp. 100–104.
8. Ibragimova Ye. M. (2015) The network form of the implementation of educational programs: regulatory and legal frameworks and essential characteristics. Herald. No. 2 (49). Pp. 23–28.
9. Network form of education: the state of legal regulation and development prospects (Sheveleva N.A., Lavrikova M.Yu., Vasilyev I.A.). Analytical portal "Branches of Law".
10. Surova N. Yu. (2015) Project management in the social sphere and design thinking. Tutorial. Grif Training Center "Professional textbook". Grif Research Institute of Education and Science. M.: YUNITI Publishing House. 415 pp., 5000 copies. ISBN: 978-5-238-02738-8/.

УДК 37

М. Б. Позина,
кандидат психологических наук,
доцент кафедры психологии
Университет «Синергия», Москва

Игровой метод освоения понятий как форма презентации ментального опыта студентов

Аннотация

Цель работы. В статье рассматриваются вопросы развития ментальных ресурсов студентов с позиции тезаурусного подхода.

Материалы и методы. Основной тезис: объем словарного запаса имеет непосредственную связь с внутренней силой, успехом в жизни и уровнем профессиональных достижений личности. Терминологические барьеры, с которыми сталкиваются студенты в обучении, препятствуют возникновению необходимых междисциплинарных связей, в целом ограничивают понимание теоретической информации и снижают внутреннюю мотивацию к учёбе.

Результат. Нет такого природного изъяна, который невозможно было бы компенсировать путём удачной образовательной технологии. Для этого важно определить уровень, на котором студент находится, оценить его ментальные ресурсы и выработать наиболее адекватный для него способ взаимодействия. С точки зрения дифференционно-интеграционного подхода наиболее адекватным будет тот способ организации обучения, который учитывает индивидуальный опыт прошлого, ментальный опыт настоящего и зону отдалённого развития личности на базе имеющегося потенциала.

Заключение. Игровой метод освоения понятий позволяет в обучающе-групповом формате операционализировать конкретные формы ментального опыта индивида и на каждом из запланированных этапов продемонстрировать возможности раскрытия у него имеющихся интеллектуальных ресурсов. В статье на примере развития словарного запаса студентов раскрываются все этапы этой работы.

Ключевые слова: теория дифференционно-интеграционного развития (DI-theory), ментальные ресурсы, тезаурусный подход, игровой метод освоения понятий, терминологическое общение, понятийное мышление.

М. B. Pozina,
Ph.D., Department of Psychology,
Synergy University, Moscow, Russia

Game method of understanding as a form of presentation of mental experience of students

Annotation

Purpose of work. This article deals with the development of students' mental resources from the perspective of a thesaurus approach.

Materials and methods. The main thesis: vocabulary volume is directly related to inner strength, success in life and the level of personal professional achievements. The terminology induced barriers that students encounter in learning prevent the emergence of necessary interdisciplinary connections, in general, limit the understanding of theoretical information and reduce intrinsic motivation to learn.

Results. There is no such natural flaw that could not be compensated by a successful educational technology. To do this, it is important to evaluate the student, assess their mental resources and develop the most appropriate way for them to interact. From the point of view of the differentiation-integration approach, the most adequate will be the way of organizing education, which takes into account the individual experience of the past, the mental experience of the present and the zone of distant personal development based on the existing potential.

Conclusion. The game method of mastering concepts allows in an educational-group format to operationalize specific forms of an individual's mental experience and at each of the planned stages to demonstrate the possibilities of disclosing his available intellectual resources. The article on the example of the development of the vocabulary of students reveals all the stages of this work.

Keywords: the theory of differential-integration development (DI-theory), mental resources, thesaurus approach, game method of learning concepts, terminological communication, conceptual thinking.

«Мы не можем рассчитывать на то, что родимся умными и талантливыми. Но кое-что подвластно нашему контролю, и это – работоспособность и желание трудиться»

Майкл Блумберг

Чтобы преуспеть, необходимо стабильно развиваться и уделять этому максимум времени, продумывая свою жизнь на несколько шагов вперёд. Увеличивает шансы на успех непрерывный и самозабвенный труд [1, сс. 35–36]. Проблема соотношения роста и развития – это проблема соотношения качества и количества. В методологическом аспекте понятия «рост», «развитие», «изменение» не всегда синонимичны. Если развитие всегда сопровождается изменениями, то не всякое изменение является развитием [4, с. 30]. В теории дифференционно-интеграционного развития (Т. А. Ратанова, Н. И. Чуприкова, Е. В. Волкова, М. А. Холодная, И. Ю. Александров и др.) это соотношение количества и качества связано с процессами дифференциации и интеграции. В экспериментальном исследовании ИП РАН, направленном на формирование свойств личности у будущих учителей (Волкова, 2012), было выявлено, что самым значимым следствием изменения в структуре интеллекта студентов является переход от внешней мотивации обучения (например, получение диплома) к внутренней мотивации личностного развития, связанного с самореализацией и дальнейшей успешностью в профессиональной деятельности [4, с. 31].

Процессы дифференциации и интеграции регулируются отношениями между стадиями развития, при которых в недрах предшествующих стадий формируются предпосылки следующих стадий, развитие которых осуществляется в определённой последовательности: от менее совершенных к более совершенным, от хаотичных к упорядоченным, от бессистемных к системообразующим [4, с. 35].

Понимание системных связей не ограничивается лишь причинно-следственными отношениями, поскольку в хорошо организованных системах причина и следствие могут быть разнесены в пространстве и во времени. Долгосрочный результат, полученный через несколько лет, не всегда прогнозируем в момент принятия решений. В известной книге по управлению персоналом авторы пишут: чтобы понять системы, состоящие из большого числа элементов, нужно наблюдать за ними в действии. И от понимания того, как связаны между собой каждая из частей системы, можно предсказать поведение всей системы. Системное мышление нелинейно, поскольку изменение одной части системы порождает циклические изме-

нения в самой системе по принципу обратной связи. Результаты сегодняшних действий могут оказывать влияние на весь контур системы, способствуя обновлению, видоизменению и саморазвитию человека [7].

Обучение – это система, в основе которой петля обратной связи: человек учится, чтобы стать лучше. Прилагая усилия к изменению себя, человек находится в постоянном движении, – обогащается опытом, увеличивает вербальный интеллект, обновляет ментальные модели, разрабатывает новые стратегии и самообучающие технологии. В результате, он учится учиться.

Ментальные структуры как объект теоретического исследования описывает отношения субъекта и объекта обучения. В ментальных структурах отражены её компоненты: предметная, мотивационная, аффективная и операциональная стороны деятельности субъекта [4, сс. 40–41]. Мы полагаем, что в способности студента к развитию лежат те формы опыта, которые реализуются им в процессе взаимодействия внешних и внутренних компонентов его ментальных структур. В учебной деятельности ментальные структуры должны обеспечивать студенту неизбежное развитие в опыте настоящего, чтобы затем трансформироваться в опыт будущего. В исследованиях М.В. Русалова и Е.В. Волковой (2016) было выявлено, что между комплексом индивидуально-психологических свойств личности, таких как экстраверсия, психотизм, нейротизм и особенностями продуктивности её индивидуальных ресурсов существует статистически значимые связи. Например, предпочтение обучающимся того или иного предмета обусловлено сочетанием его темпераментальных, характерологических и когнитивных свойств. Было обнаружено, что старшеклассники, предпочитающие иностранные языки, отличаются высокой скоростью речевой активности, стремлением к лидерству, высоким самоконтролем. Для предпочитающих русский язык характерна двигательная пассивность и склонность к монотонной физической работе. Для предпочитающих литературу, – невысокая психомоторная активность, эмпатия, чувствительность и ответственность. Те, кто предпочитают историю, отличаются решительностью, инициативностью и рассудительностью. А предпочитающие, например, алгебру отличаются высокой интеллектуальной активностью, замкнутостью, целеустремленностью и нетерпимостью к неопределённости.

Содержание обучения, как правило, предметно-специфично. Оно включает: 1) *опыт прошлого* (фиксированные формы опыта), 2) мен-

тальный *опыт настоящего* (оперативные формы опыта) и 3) *зону отдалённого развития* (потенциальные формы опыта). Фиксированные формы опыта обуславливают индивидуальный стиль деятельности, оперативные – определяют формат обучения в настоящем, а потенциальные формы опыта обеспечивают вариативность эмоциональных и социальных стратегий поведения личности в будущем. В дифференциации систем индивидуальных ментальных ресурсов мотивация выполняет две важнейших функции: 1) иницирует интеллектуальное поведение личности и 2) поддерживает протекание мыслительных процессов на определённом уровне интенсивности [4, сс. 99–109].

Тезаурусный подход в развитии ментальных ресурсов. Языковая и лексическая малограмотность всегда являлись признаком низкой культуры. В тезаурусном подходе понимание лексики родного языка может рассматриваться как повседневный психодиагностический критерий умственного развития, как индикатор проблем обучения и даже как признак недостатка воспитания. Терминологические барьеры являются причиной непонимания людей (порой даже из одной области науки), препятствуют адекватному восприятию и толкованию значения слов общекультурной и научной лексики, ограничивают междисциплинарные связи и создают эффект непроникновения информации в сознание. А поскольку «подобное притягивает подобное», то человеку всегда легче понять, оценить и составить представление о собеседнике по частотному набору понятийно-терминологических единиц, которыми он пользуется в своей повседневной речи (устной и письменной).

Хорошо выстроенный и дидактически проработанный материал всегда должен опираться на идею развития ментальных ресурсов студентов средствами учебно-предметной деятельности. Анализ содержания учебной дисциплины начинается с дифференциации дидактических единиц, объем и содержание которых должен быть заранее определен и известен студентам. Дидактические единицы, как правило, включают основные термины и понятия. На их основе формируется база для оценки компетенций и создаются различного рода обучающие технологии. Тезаурус дисциплины позволяет очень быстро проводить экспресс-диагностику знаний, определять степень понимания материала и фиксировать уровень осознания непонимания в процессе освоения студентами информации. Тезаурусный подход достаточно быстро дифференцирует студентов по уровню их вербального интеллекта и другим когнитивным характеристикам [6].

Понятийный и именной тезаурусы рабочих программ, учебных пособий и учебников – это *информационный потенциал*, который позволяет студенту научиться мыслить масштабно и комплексно. Скудность, немногочисленность, узость понятийно-терминологических ресурсов ограничивает возможности студента понимать не только предметный материал, но и себя, других, процессы и мир в целом. В преподавании любой дисциплины очень важно сформировать у студента такие установки и мотивы, чтобы он стремился непрерывно совершенствовать свой лексикон, повышая уровень своей теоретической подготовки.

Разобраться в новой научной дисциплине – это значит понять её специфический теоретический язык. Нельзя вы зубрить перечень необходимых понятий по словарю, но можно, связав теорию с практикой, выработать умения оперировать понятиями и применять их в жизни. Чтобы овладеть культурой мышления, нужно долго, терпеливо, кропотливо осваивать всё богатство теоретического языка. Для этого необходимы методы, помогающие студентам интенсивно овладевать понятийными системами различных уровней.

Понятийно-терминологическая игра как средство развития теоретического мышления. Психология освоения теоретического языка начинается с тезаурусного анализа учебных текстов. Она происходит последовательно и поэтапно. Сначала студенты учатся *замечать* в тексте новые понятийные категории и *выделять* их; затем *выписывают* их в свой контекстный словарь и готовят *терминокарты*, причём для имён создают отдельные карточки с указанием «век-страна-чем известен»; создают наборы из *терминокарт*, которые в дальнейшем используются в работе. Наборы терминокарт включают три типа тезаурусов: *общекультурный*, *дисциплинарный* (по изучаемому курсу) и *именной*.

Многие слова на первом этапе работы кажутся студентам известными, очевидными и понятными. Но очень важно, чтобы студенты научились отдавать себе отчет в степени правильности, полноты и чёткости формулировок, поскольку при проверке понимания обнаруживается искажённое толкование понятийных категорий. Например, предъявляя студентам-психологам 1 курса список из 40 психологических понятий, практически все слова им кажутся очевидными. Ну кто не знает, что такое ассоциации, память, мышление, внимание, ощущения, агрессия, тревожность и т.п.? Однако, письменное объяснение этих понятий сразу же вызывает трудности, которые отражаются на лицах сту-

дентов в ходе выполнения задания. Очень важно, чтобы со временем студенты приучили себя не испытывать терминологической фрустрации, терминологической и внутреннего напряжения, встречаясь с научной терминологией, а главное, чтобы не испытывали страха от мысли, что «мне этого никогда не запомнить» или «я все равно забуду».

Игровой метод освоения понятий направлен на организацию эффективного группового взаимодействия с целью интенсивного развития лексикона. В контрольно-игровом режиме студенты учатся отслеживать внутригрупповую динамику и объективно оценивать результаты работы группы и её отдельных участников.

Этапы работы: 1) знакомство с правилами игры и процедурой проведения; 2) объяснение значения терминов и понятий, включенных в терминокарты; 3) коллективная проработка терминокарт в группах по 3–5 человек; 4) групповая творческая работа по составлению терминотекстов; 5) межгрупповая проверка усвоения понятий; 6) анализ индивидуальных и групповых результатов.

1 этап (фиксированные формы опыта).

Студенты знакомятся с определённым количеством новых слов (терминов, понятий), которые им предстоит освоить. Для этого нужно в режиме активной целенаправленной работы достичь результата, который в пассивном, бессистемном формате обучения длится недели и месяцы. В процессе выполнения задания важно осознавать необходимость именно *активного отношения к новой терминологии*, что предполагает использование различных приёмов запоминания, закрепления, задействия изучаемых понятий. Составление специальных терминологических текстов, многократное проговаривание в ходе терминологического общения должны стать привычными, автоматизированными приёмами в процессе изучения терминологического материала любого предмета. Это обеспечивает возможность оперирования теоретическими понятиями в свободном их изложении при ответе на семинаре, на экзамене или научно-практической конференции.

2 этап (оперативные формы опыта). Студенты письменно объясняют 10–20 понятий из списка, включенного в терминокарты. В список входят понятия, релевантные изучаемому материалу. Это может быть набор слов из общекультурной лексики изучаемых дисциплин, включающий общенаучные, философско-методологические, общественно-политические термины. Условием включения понятий и терминов в список является его предположительная неизвестность для студентов. Это создаёт адек-

ватную мотивацию для полноценного функционирования механизмов восприятия, запоминания, воспроизведения осваиваемой информации. Если термин малознаком, то письменное объяснение занимает совсем мало времени. Собранные письменные ответы проверяются, пока студенты выполняют следующие этапы работы.

Приведем пример работы студентов на данном этапе. В список вошли слова «анклав», «альянс», «вербальный», «геноцид», «глобальный», «демагогия», «мораторий», «инфляция» и другие. Более 60% испытуемых даже не пытались дать определение слову, примерно в 30% случаев происходила подмена смыслового значения. Так, слово «катализатор» испытуемые путали со словом «тотализатор» и толковали, как «место где делают ставки или играют в азартные игры». Слово «градация» оказалось созвучным понятию «имитация», «компонент» путали со словом «оппонент», «глазурь» – со словом «лазурный». И таких ошибок было немало. Слова «консерватор», «вербальный», «прецедент», «мораторий» студенты не понимали. ЮНЕСКО толковали как «фонд помощи детям инвалидам», а один из студентов определил эту организацию как «психологическая клиника». Иногда студенты пытаются догадаться о значении термина и тогда слово «вербальный» превращается в «орган, который вербует». В большинстве случаев при интерпретации простых слов студенты ограничиваются синонимами или поясняющими словами. Например, «вояж – путешествие»; «статус – положение»; «зондировать – изучать, исследовать». Когда речь идет о категориях слов, требующих более пространственных определений, возникают проблемы с вербализацией. В половине случаев определения становятся довольно неловкими, косноязычными или перегруженными лишними словами. Чувствуется, что студент понимает смысл слова, но ему не хватает лексического запаса, чтобы свое понимание адекватно вербализовать посредством письменной речи. Как правило, такая проблема возникает, если студенту нужно выйти на уровень теоретических обобщений. Нами было обнаружено, что между самооценкой степени понимания и непонимания слов и тестами интеллекта существует значимая корреляция (от 0,41 до 0,83, $p < 0,01$) [5]. Чем хуже студент понимает значения слов, тем ниже у него показатель IQ (сравнение проводилось по тестам «Краткий ориентировочный тест», IST-70 Амтхауэра, тестам Айзенка и др.).

3 этап и последующие (потенциальные формы опыта). Группа делится на дискуссионные подгруппы. Предпочтительно, чтобы участники в каждой из подгрупп были представлены

юношами и девушками; «сильными» и «слабыми» студентами; активными и пассивными личностными психотипами. Ставится задача как можно быстрее освоить заданное количество новых слов, терминов, понятий или символов (например, если это терминологический блок из математической статистики). Работу подгруппы начинают одновременно. Игра проходит в условиях конкурентной борьбы и состязательности. Выигрывает подгруппа, которая за выделенное время быстрее освоит большее количество понятий. Успех зависит от прочности запоминания, точности воспроизведения, активности использования различных приёмов мнемотехники и организованности участников команды.

Терминологическое общение предполагает поиск разнообразных связей, ассоциаций, противопоставлений между изучаемым понятием и известными фактами, предметами, словами и т.п. Мы замечаем, что в группе диалектический анализ слов происходит успешней, чем при индивидуальной работе, поскольку понимание смыслов значений терминов уточняется, обсуждается, многократно проговаривается. Анализ осуществляется через этимологию слова, его строение, написание и сходство с уже знакомыми терминами.

Важным элементом освоения является приём выделения главных слов в определении понятия. Студенты, основываясь на знании теории текста и его иерархии, свёртывают формулировки и учатся давать краткие определения. Например, предлагается дать определение понятию одним словом: память – процесс; фрустрация – состояние; установка – готовность или предрасположенность; абстракция – процесс, результат; и т.д. Затем двумя, тремя словами. И, наконец, краткое определение. В завершении освоения можно перейти к развёрнутому определению понятия, наполняя его дополнительными смыслами.

Для повышения прочности запоминания студенты находят контексты употреблений слов, что гораздо эффективней происходит в процессе группового общения. Наши исследования показали, что различия между студентами по умениям работать с информацией очень большие [5, 6]. Поэтому, в групповом формате терминологического общения сильные студенты получают дополнительную практику, помогая тем, кто слабее. А слабые студенты в группе часто работают смелее и успешнее. Групповая работа значительно эффективней оказывается в условиях, когда нужно прочно запомнить материал, глубже и всесторонне его понять, быстрее и точнее воспроизвести. Важно отметить, что в группе всегда есть один-два студента, которые

не любят работать в групповом режиме, и этот факт тоже следует учитывать, заранее оговаривая его в условиях предстоящей игры.

Терминологическое состязание начинается и заканчивается по времени.

4 этап. *Составление терминологических текстов* является логическим продолжением третьего этапа. Проработка материала на этом этапе закрепляет изучаемый материал. Группа составляет связанный текст, в котором использует как можно больше изучаемых понятий. При этом текст должен быть осмысленным, логичным, грамотно оформленным. Жанры, сюжеты и содержание могут быть любыми.

5 этап. *Межгрупповая взаимопроверка.* Для студентов этот этап всегда оказывается неожиданным, поскольку подгруппа А не знает в какой подгруппе будет «экзаменоваться» каждый её участник. Варианты здесь могут быть разные: например, каждого студента группы А экзаменуют студенты группы Б, а каждого студента группы Б экзаменуют студенты группы В. Соответственно, если всего три подгруппы, то студенты группы В экзаменуются у студентов группы А. «Экзаменаторы» предлагают на своё усмотрение 5 понятий из списка изучаемых слов. Оценка заносится в протокол. Каждый следующий участник отвечает на следующие 5 понятий, которые группа «экзаменаторов» выбирает по своему желанию.

Процедура оценивания. В зависимости от степени понимания смысла данного слова (эталонная формулировка берется из словарей) ответ испытуемого оценивается по пятибалльной шкале от «0» до «1» с шагом в 0,25. Если формулировка неправильная, испытуемый что-то перепутал или забыл, он получает оценку «0». Если в определении есть указание на область, в которой этот термин встречается или просматривается незначительный намек на понимание, студент получает оценку «0,25». За определение, в котором улавливается смысл и просматривается общая ориентировка, но полнота и качество определения невысоки, студент получает «0,5». Хорошая формулировка, но имеющая погрешности, оценивается в «0,75». Полное, точное определение оценивается максимальным баллом «1». Если испытуемый вообще не давал какого-либо ответа, ставится отметка «нет ответа».

Основные недостатки при освоении понятий: 1) неуверенность, нечеткость, неверные ударения; 2) грамматические ошибки при написании термина или его иноязычной основы; 3) расширение или сужение смысла понятия; 4) неумение дать различные контексты словоупотребления; 5) неполное воспроизведение сути понятия; 6) нечеткость и неточность в определении; 7) другие виды несовершенства.

В игре дети мыслят. Эта аксиома относится и к взрослым людям. Использование игрового метода улучшает память, мышление, интеллект и формирует речевые навыки. Снижается терминологическая фрустрация и появляется вкус к лексическому разнообразию родного языка. Люди начинают ответственно относиться к культуре собственной речи, замечать речевые искажения у окружающих, слышать и видеть лексическое многообразие учебных, научных и профессиональных текстов. В исследовании М. А. Холодной (2012) была установлена связь между понятийным мышлением, сформированным в прошлом и настоящем опыте субъекта, и мобильностью его эмоциональных и социальных стратегий совладания, которые он использует в будущем при столкновении с трудными жизненными ситуациями [8, сс. 383–397]. Как пишет М. А. Холодная, от ментального опыта личности, как носителя свойств интеллектуальной деятельности, зависит способ переработки индивидом поступающей информации, эффективность решения им тех или иных задач, форма понимания тех или иных событий, которые с ним будут происходить в будущем [9, сс. 201–204].

Многочисленные исследования российских и зарубежных учёных подтвердили существующую непосредственную связь между объемом словарного запаса человека, его внутренней мотивацией и успехом в жизни. Сегодня миллионные бестселлеры Тони Бьюзена о неисчерпаемых ресурсах вербального интеллекта подняли объект теоретического опыта ученых-исследователей до небывалого взлёта интереса к этой проблеме у обычных людей. Книжки по развитию ментальных ресурсов человека в сфере обучения, бизнеса и управления сделали Бьюзена самым продаваемым и покупаемым автором XXI века. Доступность изложения и огромное количество фактов позволили миллионным думающим и заинтересованным читателям проникнуть в секреты чтения и понимания информации, открыть радость игры со словами, научиться мастерству речи и, соединяя слово и мышление, преднамеренно и сознательно наращивать свои ментальные ресурсы.

В России игровой метод освоения понятий был разработан И. Ф. Неволным в 1976 году в Московском институте стали и сплавов, внедрялся на факультете новых методов обучения при Политехническом музее г. Москвы, а затем на протяжении более двух десятков лет успешно использовался в нашей совместной работе при подготовке педагогов и практических психологов. Сейчас на кафедре психологии факультета управления МФПУ «Синергия» этот метод

трансформировался в элемент игровой технологии, направленной на формирование понятийного мышления студентов.

«Your boss has a bigger vocabulary than you have. That's one good reason why he's your boss» [10, с. 3]. Доктор Дж. О'Коннор установил статистически значимую связь между величиной словарного запаса и успешностью профессиональной деятельности. Сотню молодых людей, которые мечтали занять руководящие посты, он протестировал на предмет величины их словарного запаса и через пять лет проверил, каких успехов они достигли. Корреляционный анализ выявил поразительную связь. Все студенты до единого из первого процентиля (Q1) по количеству набранных баллов оказались на руководящих постах. Среди тех, кто попал в четвертый процентиль (Q4), никто не оказался руководителем [2, с. 66].

«Разработка образовательных технологий, направленных на формирование концептуальных структур, релевантных предметной деятельности, может быть хорошим средством развития индивидуальных ментальных ресурсов», - пишет руководитель Лаборатории способностей и ментальных ресурсов Института Психологии РАН доктор психологических наук, профессор Е.В. Волкова. Очень важно, что такой подход вполне релевантен той деятельности, которую осуществляет наш вуз в направлении подготовки кадрового резерва страны и воспитания будущих российских предпринимателей.

Литература

1. Блумберг М. Блумберг о Bloomberg / Майкл Блумберг при содействии Мэтью Уинклера: Пер. с англ. М.: Альпина Паблишерз, 2010. 224 с. (Серия «Сколково»).
2. Бьюзен Т. Могушество вербального интеллекта / Т. Бьюзен // пер. с англ. Ю.Е. Андреева. Мн.: ООО «Попурри», 2004. 320 с.
3. Бьюзен Т. Могушество вербального интеллекта / Т. Бьюзен // Пер. с англ. Ю.Е. Андреева. Мн.: ООО «Попурри», 2004. 320 с.
4. Волкова Е. В. Технология развития ментальных ресурсов. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2016. 256 с. (Методы психологии).
5. Неволин И. Ф., Позина М. Б. Процесс оценивания как важнейший компонент современной системы образования // Педагогическая диагностика. 2006. № 2. С. 73–85.
6. Неволин И. Ф., Позина М. Б. Тезаурус как показатель компетентности личности // Вестник практической психологии образования, 2010. № 2. С. 69–72.
7. О'Коннор Дж., Макдермотт И. Искусство системного мышления: Необходимые знания о системах и творческом подходе к ре-

- шению проблем. М.: Альпина Бизнес Букс, 2014. 254 с. (Серия «Искусство думать»).
8. Холодная М. А. Возможности объединения онтологического, субъектного и ресурсного подходов в исследовании интеллекта. // Личность и бытие: субъектный подход. Материалы научной конференции, посвящённой 75-летию со дня рождения А. В. Брушлинского, 15–16 октября 2008 г. / Отв. ред. А. Л. Журавлёв, В. В. Знаков, З. И. Рябикина. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2008. 608 с.
 9. Холодная М. А. Особенности организации концептуальных структур: онтологический подход. Когнитивные исследования. // Сборник научных трудов. Вып. 5 / Под ред. А. А. Кибрика, Т. В. Черниговской, А. В. Дубасовой. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2012. 295 с.
 10. Funk W., Lewis N. 30 DAYS TO A MORE POWERFUL VOCABULARY. MOSCOW NOVINTELPRESS, 1991. 252 c.
- ### References
1. Bloomberg M. (2010) Bloomberg on Bloomberg / Michael Bloomberg with the assistance of Matthew Winkler: Trans. from English M.: Alpina Publsherz. 224 p. (Skolkovo series).
 2. Buzan T. (2004) The power of verbal intelligence / T. Buzan // Per. from English Yu. E. Andreeva. Minsk: Popurri LLC. 320 p.
 3. Buzan T. (2004) The power of verbal intelligence / T. Buzan // Trans. from English Yu.E. Andreeva. Minsk: Popurri LLC. 320 p.
 4. Volkova E.V. (2016) Technology development of mental resources. M.: Publishing House "Institute of Psychology, RAS". 256 p. (Methods of psychology).
 5. Nevolin I. F., Pozina M. B. (2006) The process of assessment as the most important component of the modern education system // *Pedagogical diagnostics*. No. 2. Pp. 73–85.
 6. Nevolin I. F., Pozina M. B. (2010) Thesaurus as an indicator of the competence of the individual // *Bulletin of practical psychology of education*. No. 2. Pp. 69–72.
 7. O'Connor J., McDermott I. (2014) The Art of Systems Thinking: Necessary Knowledge of Systems and Creative Problem Solving. M.: Alpina Business Books. 254 p. (Series "The Art of Thinking").
 8. Kholodnaya M. A. (2008) Possibilities of combining ontological, subject and resource approaches in the study of intelligence. Person and Being: Subject Approach. Materials of the scientific conference dedicated to the 75th anniversary of A. V. Brushlinsky, October 15–16, 2008 / Ed. ed. A. L. Zhuravlev, V. V. Signs, Z. I. Ryabikina. M.: Publishing House "Institute of Psychology, RAS". 608 p.
 9. Kholodnaya M. A. (2012) Features of the organization of conceptual structures: an ontological approach. Cognitive research. // Collection of scientific papers. Issue 5 / Ed. A. A. Kibrika, T. V. Chernigovskaya, A. V. Dubasova. M.: Publishing House "Institute of Psychology, RAS". 295 p.
 10. Funk W., Lewis N. (1991) 30 DAYS TO A MORE POWERFUL VOCABULARY. MOSCOW NOVINTELPRESS. 252 c.

УДК 659

В. Ю. Филин,

кандидат психологических наук, доцент, кафедра Рекламы в Московском финансово-промышленном университете «Синергия»,
E-mail: vfilin@synergy.ru

Психологические проблемы тестирования рекламы

Аннотация

Цель работы. Традиционные методы тестирования рекламы, основанные на прямых вопросах и буквальной интерпретации ответов, не дают полной картины о восприятии и мотивации потребителя.

Материалы и методы. Необходимо применять полный набор методик, включающий в себя помимо традиционных, проективные и ассоциативные методы. В противном случае представления рекламистов о мотивации потребителя будут полны либо профессиональных стереотипов, либо социально одобряемых норм.

Результат. В рекламе, основанной на полноценном исследовании, следует аккуратно прибегать к использованию неосознаваемой или скрываемой мотивации.

Заключение. Апелляция к таким мотивам должна быть завуалирована и прикрыта рационализациями.

Ключевые слова: Потребители, реклама, тестирование рекламы, психология рекламы, проективные методики, ассоциативные методики, мотивы, потребности.

V. Yu. Filin,

Candidate of Psychological Sciences,
Associate Professor, the Department
of Advertising of Moscow University
of Industry and Finance "Synergy",
E-mail: vfilin@synergy.ru

Psychological problems of advertising testing

Abstract

Purpose of the work. Traditional methods of testing advertising, based on direct questions and literal interpretation of answers, do not give a complete picture of the perception and motivation of the consumer.

Materials and methods. It is necessary to apply a complete set of techniques, which includes, besides traditional, projective and associative methods. Otherwise, advertisements' views on consumer motivation will be full of either professional stereotypes or socially approved norms.

Result. In advertising, based on a full-fledged study, you should carefully resort to the use of unconscious or hidden motivation.

Conclusion. An appeal to such motives should be veiled and covered with rationalizations.

Keywords: Consumers, advertising, advertising testing, advertising psychology, projective techniques, associative techniques, motives, needs.

Сами потребители склонны представлять себя рациональными и дальновидными существами. Многие специалисты в области маркетинга и рекламы склонны с ними соглашаться. Теории психологов о внутренних причинах поведения, не всегда осознаваемых и не обязательно связанных с рационально поставленной целью, кажутся им надуманными.

В связи с этим наибольшее распространение получили маркетинговые и рекламные исследования, основанные на простом диалоге между людьми и не требующие изощренных интерпретаций в стиле психоанализа.

Их результаты соответствуют здравому смыслу потребителей, рекламистов и заказчиков, но нередко представляют собой констатацию очевидных и поверхностных стереотипов. Возникает замкнутый круг: реклама что-то

общепризнанное утверждает, люди это повторяют в интервью, рекламщики продолжают составлять свои тексты в соответствии с услышанным. При этом повторение распространенных в обществе клише само по себе безвредно, поскольку отражает то, какими все хотят выглядеть в глазах других. В этом суть наших осознаваемых и декларируемых целей и пристрастий.

Однако скрытые и неосознаваемые мотивы остаются невыясненными, а в ходе тестирования из поля зрения исследователей может выпасть неосознаваемая связь рекламы с товаром. А такое бывает нередко - человек не сможет осознанно вспомнить товар, когда ему напоминают рекламу, и не сможет вспомнить рекламу, когда ему показывают товар, если связь между ними он вытеснил. Но именно эта связь заставит его принять решение и оправдать данный выбор чем-то

разумным. Другой вопрос – стоит ли стремиться к созданию такого вида связи? Психологи уверены, что стоит. Так, известный психотерапевт Милтон Эриксон считал, если слушатель забывает некую историю, внушающего характера, эффект расказа может быть даже сильнее.

Следовательно, и критерии, и методы тестирования эффективности глубинного воздействия должны быть особыми, специфическими. А если кто-то, например, захочет использовать для этих целей фокус-группу, то ничего, кроме социально-желательных стереотипов он не получит. В ходе одного тестирования, проводимого исследовательской компанией «О+К», женщины во время глубинного интервью называли героев рекламного сериала Nescafe «симпатичными», «милыми», «с очаровательными животными», а на фокус-группе высказывались следующим образом: «безумно надоели эти кошки», «глупые лица», «неприятные ребята», обменяв свою сентиментальность на одобрение группы.¹

При этом сам по себе метод глубинного интервью – не панацея. Сам диалог и способ задавания вопросов должен строиться иначе, чтобы потребитель раскрыл себя. Разберем последовательно несколько основных приемов и методик тестирования рекламы, с помощью которых можно обнаружить

Проективные методики

Мотивы, которые подавляются личностью или вытесняются из её сознания, никуда не пропадают. Это утверждал еще Зигмунд Фрейд. Они по-прежнему нуждаются в удовлетворении, буквальном или символическом. Символическое удовлетворение этих мотивов может осуществляться либо в виде различных оговорок, либо в форме творческой сублимации, либо посредством **проекции**.

Проекция сохраняет суть мотива, но приписывает его другим людям, реальным или воображаемым, а также любым существам, явлениям и предметам, которые одухотворяются и персонализируются. Этот прием можно использовать в исследовании мотивов потребителей и выстраивать рекламу в соответствии с ними.

Проективными вопросами в анкете можно считать любые вопросы, касающиеся неких абстрактных людей. Если спросить респондентку: «Чего, по Вашему мнению, не хватает современной российской женщине?» - скорее всего, она даст ответ, в большей степени характеризующий её собственные проблемы и потребности, но никогда не признается в этом даже самой себе, а уж тем более другим. И на прямой вопрос, адресованный ей, ответит что-

нибудь более «благородное». Проведя такой опрос, мы вполне вероятно выясним, что все женщины России, например, унижены и не уверены в себе, но только не те, которых мы опрашивали. (такова моя гипотеза, основанная на собственных исследованиях, но требующая более тщательной проверки на больших выборках)

То же самое касается такой потребности, как материальное и статусное возвышение над другими, а также выделение из толпы – не все люди открыто признаются в том, что ими движут эти мотивы. И особенно сильно вытесняется из сознания человека тот факт, свою потребность возвышения и выделения он удовлетворяет за счёт покупки дорогих товаров, товаров известных и престижных брендов.

Среди самих рекламщиков бытует мнение, что покупка духов, автомобиля, сотового телефона служит в основном имиджевым целям потребителя. Но как убедиться в том, что это действительно так?

Было проведено исследование среди работающих в области рекламы, в котором им было предложено высказаться за потребителей (предположить, как ответили они) на вопросы о мотивах потребления некоторых товаров. Результаты сравнения ответов потребителей и рекламистов представлены на диаграммах (во всех диаграммах имиджевая потребность выделена бордовым цветом). Парфюмерия (диаграмма 1), автомобили (диаграмма 2), мобильные телефоны (диаграмма 3).

Эти результаты говорят о том, что мотив потребителей повысить свой статус или выделиться за счёт покупки данных товаров, с одной стороны, скрывается ими, а, с другой стороны, очевиден для рекламистов. Может быть, это профессиональное заблуждение? А может быть проекция? В любом случае – факт противоречия между мнением человека о себе и суждениями рекламистов установлен. Кстати, проекция гораздо сильнее проявляется себя, если вопросы задаются относительно некой аут-группы. Для рекламистов – это потребители. Для мужчин – женщины. И так далее. Некоторые люди уверены, что особенны, и тогда аут-группой для них будет некое абстрактное большинство.

Второй совет по составлению вопросов такого рода принадлежит Гордону Оллпорту: «проективные тесты не могут применяться в отрыве от направленных методов. Мы не можем проинтерпретировать полученные с их помощью результаты, если нам неизвестно, согласованы они с представлениями человека о себе

¹ Л. Богомолова «Качественное тестирование креатива в рекламе»// «Реклама и жизнь» 2001, № 1 (17).

или противоречат им»² Следовательно, проективные вопросы необходимо дополнять

соответствующими им прямыми вопросами.

Диаграмма 1

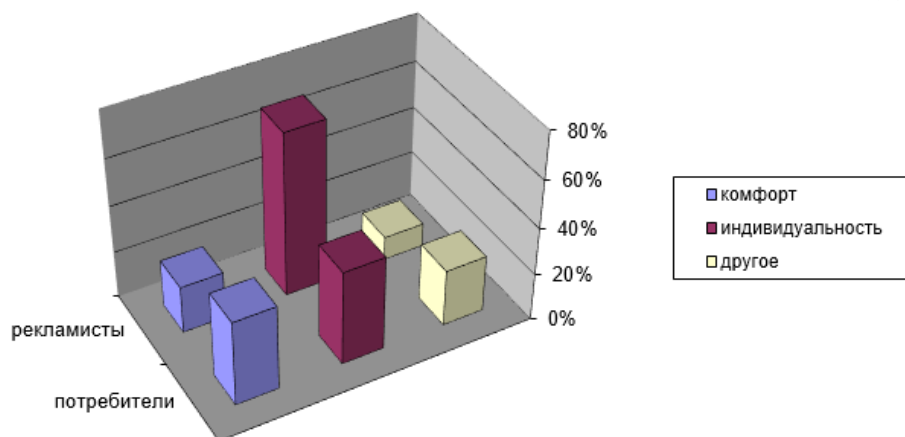


Диаграмма 2

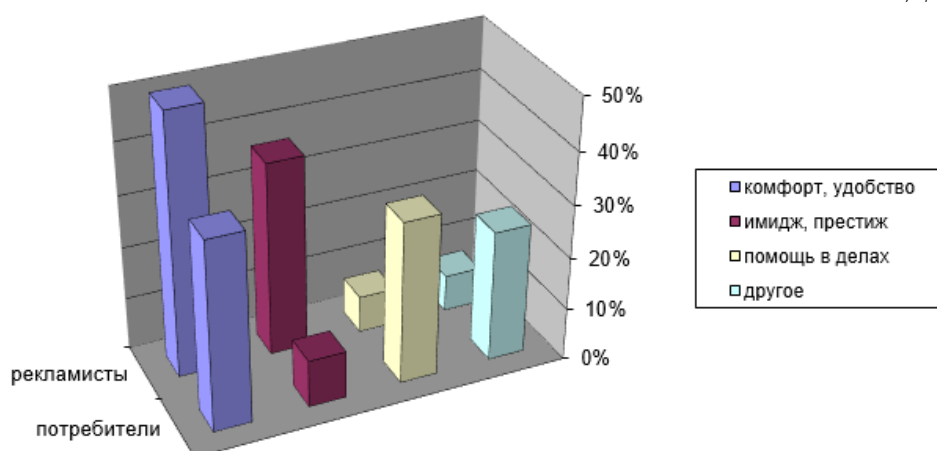
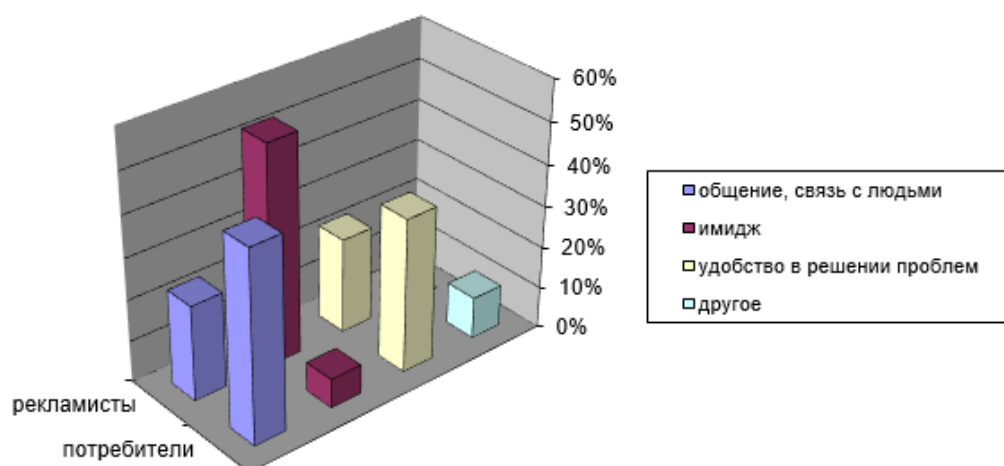


Диаграмма 3



² Оллпорт Г. «Личность в психологии», с. 81.

Например, для тестирования рекламной продукции одного из производителей противозачаточных средств мною была составлена следующая анкета:

1. Как может повлиять эта брошюра (этот ролик) на большинство потребителей Вашего возраста? (проективный вопрос)

- будут покупать товары рекламируемой марки;
- не будут покупать рекламируемой марки;
- будут использовать гормональную контрацепцию;
- не будут использовать гормональную контрацепцию;
- другое_____.

2. Каким будет Ваше поведение после чтения этой брошюры (просмотра этого ролика) вероятнее всего? (прямой вопрос)

- буду покупать рекламируемой марки;
- не буду покупать рекламируемой марки;
- буду использовать гормональную контрацепцию;
- не буду использовать гормональную контрацепцию;
- другое_____.

Одна из проективных методик, часто используемых в тестировании рекламы – *тест тематической апперцепции*. Например, потребителей просят рассказать историю о героях печатной рекламы, кто они такие, в каких отношениях состоят друг с другом, какие события предшествовали эпизоду, изображённому в рекламе, чем всё закончилось. В одном из таких исследований было выявлено, что реклама с малозаметным эротическим элементом вызывает больше сексуальных поворотов сюжета, чем идентичная ей реклама, но без этих элементов.

Стандартное, основанное на здравом смысле тестирование пыталось бы выявить, увидел ли потребитель эротический элемент, запомнил ли его, понял ли он его правильно. Мы соотносим каждый индивидуальный взгляд на рекламу с неким стандартом, а в проективных методиках это всё совершенно не имеет значения. Нас интересует только то, позволяет ли реклама проецировать потребителю свои собственные индивидуальные потребности или она диктует ему нечто однозначное, однотипное. Идеалы рекламы с точки зрения стандартного подхода – чёткое восприятие и эксплицитное понимание.

Идеалы рекламы с точки зрения проективного подхода – широта возможностей для

индивидуальной проекции, но в нужном направлении. Ситуация взаимодействия героев рекламы и их характер не должны быть настолько явными, чтобы диктовать потребителю какой-то стереотип восприятия. Проекцию же, наоборот, вызывает схематичный, намекающий характер изображения, идеалом которого является хрестоматийное чернильное пятно.

То же самое касается такого критерия как «способность рекламы привлекать и удерживать внимание». С одной стороны, очень важно, чтобы потребитель заметил важные элементы рекламного сообщения, но, с другой стороны, просто необходимо, чтобы некоторые элементы воспринимались неосознанно, периферийно. Например, методика тестирования «включенности» потребителя при просмотре рекламы, разработанная Р. Петти и Д. Качиоппо, выделяет два информационных потока, которые необходимо принимать во внимание: центральный и периферийный.³ Последний поток не только воспринимается как фон, но и вспоминается также в момент встречи с товаром в магазине или в момент узнавания какого-то центрального элемента рекламы.

Некоторые методики тестирования названий торговых марок и логотипов включают в себя просьбу одушевить эти абстрактные объекты, придумать про них истории, нарисовать их и тому подобное. Важно при анализе этих методов понимать, что если они пытаются свести все подобные реакции к чему-то унифицированному, то в конечном итоге будет получен результат, не дающий простора человеческим потребностям. Люди будут хорошо и однозначно реагировать на подобным образом отобранный логотип, но он не будет их вдохновлять.

Импульсивные методики

Ещё одна группа методик пытается выявить мотивы человека, опираясь на то, что механизм их функционирования действует быстрее, чем механизм рационального самоуправления.

Например, **тест незаконченных предложений обрывает вопрос, задаваемый испытуемому, на середине**. Эта методика противоречит здравому смыслу, и именно поэтому эффективна. Рациональная критичность человека, неразрывно связанная с социальной лояльностью, послушно ждёт завершения предложения. Неосознанным мотивам, чтобы проявиться, достаточно неожиданной паузы.

Человеку предлагается по возможности быстро, не обдумывая, завершить ряд предло-

³ Petty Richard & Jonh Cacioppo, The Elaboration Likelihood Model of Persuasion, Advances in Experimental Social Psychology, Vol. 19, 1986.

жений.¹⁰ Этот тест может относиться и к личности респондента, и быть проективным – без разницы. Однако в случае прямого обращения необходимо учитывать, что некоторые люди будут быстро выдавать часто используемый ими вид защиты от данных эмоций, например: **противодействие** (вытесняемый импульс заменяется на противоположный), **регрессия** (переход к ребячливым, детским формам реакции), **отрицание** (склонность не замечать стимула, вызывающего неприемлемые эмоции). Учитывая всё это, можно представить себе, насколько сложными являются и само составление опросника, и его интерпретация.

Примеры вопросов:

1. Тяжелее всего мне... 2. Самое плохое у меня... 3. Единственная неприятность... 4. Втайне я... 5. Я мог бы быть очень счастливым, если бы... 6. Моим скрытым желанием в жизни... 7. Если бы только мой начальник... 8. Мой отец часто... 9. Если бы моя мать... 10. Моя семья никогда... 11. Большинство девушек... 12. Когда я вижу женщину вместе с мужчиной... 13. Другие мужчины... 14. Все меньшинства... 15. Я ненавижу... 16. Опаснее всего... Как видно, фразы типа «большинство людей» делают данный тест ещё и проективным.

Подобные вопросы также можно задавать респонденту, когда есть необходимость протестировать рекламу на наличие в ней мотивов, значимых для его бессознательного. Их нельзя использовать на фокус-группе – это исключительно индивидуальная методика. Но составить такой вопросник очень просто. Нужно только все вопросы, которые собирались задать потребителям, оборвать по середине:

1. Мне кажется, эта реклама...
2. Когда я смотрел рекламу...
3. На мой взгляд, герои рекламы...
4. Когда я смотрю на этот товар...
5. Каждый, кто посмотрит эту рекламу...

Важно, что такие вопросы снижают риск получения социально-желательных ответов или ответов, которые бы были продиктованы желанием сделать приятное рекламодателю и исследователям. При тестировании рекламы такие методики тоже необходимы. По мнению Л. Богомоловой, директора по развитию и PR компании «О+К», как только респондент начинает напряженно вдумываться в смысл увиденной рекламы, неизбежно возникает налет рационализации, не имеющий ничего общего с естественным эмоциональным восприятием ре-

кламы. А чтобы отразить его, нужно фиксировать спонтанные реакции потребителей.

В одном прикладном маркетинговом исследовании стояла цель выяснить основные мотивы пользования услугами сотовой связи.¹¹

Задачи:

1. Определить мотивы пользования услугами сотовой связи.

2. Выяснить основной мотив пользования.

При решении 1-й задачи применялась методика «незаконченные предложения». Респонденты должны были продолжить следующие предложения:

– Мне кажется, что в последнее время сотовая связь стала...

– Мой друг хочет купить сотовый телефон, потому что...

– Люди, которые пользуются услугами сотовой связи...

– Когда я вижу человека с сотовым телефоном, я думаю, что он...

При решении 2-й задачи проводилось ранжирование мотивов. Респондентам раздавались бланки, на которых были изображены мотивы, которые нужно разложить в порядке важности.

Наиболее очевидная ошибка из всех допущенных авторами данного исследования заключается в том, что половина задачи решалась с помощью косвенной методики, а половина – с помощью прямой. Ограничив потребителей в возможности спрятать свои мотивы, им дали возможность исказить реальную картину за счёт понижения рейтинга самых непривлекательных желаний и взглядов. Исследование было бы полным и корректным, если бы различные методики сочетались в нём параллельно, а не последовательно на разных этапах.

Ассоциативные методики

Различного рода ассоциативные методики также пытаются вызвать у респондента быструю, неконтролируемую сознанием реакцию, но принцип все же несколько иной. Здесь никто не прерывает предложение, а в качестве стимулов используются обычные житейские слова и наименования продуктов, брендов.

Когда человека просят произнести первое пришедшее ему на ум слово или словосочетание в ответ на стимульное слово и при этом не оставляют время на раздумывание, его ответы могут оказаться достаточно искренними. Одной из самых операционализированных методик из этого ряда является **ассоциативный тест К.Г. Юнга**. Юнг часто давал своим пациентам це-

¹⁰ Сакс Д. М., Леви С. «Тест завершения предложений» /в сборнике «Проективная психология», с. 203.

¹¹ Гурджи И. «Проективные методики в исследованиях рынка»/Интернет-сайт «Библиотека маркетолога».

лый ряд слов для ассоциирования, замеряя время, которое уходит у человека на каждую из реакций. Задержка ассоциаций означает, что стимульное слово напомнило потребителю о проблеме, которая более всех его волнует и которую он пока не разрешил. Испытуемые отвечают (устно или письменно) на перечень слов первым приходящим на ум словом. Тестовые слова, то есть те, которые связаны с различными значимыми ситуациями в жизни человека, перемешиваются с нейтральными.

Высокая частота ответа свидетельствует об устойчивой реакции. Колебания – задержка ответа более 3 секунд – означают эмоциональную вовлечённость респондента. Она может быть положительной или отрицательной. В последнем случае возможен поиск человеком приемлемого заменителя того, что кажется ему неприемлемым. Блокирование – неспособность дать ответ после разумно длительного периода времени. Это значит – стимул не вызывает никакой реакции или респондент хочет дать неприемлемый ответ и заторможен этим. Если использовать данную методику для выявления значимых, вытесняемых проблем в жизни целевой аудитории, то слова-реакции, данные в ответ на соответствующие слова-стимулы (с определённой задержкой), следует рассматривать как симптом болезни, как некую перманентную боль, которую человек старается забыть, не обращать на неё внимания. С помощью теста мы выявляем неудовлетворённость, которую человек хотел бы скрыть от самого себя, и тем самым напоминаем об этой боли. Следовательно, всякое воспроизведение этих слов в рекламе не приносит человеку удовлетворения и облегчения, скорее наоборот. Поэтому в рекламе рекомендуется использовать образы, сюжетные и вербальные намёки, которые могли бы дать надежду потребителю на избавление от этих проблем. Так, широкое применение этого теста выявило, что одна группа респондентов комплексует по поводу сексуальных отношений, а другая – по поводу деловой, профессиональной сферы. Следовательно, реклама, направленная на одну из этих групп, должна ненавязчиво демонстрировать возможность снятия данных проблем. В этом случае она может играть даже терапевтическую роль, если не будет обещать чего-то невыполнимого, а просто откроет перед человеком новые возможности или подарит ему более спокойный взгляд на эти проблемы, например, то, что «жить – это уже счастье».

В целях тестирования рекламы ассоциативный тест используется чаще всего для поиска

слов, которые нужно использовать в марочных названиях, заголовках рекламы и других сообщений. В этом случае задачи ставятся совсем другие. Когда слово ассоциируется с низкими показателями блокирования и колебания, оно оценивается как несущее значимое сообщение. Но когда показатели колебания и блокирования слова высоки, оно оценивается как бесполезное для коммуникации с потребительской аудиторией.¹²

На мой взгляд, подобная практика использования ассоциативного теста ограничивает его возможности. С помощью такой интерпретации ассоциативного теста мы не проникаем во внутренний мир человека, а выявляем его рефлекторные дуги. Больше всего нас интересует, какие реакции, положительные или отрицательные, вызывают стимулы. Например, широко известный пример со страховой компанией «Ангел», название которой у большинства потребителей должно вызывать ассоциацию «хранитель». Такие исследования так же полезны, но они не могут полностью объяснить поведение человека. Они его ограничивают.

Для тестирования рекламы лучше всего применять методику свободных ассоциаций, которая предполагает, что респондент должен дать целую цепочку последовательно ассоциированных образов в ответ на рекламное обращение. Автором данного метода считается З. Фрейд, и он полагал, что свободные ассоциации рано или поздно приведут человека к его вытесненным мотивам. Причём спрашивать человека нельзя в таком стиле: «С каким животным это у Вас ассоциируется?». Так мы скорее выявим проективные механизмы, обнаружим приписывание каких-то черт. Корректнее просить респондента выдать первое, пришедшее ему в голову слово или словосочетание в связи с увиденным. Потом следующее слово или словосочетание уже в связи с тем, что пришло к нему как первая ассоциация. В конце концов, грамотный психоаналитик сможет обнаружить, действительно ли данное рекламное сообщение бессознательно воспринимается как средство удовлетворения какой-то вытесненной потребности или оно воспринимается как угроза, как запрет или что-то иное, негативное по отношению к неосознаваемым мотивам.

Это, разумеется, сложная задача, но, если её не решать, следует отбросить все иллюзии, будто бы мы проникаем во внутренний мир потребителя. На мой взгляд, существующий скепсис по поводу эффективности этих методик обусловлен именно их упрощением.

¹² Алёшина И. В. «Поведение потребителя», с. 214.

Заключение

Итог всему вышесказанному можно подвести в форме некой инструкции, как действовать рекламодателю или рекламисту, если обыденные, количественные методы исследования его не устраивают, а полагаться только на свою интуицию он считает рискованным.

Начнем с того, что целый ряд товаров (от яхты до средства борьбы с грызунами) может затрагивать скрытые и неосознаваемые мотивы потребителей: может это неудовлетворённая агрессия, а может желание выглядеть достойным человеком и т.п. В этом случае необходимо заказать или разработать анкету, в которой как минимум будут прямые и проективные вопросы. Эта анкета может стать даже основной для количественных опросов. Тогда как ассоциативные и импульсивные методы можно задействовать только на качественном этапе. В результате исследователь сможет понять, какие из своих мотивов люди декларируют, а какие – скрывают или вытесняют, приписывая другим (владельцам яхт и борцам с грызунами).

Далее – создавая рекламу на основе этой информации, необходимо использовать два пути, прямой и косвенный, чтобы привязать какие-то свойства товара или критерии его выбора к выявленным мотивам. Причём при тестировании такой рекламы нужно снова полагаться как на прямые методы, так и на глубинные. Пусть респонденты расскажут историю о героях рекламы (если они в ней представлены). Слоганы тоже можно тестировать таким образом: попросить людей описать человека, который мог бы сказать эту фразу и человека, к которому она, скорее всего, обращена.

Выявленные с помощью этих методов проблемы не должны напрямую решаться с помощью товара (даже в иллюзорном мире, созданном рекламой). В рекламе должен содержаться лишь намёк на самую возможность разрешения

таких проблем в параллельном, фоновом режиме по отношению к основному сюжету и смыслу послания.

Литература

1. Алёшина И. В. «Поведение потребителя», с. 214.
2. Богомолова Л. «Качественное тестирование креатива в рекламе»// «Реклама и жизнь» 2001, № 1 (17).
3. Гурджи И. «Проективные методики в исследованиях рынка»/Интернет-сайт «Библиотека маркетолога».
4. Сакс Д. М., Леви С. «Тест завершение предложений» /в сборнике «Проективная психология», с. 203.
5. Petty Richard & Jonh Cacioppo, The Elaboration Likelihood Model of Persuasion, Advances in Experimental Social Psychology, Vol. 19, 1986.
6. Матюшкин В. С. «Модели потребителя в рекламе», Журнал: "Реклама. Теория и практика", № 5, 2007.

References

1. Aleshina I. V. "Consumer Behavior", p. 214.
2. Bogomolova L. (2001) "Qualitative testing of creative in advertising" // "Advertising and life". No. 1 (17).
3. Gurdji I. "Projective techniques in market research" / Internet site "Library marketer"
4. Saks D.M., Levi S. "Test completion of sentences" / in the collection "Projective Psychology", p. 203.
5. Petty Richard & Jonh Cacioppo (1986) The Persuasion Model, Perspectives, Advances in Experimental Social Psychology, Vol. 19.
6. Matyushkin V. S. (2007)"Consumer Models in Advertising", Magazine: "Advertising. Theory and Practice", № 5.

Информация об авторах

- **Алавердов Ашот Робертович** – доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой управления человеческими ресурсами Университета «Синергия». **Научные интересы:** вопросы кадровой политики, управления персоналом, обеспечение кадровой безопасности.
- **Багисhev Олег Алексеевич** – кандидат юридических наук, доцент кафедры Гражданского права и процесса МФПУ «Синергия». **Научные интересы:** Подходы и структуры управления отечественной банковской системы, происходящие законодательные изменения.
- **Зверева Наталья Ивановна** – аспирант, директор фонда региональных социальных программ «Наше будущее». **Научные интересы:** исследование вопросов управления интеграционными процессами в образовании для создания класса социальных предпринимателей.
- **Косорукова Ирина Вячеславовна** – доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой оценочной деятельности и корпоративных финансов Университета «Синергия». **Научные интересы:** анализ взаимосвязей между рыночной стоимостью и ценой (уровнем капитализации) бизнеса, а концепции, теории и модели корпоративных финансов, реализация отдельных теорий и моделей в российской действительности.
- **Лепшкова Римма Рамазановна** – кандидат экономических наук, доцент кафедры «Финансы и кредит» Карачаево-Черкесского филиала Московского финансово-промышленного Университета «Синергия». **Научные интересы:** вопросы экономического развития, государственная поддержка, инвестиционная привлекательность, аграрный комплекс, эффективность производства.
- **Мохова Оксана Леонидовна** – кандидат педагогических наук, заведующий кафедрой иностранных языков Негосударственного образовательного частного учреждения высшего образования «Московский финансово-промышленный университет «Синергия». **Научные интересы:** изучение условий дифференцированного обучения иностранному языку в неязыковом вузе, особенности перевода профессиональных и политических текстов.
- **Позина Марина Борисовна** – кандидат психологических наук, доцент кафедры психологии Университета «Синергия». **Научные интересы:** психология обучения, психодиагностика, современные модели обучения и мониторинга.
- **Страхов Олег Алексеевич** – кандидат технических наук, член-корреспондент МАН ИПТ, Университет «Синергия». **Научные интересы:** информационные технологии, вопросы информационной безопасности, особенности реализации и проектирования алгоритмов РСО радиоэлектронной аппаратуры и элементов вычислительной техники.
- **Сурова Надежда. Юрьевна** – кандидат экономических наук, доцент, директор Института управления и социально-экономического проектирования, Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова. **Научные интересы:** исследование социального проектирования развития негосударственного сектора в социальной сфере.
- **Филин Виталий Юрьевич** – кандидат психологических наук, кафедра Рекламы Университета «Синергия». **Научные интересы:** стратегии рекламной деятельности, брендинг, маркетинговые коммуникации, геймификация.
- **Шикун Илья Рифкатьевна** – кандидат юридических наук, доцент, зав. кафедрой Административного и финансового права МФПУ «Синергия». **Научные интересы:** подходы и структуры управления отечественной банковской системы, происходящие законодательные изменения.

Условия публикации и правила оформления статей

Статьи, поступающие в редакцию журнала, подлежат обязательному рецензированию. По решению редколлегии журнала они могут быть отправлены на доработку или отклонены по формальным или по научным причинам. Редколлегия в этих случаях в полемику с авторами не вступает.

Для издания в журнале принимаются только ранее не опубликованные авторские рукописи статей. Затронутая тема должна отличаться научной новизной, практической значимостью, оригинальностью содержания. Желательно придерживаться следующей структуры статьи:

- введение – краткое изложение состояния рассматриваемого вопроса и постановка задачи, решаемой в статье;
- материалы и методы решения задачи, подробное описание исследования;
- результаты – основное содержание статьи (например: описание физической сущности процессов и явлений, доказательства представленных в статье положений, исходные и конечные математические выражения, математические выкладки и преобразования, эксперименты и расчеты, приемы и иллюстрации);
- обсуждение полученных результатов и сопоставление их с ранее известными;
- заключение – выводы и рекомендации.

Объем статьи (без рисунков и таблиц) не должен превышать 10 страниц формата А4 при 1,5–2 межстрочных интервалах, а объем статьи обзорного характера – 25 страниц. Размер шрифта – 14 Times New Roman. Необходимо представить электронную версию текста в формате текстового редактора Word (любой версии).

Порядок оформления статьи:

- укажите рубрику статьи, а также Индекс универсальной десятичной классификации (в Интернете – Классификатор УДК);
- после инициалов и фамилии автора следуют: ученая степень, ученое звание, должность, место работы (учебы), город, страна, электронная почта;
- аннотация (реферат – 850 знаков, не менее 10 строк) содержит: цель работы, материалы и методы, результат исследования, выводы и ключевые слова (5–10);

- приведите перевод названия статьи, фамилии автора, его реквизитов, аннотации и ключевые слова на английском языке.

Пристатейный библиографический список (литература) приводится в соответствии с требованиями ГОСТа 7.0.5-2008. Ссылка на использованный источник оформляется в квадратных скобках, например, [1–3], [7, 8]. Ссылки на формулы, рисунки и таблицы оформляются с использованием круглых скобок, например, формула (3), уравнение (1), (рис. 2), (табл. 7).

Количество рисунков и фотографий для типовой статьи не должно превышать 5, для обзорной статьи – не более 10. Формулы (ОСТ 29.115–88) приводятся в формате текстового редактора. Для символического обозначения физических (технических) величин используйте только латинский и греческий алфавиты, при этом в тексте для греческих букв нужно использовать прямой шрифт, для латинских букв – наклонный шрифт (курсив), векторы обозначать полужирным шрифтом или стрелкой над символом вектора. Для нижних и верхних индексов применяйте арабские цифры, латинские или греческие буквы. Размерность физических величин обозначается только русскими буквами.

Формулы, таблицы и рисунки должны иметь отдельные сквозные нумерации. Если на конкретную формулу нет дополнительных (возвратных) ссылок в тексте или она в единственном числе, то нумерация не нужна. Единственная таблица и рисунок также не нумеруются.

Статья должна быть подписана всеми авторами. На отдельном листе представляются сведения об авторе (или всех авторах): фамилия, имя, отчество, ученая степень, звание; должность, образование, опыт научной (профессиональной) деятельности, сфера научных интересов (направления исследований), количество научных работ, телефон, почтовый адрес (для направления журнала), электронная почта.

Рукописи не возвращаются.

Авторы (или автор) каждой статьи после ее публикации имеют право на получение одного авторского экземпляра журнала.