

Austrian Journal of Humanities and Social Sciences

**№ 3–4 2017
April–May**



«East West» Association for Advanced Studies and Higher Education GmbH

**Vienna
2017**

Austrian Journal of Humanities and Social Sciences

Scientific journal

№ 3–4 2017 (April–May)

ISSN 2310-5593

Editor-in-chief

Busch Petra, Austria, Doctor of Economics

International editorial board

Abdulkasimov Ali, Uzbekistan, Doctor of Geography
Adieva Aynura Abduzhalalovna, Kyrgyzstan, Doctor of Economics
Akhmedova Raziya Abdullayevna, Russia, Doctor of Philology
Atayev Zagir Vagitovich, Russia, Ph.D. Geographical Sciences
Balabiev Kairat Rahimovich, Kazakhstan, Doctor of Law
Barlybaeva Saule Hatiyatovna, Kazakhstan, Doctor of History
Bogolub Tatiana Maksimovna, Ukraine, Doctor of Economics
Bolshakov Andrey Georgievich, Russia, Doctor of Political Sciences
Bondarenko Natalia Grigorievna, Russia, Doctor of Philosophy
Bulatbaeva Aygul Abdimazhitovna, Kazakhstan, Doctor of Education
Chiladze George Bidzinovich, Georgia, Doctor of Economics, Doctor of Law
Dalibor Milorad Elezović, Serbia, Doctor of History
Fazekas Alajos, Hungary, Doctor of Law
Gaydin Sergey Tihonovich, Russia, Doctor of History
Gurov Valeriy Nikolaevich, Russia, Doctor of Education
Ibragimova Liliya Ahmatyanovna, Russia, Doctor of Education
Ibraeva Alua Salamatovna Kazakhstan, Doctor of Law
Ivana Blahuna, Ukraine, Doctor of Economics
Ivannikov Ivan Andreevich, Russia, Doctor of Political Sciences, Doctor of Law
Jansarayeva Rima, Kazakhstan, Doctor of Law
Khurtsidze Tamila Shalvovna, Georgia, Doctor of Law
Konstantinova Slavka, Bulgaria, Doctor of History
Korzh Marina Vladimirovna, Russia, Doctor of Economics
Lekerova Gulsim, Kazakhstan, Doctor of Psychology

Lewicka Jolanta, Poland, Doctor of Psychology
Massaro Alessandro, Italy, Doctor of Philosophy
Melnichuk Marina Vladimirovna, Russia, Doctor of Economics
Meymanov Bakyt Kattoevich, Kazakhstan, Doctor of Economics
Moldabek Kulakhmet, Kazakhstan, Doctor of Education
Morozova Natalay Ivanovna, Russia, Doctor of Economics
Moskvina Victor Anatolevich, Russia, Doctor of Psychology
Navruzova Bakhtiyor, Tajikistan, Doctor of Economics
Novikov Alexei, Russia, Doctor of Education
Petrov Vasily Borisovich, Russia, Doctor of Philology
Salaev Sanatbek Komiljanovich, Uzbekistan, Doctor of Economics
Salamatovna Ibraeva Alua, Kazakhstan, Doctor of Law
Shadiev Rizamat Davranovich, Uzbekistan, Doctor of Education
Shahutova Zarema Zoriyevna, Russia, Ph.D. of Education
Soltanova Nazilya Bagir, Azerbaijan, Doctor of Philosophy, Ph.D. of History
Spasennikov Boris Aristarkhovich, Russia, Doctor of Law, Doctor of Medicine
Suleymanova Rima, Russia, Doctor of History
Tereschenko-Kaidan Liliya Vladimirovna, Ukraine, Doctor of Philosophy
Tsersvadze Mzia Giglaevna, Georgia, Doctor of Philology
Yashkova Tatiana Alexeevna, Russia, Doctor of Political Sciences
Yurova Kseniya Igorevna, Russia, Ph.D. of History
Zhaplova Tatiana Mikhaylovna, Russia, Doctor of Philology
Zolotukhina-Abolina Elena, Russia, Doctor of Philosophy

Proofreading

Kristin Theissen

Cover design

Andreas Vogel

Additional design

Stephan Friedman

Editorial office

European Science Review "East West" Association for Advanced Studies and Higher Education GmbH, Am Gestade 1 1010 Vienna, Austria

E-mail:

info@ew-a.org

Homepage

www.ew-a.org

Austrian Journal of Humanities and Social Sciences is an international, German/English/Russian language, peer-reviewed journal. It is published bimonthly with circulation of 1000 copies.

The decisive criterion for accepting a manuscript for publication is scientific quality. All research articles published in this journal have undergone a rigorous peer review. Based on initial screening by the editors, each paper is anonymized and reviewed by at least two anonymous referees. Recommending the articles for publishing, the reviewers confirm that in their opinion the submitted article contains important or new scientific results.

Instructions for authors

Full instructions for manuscript preparation and submission can be found through the "East West" Association GmbH home page at: <http://www.ew-a.org>.

Material disclaimer

The opinions expressed in the conference proceedings do not necessarily reflect those of the «East West» Association for Advanced Studies and Higher Education GmbH, the editor, the editorial board, or the organization to which the authors are affiliated.

East West Association GmbH is not responsible for the stylistic content of the article. The responsibility for the stylistic content lies on an author of an article.

Included to the open access repositories:



© «East West» Association for Advanced Studies and Higher Education GmbH

All rights reserved; no part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system, or transmitted in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopying, recording, or otherwise, without prior written permission of the Publisher.

Typeset in Berling by Ziegler Buchdruckerei, Linz, Austria.

Printed by «East West» Association for Advanced Studies and Higher Education GmbH, Vienna, Austria on acid-free paper.

Study of art

Искусствоведение

UDC 72.01.049.34-004.031.48

DOI: <http://dx.doi.org/10.20534/AJH-17-3.4-3-8>T. R. Safonova¹¹ National University «Lviv Polytechnic» Lviv, Ukraine

CHANGE OF THE FUNCTIONAL PURPOSE AS AN ALTERNATIVE METHOD OF PRESERVING FRAGMENTS OF ARCHTECTURAL MONUMENTS

Abstract

Objective: To disclose the prospects of urban development. To preserve fragments of architectural monuments. To prove the topicality of combining fragments of architectural monuments with new projects.

Methods: Preservation of fragments of architectural monuments by way of changing their functional purpose and adding modern materials and shapes.

Results: The survey results support the idea and provide proof of expediency and topicality of using the preserved fragments in a modern urban environment. The change of functional purpose is an effective solution that imparts a unique appearance and a new life to architectural monuments.

Conclusions: The analysis of world samples and use of the world experience will help solve the problem of urban development prospects. Applying alternative design solutions to tumbledown monuments will help preserve fragments of architectural monuments, save them from destruction and give them a fresh appearance.

Keywords: planning; design; preservation; architecture; fragments of monuments.

Problem Statement. Cultural heritage is a future's integral part but, currently these objects are abandoned fragments of the past, there is a lack of new presentation and a fresh vision for their use. Nowadays they become classical museums' exhibits, although capabilities diversity is one of the most important components in creating a modern exposition. Monuments that are damaged by weather conditions, time and people and cannot be restored to their original appearance remain isolated and abandoned fragments among the new architecture of an extended city. Due to the rapid pace of construction, a lack of free space appears. The European experience impresses by its decisions diversity. It is most topical to combine these two problems, that is, the use of the location of the monument provided that it merges with the new object and changes the functional purpose.

The topicality of the issue is to provide opportunities for further development and modernization of old towns/cities, as well as to find an alternative method of preserving fragments of monuments.

The purpose of this article is to provide proof of the efficiency, comfortability and uniqueness of creating new projects using European samples and to apply them in Ukraine.

Analysis of recent researches and publications. Domestic literature sources describe conducted researches dealing mainly with the restoration of complete objects to their initial appearance. Here one can mention the works of such scholars as T. Sprysa [8: 269–273], M. Yakovlev [10: 19–24], K. Goncharov [3: 288–299], V. Patryka, Yu. Lukomskyy, M. Jezierski [4: 216–230], L. Prybyeha [5; 6], S. Tsimbalyuk [9: 61]. All the works are devoted to restorative activi-

ties and design-and-architectural practice in Ukraine. There are enough works in the field of preservation [1: 13–24; 2: 106–107; 18: 200–201; 13; 14; 15; 16; 20]. Less works can be found on relocation of objects [7: 149–152, 19: 151–158]. But there are no works by Ukrainian authors on creating new objects based on old ones; they are only in foreign publications such as “Architektur Wien 700 Bauten” by August Sarnitz [12] and “Element & objects” by Graeme Brooker, Sally Stone [11: 10–145].

Presentation of the main material of the research. Recently a large number of historical objects, which are restored and adapted for modern use by means of modern design and technology, have been used with ever increasing frequency. This preservation method is most vividly expressed in the project of building the Acropolis Museum in Athens (Greece), the Norwegian Centre for Design and Architecture in Oslo (Norway), in the housing complex «Gasometer» in Vienna (Austria), shopping centre Arena in Barce-

lona (Spain) and the bookstore in Maastricht (The Netherlands).

In 2009, the Acropolis Museum in Athens was designed by the architect Bernard Tschumi in collaboration with Photiadis Michalis; the exhibition area of the museum is 14000m² and its value is 130 million Euros (Figure 1). Four main materials were used for the construction: glass and metal for the façade and some parts of the floor, concrete for columns and marble for the gallery. Inside the museum, glass floors allow to observe the ancient ruins that were found during the construction of the building. On the second floor in a large gallery, early classical statues rotating around the axis are exhibited. Three-dimensional exhibits create a sense of presence from all sides. The routing is arbitrary. The rectangular Parthenon Gallery is on the top floor. In general, the museum has three main levels and two intermediate ones. This artistic approach to the design, where all the latest means are used, shows how ancient monuments can be in harmony with modern buildings.



Picture 1. “Acropolis” in Athens

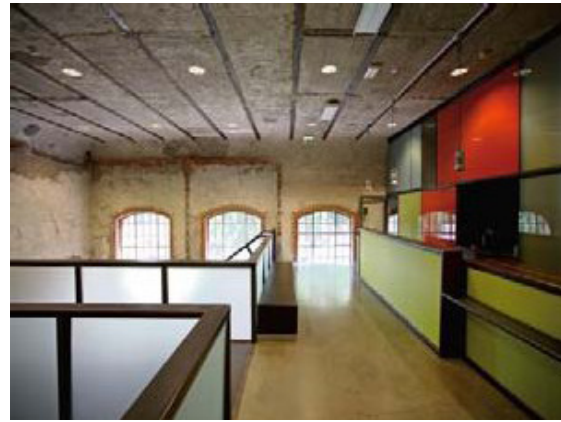
(<https://hannahruthkellett.wordpress.com/tag/bernard-tschumi-architects/>)

In 2003 Jensen and Skodvin Arkitektkontor worked on the creation of the exhibition area of the Norwegian Centre for Design and Architecture; they decided to use an old rail road station to implement their project (Figure 2). The new building consists of a conglomerate of different additions and changes from about 1860 to 1980. Ornaments in the plaster, masonry, windows and wooden beams are the elements that have been preserved. The architects tried to embody the idea, which, content-wise, would reveal the intensity and drama of history change. Modern additions inside are built using notable and very simple geometric forms of plastic, glass and metal elements by means of different techniques that were used in the construction process.

In mid-1996, it was decided to redesign four abandoned gas storage facilities located in industrial areas of Vienna (Fig. 3). Jean Nouvel, Coop Himmelblau, Manfred Wehdorn and Wilhelm Holzbauer created a unique architectural design. The purpose of the project, despite the difficult reconstruction, was to build apartments because the location was very advantageous and close to the motorway, airport and underground station. Thus, Vienna took action to protect the architectural heritage of the city, which remains an important economic factor for the development of cultural tourism, and provided enough space for the “new construction”, i.e. a modern use of the old architecture. Inside the circular facade of the gas storage facility divided into 18 segments, the house was built with comfortable

apartments, balconies and terraces; the exterior walls were additionally provided with windows for sufficient natural lighting. The historic dome of metal structures was replaced with a new glass coating (for better lighting of the courtyard). The new building with polished metal reflects a lot of

light effects at different times of the day. There is also a one-story shopping centre, which is located below and extends through all the four gas storages, which are interconnected by complete glass passages. This building shows a harmonious combination of historical and new materials.



Picture 2. Norwegian Centre for Design and Architecture
(<http://www.e-architect.co.uk/norway/doga-exhibition-centre>)

Rogers Stirk Harbour designed the shopping centre at the place of the old Arena in Barcelona (Spain) in 2001–2011 (Figure 4). The Arena was built at the end of the nineteenth century for bullfighting events, but it was closed in the 70's, due to the decline in bullfighting popularity in Catalonia. The Arena played an important social and cultural role as a venue for opera and theatre performances, concerts and political meetings, which led to the decision of the City Council to preserve the monument and to prohibit its demolition. As a result of the reconstruction, the facade in the neo-Mudejar style was preserved. According to the architect's design, a parking place was built in the basement, restaurants, offices and shops were located on the ground, first and second floors, and a gym and a cinema were on the third floor. The original façade was raised above the level of the surrounding streets with ramps and

stairs to support existing walls and new spaces. A new open public sphere was established around the building. In the process of designing, the latest architectural and engineering technology was used. The most striking aspect of the intervention is the dome-shaped roof with a plastic coating that is supported by huge pillars with a large terrace along the perimeter, from where a stunning panorama of the city opens. Cruciform-shaped escalators and stairs, large glassed passenger lifts and a fire ladder for emergency cases were designed to ensure easy movement of visitors through the area of the shopping centre. Also, a telecommunication tower providing a direct access to metro stations is located next to the façade. In this way the monument was preserved and the task of designing present-day modern building was fulfilled, which imparted a unique appearance on the building and ensured a well-considered solution.



Picture 3. Four abandoned gas storages located in the industrial areas of Vienna
(<http://www.wiener-gasometer.at/en>)

In 2007, the Amsterdam-based architectural firm Merk & Girod and architects of the company Lensvelt, Maastricht (The Netherlands) developed a project of a library in the design of the cathedral (Fig. 5 a). They conducted restoration works on the vaulted ceiling, decorative

arches, frescoes of the seventeenth century that decorate the ceiling; they isolated an area for a two-storey book-store and a cafe in the “apse” of the cathedral, using modern black steel shelves, cruciform coffee tables, sidewalks, stairs, lifts and lights for the racks (fluorescent lamps).



Pictures 4. Maastricht in the Netherlands

(<http://www.departful.com/2013/03/medieval-church-repurposed-as-stunning-modern-bookstore/>)

So, let us consider possible implementation of such European projects for the ruins of the Roman Catholic Church of Holy Trinity in Pidhaitsi, in Ternopil Region. This monument is a historical and cultural jewel of Ukraine and an interesting synthesis of architectural styles. It dates back to 1634 (Picture 5 b). There is a Gothic two-tiered tower, a Renaissance portal, a baroque interior and an addition in the style of historicism. Since 1946, the church,

abandoned and without any care, had been used as a warehouse and therefore it had suffered substantial destruction (Picture 7). In the 80's of the twentieth century, the roof and a part of the tower collapsed due to fire, the windows, doors and walls were damaged and the crypts were partially covered with debris. In 2006, the town administration gave the church over to believers. Minor repair works were performed in the church.



a



b

Picture 5. Roman Catholic Church of Holy Trinity in the Town of Pidhaitsi, 1926–2015

(<http://koscioly.livejournal.com/19465.html>)

As some churches in the world have become tourist attractions, shops, cafés, bookstores, libraries and theatres, likewise such innovations are necessary for Roman Catholic churches in Ukraine, so that they do not become obsolete or get destroyed. Probably not everyone can accept the idea of setting up

cafés and shops in a temple, but reading books, showing expositions, organizing circles and performances will be quite appropriate. Books, discussions, lectures, interviews and musical performances will attract a new audience of people both from the town and from the surrounding area. In this connection, the more visitors will

get inside and enjoy the beauty of the once abandoned church, the more funds can be raised for its maintenance.

So, after restoration works have been performed on the preserved temple fragments, the plan of works should be drafted. For example, the right wing of the temple will be assigned to the believers for masses. In the middle part, there will be a two-tier area for the library and the reading room. In the left wing, there will be a small cinema for watching slides and documentary films with a stage for shows, theatrical performances etc. In the central frontal part, where the sacristy was, there will be a class-room for groups and master classes. Thus, we shall have multifunctional premises for various activities and age categories.

Let us consider the task for the design. The main entrance is the tumbledown bell tower. There are several options for its development depending on funds invested in the project. Of course, it is preferable to make an observation deck and a stairway during roofing works, and, also, two tiers of the library. According to the world practice, metal structures are used to save money. Fluorescent lamps should be used for lighting. The design should be laconic, functional and without decorations and unnecessary elements. The library should include: shelves with books, electronic media with the list of publications, tables of simple shape with chairs. When sponsors, interested in setting up a bookshop, are attracted, the bookshop can be combined with the library, as it is done all over the world. The positive side of such a solution is that expensive or foreign publications are rarely to find in local state libraries. And libraries exhibit such items for sale. So everyone can read them and even buy.

In the right wing of the temple there will be benches for the believers and the altar with the entrance to the sacristy. On the opposite side there will be a cinema, namely a projector with a screen and a small number of seats for pick-up of documentary films, short films and presentations. Also, it is planned that shows and performances will take place here. This is necessary for the cultural enrichment of the town's inhabitants and for diversifying their leisure. In the part where the sacristy was once, benches with tables and the lighting will be placed in a circle. This area will be used to conduct master classes, activities of clubs/circles and performances.

In the town of about 20 thousand inhabitants, it is necessary to create new places of entertainment (this refers to circles/clubs for children and adults: singing, drawing,

embroidery, weaving, master classes on Easter eggs painting, photography and language courses, cookery courses, etc.). Performances by both local and visiting theatres, literary events, watching historical films, presentations of researches and more will contribute to the cultural enrichment. And, since the search for an area for construction of such facilities, plus their construction will take a lot of time and money, it is advisable not to combine the preservation of the historical monument, which is in a state of destruction, with expanding the town.

Taking account of the world samples and solutions of the related range of problems, the suggested project is not a rule, but rather a version of opportunities and a call for a new creative vision. After all, there are many abandoned, dilapidated and tumbledown Roman Catholic churches, castles and fortresses in Ukraine [17]. The main reason of the destruction of Roman Catholic churches is the community change-over to the Orthodox confession and unwillingness of the authorities to reconstruct the churches and take care of them. The same applies to castles and fortresses; the state does not assign sufficient funds to take care of them. Some of them are in rural areas, which fact strengthens the necessity for these buildings to be used as new venues for leisure requirements of the inhabitants. We endeavoured to show the fundamental nature of the principles of displays decoration and adaptations of them to the modern necessities in the preservation of monuments fragments through varying objects presentation to facilitate better understanding, cognition and respect for the history by future generations.

CONCLUSIONS:

1. The issue of the use of historical monuments and fragments of architecture in today's environment is topical, as all over the whole territory of Ukraine there is a large number of such objects.
2. The issue is urgent, because every day their condition worsens and their destruction continues.
3. The range of tasks has been set that should be solved in order to save the tumbledown architectural monuments.
4. The analysis of sample projects aiming at solving this issue in practice in European towns and cities allows take account of their experience and use it in our country.
5. It has been proven that the change of the functional use is a modern and alternative way to preserve fragments of architectural monuments, because it is an effective solution imparting on the monument a unique appearance and a new life.

6. Prospects for further development in this direction are opening, as we have considered only the redesign of the church in a small town, but how many opportunities are opening in case of redesigning a citadel or a castle in a big city into, for example, a shopping centre, school, university, imparting on it recognizability and a special charm.

References:

1. Bevz H., Bevz V., Peter V. Uspensky cathedral ancient Galic: history study, preservation and conservation problems//Assumption Cathedral Galich. The past and the present. Proceedings of the conference. Galich, – 2005. – P. 13–24.
2. The smooth, MI Late housing, methods of preserving and exhibiting//Archaeology. – 1972. – No. 6. – S. 106–107.
3. Goncharov K. Methodical bases of architectural restoration in Ukraine in the postwar decades. Bulletin of the Ukrainian Academy of Arts. – Vol. 16. – Kyiv, 2009. – P. 288–299.
4. Peter V., Lukomskyy Y., M. Jezierski Playing lost historic buildings on the street Fedorova in Lviv. – Broom Ukrzakhidproektrestavratsiya – No. 19/2009. – P. 216–230.
5. Prybeha L. V. Methods of protection and restoration of monuments of folk architecture of Ukraine/Ukrainian Academy of Architecture. – K.: Art, – 1997. – 143 p.
6. Prybyeha L. V. protection and restoration of objects built heritage Ukraine: methodological aspect [Text]/LV Prybyeha. – K. Arts, – 2009. – 304 p.
7. Sokolowski S., Rymar J., Joseph R. Moving the wooden churches as a way to preserve them. Ukrzakhidproektrestavratsiya Institute Bulletin, – No. 13, – 2003. – P. 149–152.
8. Sprysa T. V. Heritage and restoration activities in the city from the mid-nineteenth century to the Second World War (1939). – Lviv: NULP, – 2011. – P. 269–273.
9. Tsimbalyuk S. restoration, reconstruction and adaptation of the eastern tower complex Citadel in. Journal of the Institute Ukrzakhidproektrestavratsiya, – No. 2, – 1994, – P. 61.
10. Yakovlev M. Scientific substantiation of optimization tasks of design and restoration of architectural practice. Bulletin of the Ukrainian Academy of Arts, – No. 10, – 2003, – P. 19–24.
11. Brooker G., Stone S. Element/objects. – London: AVA Publishing SA, – 2010. – P. 10–145.
12. Sarnitz August. Architekt Wien: 700 Bauten Taschenbuch – 8. August – 2008. – 592 p.
13. French Y. The Handbook of Publik Relations for Museum, Galleries, Historic Houses, the Visual Arts and Heritage Attractions/Y. French. – New York: Museum Developmebt Co., – 1991.
14. Harrison R. Manual of Heritage Management/R. Harrison. – Oxford: Butterworth-Heinemann, – 1994.
15. Heritage Interpretation Management: Audience Characteristics, Evaluation and Impact/Eds. by Carter J., Goodey B., Binks G. – New York: John Wiley & Sons, Inc, – 1997.
16. Johnson P. Tourism, Museum and the Local Economy/Johnson P., Thomas B. – New York: Edward Elgar, – 1992.
17. Poluga J. Zasoby turystyczne Ukrainy Zachodniej/Poluga J., Rutynski M., Zinko J.//Potencjal turystyczny Ukrainy Zachodniej/Projekt PAUCI nr 00–0195–056 Potencjal turystyczny Ukrainy Zachodniej: Kierunki i mozliwosci inwestowania w sektorze turystyki w swietle polskich doswiadczen/R. Szczecinski, J. Zinko, R. Lozynski i dr. – Warszawa: Instytut Turystyki, – 2005.
18. Mayrand P. The new museology proclaimed [Text]/P. Mayrand. – Museum. – 1985. – No. 4 (148). – P. 200–201.
19. Safonova T. Planning of routing of display of fragments of architectural sights is in an urbanism environment. – Lviv: LNAU, – No. 17, – 2016 – P. 151–158.
20. Sansone Vito. – Pietre da salvare. –Torino, Sei, – 1978. – P. 342.

Information about the author

Tetiana Romanivna Safonova, post-graduate student of Department for Design and Architectural Framework, National University «Lviv Polytechnic» Lviv, Ukraine

Address: Ukraine, Lviv, Sevastopolska 8/8, 79010, tel.: + 380679744756

E-mail: tolsaf@gmail.com

ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-7407-4980>

Linguistics

Лингвистика

UDC 81'42

DOI: <http://dx.doi.org/10.20534/AJH-17-3.4-9-14>H. Zh. Tovmasyan¹¹ Yerevan Brusov State University of Languages and Social Sciences, Yerevan, Armenia

TEXT COHESION VIA THE PRESUPPOSITION BASE REALIZED THROUGH SYNONYMY OF LEXICAL UNITS

Abstract

Objective: to study text cohesion and discourse coherence via the presupposition base of the speaking individual, to focus on text cohesion through the synonymy of lexical units.

Methods: meaning analysis, discourse analysis, text structure exploration, contextual analysis, selection and sampling, comparison and generalization.

Results: based on the semantic-structural analysis of the text and discourse and the outlined research methods, the mechanisms of text cohesion and discourse cohesion are revealed; the article brings an in-depth analysis of the notion of the presuppositions base, its structure and mechanisms of structuring; it is claimed that depending on the content of the presupposition base, that is, its phenomenological and linguistic aspects, the speaking individual makes a choice from among the available linguistic cognitive structures of the presupposition base to actualize the discourse information and shape a cohesive text; synonyms serve as a linguistic cognitive structure used to give a linguistic shape to the discourse pertinent presuppositions and serve as text anaphora.

Scientific novelty: for the first time based on the presented methods the innovative comprehensive research is undertaken to the study of text cohesion and discourse coherence through the presupposition base which is a new word in linguistics.

Practical significance: the main results and conclusions of the paper can be used in research and teaching activities, specifically in theoretical and practical courses addressing text and discourse structure, formation and semantics.

Keywords: presupposition base, presupposition, speaking individual, synonymy, text cohesion, discourse coherence, anaphora.

INTRODUCTION

Over the past few decades, with the headway of pragmatics, psycholinguistics, cognitive linguistics and ethnolinguistics there have appeared such notions as the presupposition, frame, stereotype, precedent phenomenon, cognitive structure, and many others which disclose the actual functioning of human thinking activity and its linguistic output — text — via patterned background knowledge. The main aim of the article is to elucidate a serviceable framework of how text cohesion is achieved by means of synonym chains which in fact act as staples

of parts of the polypredicative unit or text. As such synonyms serve as anaphora of parts of the polypredicative unit or the text and discourse entities. The discourse referent (s) to which repeated synonyms refer to are in fact discourse presuppositions. Such kind of text-discourse anaphora via synonym chains of the text secure discourse coherence and text cohesion. Besides, it also secures the actualization of the macropresupposition of the text, that is, the general topic of the text, since it is actually a co-reference of its parts both on the surface level via synonyms and deep level via synonym-presupposition

anaphora. A central part in this respect is allotted to the notions of frame and stereotype as they are in fact presuppositional structures, that is, units of the presupposition base of the speaking individual. In the present paper I aim to work out a framework of how the presupposition base of the speaking individual secures discourse coherence and text cohesion via the synonyms that appear in its surface structure giving insight of how a text is structured in two planes — discourse and text.

RESEARCH RESULTS

I find it timely to define the notion of the *speaking individual*, proceeding from the scientific data [1; 2]. It is noteworthy that initially the term *linguistic individual* appeared in research literature before it was introduced into the sphere of scientific terminology by Yu. Karaulov [1]. Further, this idea was developed in the work of B. Johnstone [2]. Both scholars view the linguistic individual as a human being who is endowed with the potential of learning a language and who masters it in the process of his/her socialization. Thus, in my understanding the linguistic individual is in fact the language speaker. I term it the speaking individual as the speech counterpart of the language invariant — linguistic individual.

As for presupposition base (notion and term proposed by me) (PB henceforth) it is the bulk of knowledge and ideas which are first reflected and then shaped as such in a human being's consciousness as a result of the cognitive, speculative process which starts at his/her birth and develops throughout his/her life.

The notion of the PB takes a supreme importance and becomes a core concept in this paper as frames and stereotypes are actually units of it and they may "appear" on the surface structure of the text via synonyms. Another key characteristic of the frame and the stereotype is that due to the content of their semantic structure very often they require equivalent semes to embody their meaning in the text. One type of reflection of the content of their semantic structure via equivalent semes in the text is anaphoric synonym chains.

To start with, text cohesion via synonyms testifies a quite developed linguistic competence of the speaking individual.

It is noteworthy that in the text structuring process the speaking individual relies on his/her PB in at least two ways. First, he/she makes up a coherent discourse with the help of the phenomenological, cognitive structures of his/her PB, thus creating a solid informational — presuppositional — system which maximally

reflects the given communicative setting. Then he/she reflects this mental, presuppositional structure, otherwise discourse, in the text via the linguistic cognitive structures of his/her PB which in this particular case is actualized via synonym anaphora and cohesion.

As delineated previously, the use of synonyms to create the surface structure of the text and secure its coherence and cohesion stands for a sophisticated linguistic, cognitive component of the speaking individual's PB.

Data-driven analysis testifies that synonymy plays a very interesting role in the issue of sameness of meaning. It reveals how a human being reflects the world in his/her consciousness, what stages the cognition process passes through when it reflects a certain phenomenon, and which is the most important member in the synonym chain which was developed as an outcome of cognitive reflection.

Obviously, the structure of the synonym range displays the general perception of a certain concept in the given lingvo-culture. What adds to the general confusion about synonym chain structure is the fact that it is almost impossible to ascertain up to the end which is the most acceptable synonym of the chain — the kernel/essential one or the peripheral ones. This issue has merited the attention of John Lyons who claims a rather extreme view on synonymy, namely that "all cases of synonymy could be excluded from vocabulary and the meaning of the rest of lexical entities would remain untouched" [3, P. 476].

I advocate the view that the existence of synonymy in the word-stock of any language is attributed to cognition. It reflects the stages of reflection of the given entity in human consciousness, the formulation of the stages of its mental image. In other words, the more lexical items there exist in a language to name the given entity, the more sophisticated is its mental, cognitive image. As soon as a cognitive, mental image is reflected in human consciousness, it turns into frame knowledge on a specific concept. More specifically, it contains a group of presuppositions on a certain phenomenon by way of phenomenological and linguistic cognitive structures. To illustrate the above-said consider the case of names of vehicles in English and Lappish. In English there is a variety of words naming types of vehicles, while in Lappish they almost do not exist. It is attributed to the cognition of that phenomenon in the given lingvo-culture and the mental picture of that part of the world. On top of that, it should be accentuated that, broadly speaking the abundance of synonyms,

which are in fact presuppositions on a certain concept, have intricate paradigmatic and syntagmatic relations, which stands for the systematization of that part of cognitive knowledge — presuppositions. Thus, the more sophisticated is the cognitive, mental image of an entity in human consciousness, the richer is the PB of the speaking individual, which allows him/her to display appropriate speech activity in diverse communicative situations, that is, structure a text.

As delineated previously, the text whose cohesion is achieved through synonyms is based on frame semantics. More specifically, it relies on the phenomenological, cognitive component of the PB. Thus, once an entity is reflected in human consciousness and acquires the status of a concept, it turns into a certain collective, informative, presuppositional unit. The collective, presuppositional unit is the frame/stereotype that has its semantic kernel – macropresupposition – the most neutral member of the synonym chain, and other semantic units – presuppositions – allocated in its slots, whose relation with the kernel is that of semantic sameness of various degrees. In fact, when the speaking individual uses a certain word in the given text and then uses a synonym of that word in another part of that text, he/ she actually activates the frame/stereotype of the entity in question in his/her consciousness, positioning them in the text in such a way as to shape a coherent unit both on discourse and text levels. More specifically, in a text generation process the speaking individual employs both the phenomenological and the linguistic cognitive structures of his/her PB which are in fact lingvo-cultural presuppositions on that phenomenon and potential means of actualizing them in language. In the given case the phenomenological cognitive structures are actualized in the text by way of synonyms.

Most importantly, the use of synonyms in the same microtext or different parts of the same polypredicative unit secures its cohesion by referring to the same presupposition in its discourse. Synonymy is attributed to a word if in a certain text or part of a polypredicative structure another linguistic cognitive structure with equivalent meaning is utilized. The latter serves as an antecedent. Besides, the meaning of an antecedent in a text is known to be a presupposition for its subsequent which is related to it by anaphora.

The analysis below point to and exemplify that text cohesion via semantic/ideographic and stylistic synonyms, as a staple between parts of the text, are rather

rare. On the one hand, it is accounted for by the fact that these units have valency, syntagmatic limitations which is attributed to the language system. Another limitation of synonyms in the function of a staple of parts of a polypredicative unit is stipulated by the relations that appear when a synonym unit refers to a certain part of the polypredicative structure as its antecedent. Obviously, of the great variety of syntactic structures in the language system relations of sameness are utilized only in the case when there are parallel structures which are in the relation of mutual substitution or specification. And on top of that, the third limitation is preconditioned by the PB of the speaking individual. That is, the density and appropriateness of use of synonyms requires a sophisticated linguistic competence and is mostly peculiar to written texts, since it is the only case when the speaking individual is not constrained in time in terms of choice, replacement and arrangement of language units. The *conditio sine qua non* of real-time functioning of oral speech constrains the speaking individual in terms of choice of language means first to shape coherent discourse and then structure a text. In other words, in oral speech the speaking individual tries to be maximally relevant, maximally adhere to the factors of discourse situation, and thus “... a short word appears instead of a longer one, a more routine word instead of a “scholarly” one, an Anglo-Saxon word instead of a Latin, Greek or Romance word” [3, P. 474].

It is worth to note here that text cohesion via synonymy is a specific way of actual division of the text or a polypredicative unit, i. e. utilizing a synonym the addresser gives the addressee new information about the previously said, delineated, and known. The divergent meanings of synonym-staples of parts of the text help to reveal new, additional aspects of the entity in question. In the local context of the discourse no more than two synonym units are used. Commonly, first appears the neutral, dominant member of the synonym chain, the so-called essential member or the kernel of the frame. To elucidate the above-said consider an example from John Keats’s “On the Grasshopper and Cricket”:

The Poetry of earth is never dead:

*When all the birds are faint with the hot sun,
And hide in cooling trees, a voice will run
From hedge to hedge about the new-mown mead;
That is the Grasshopper’s — he takes the lead
In summer luxury, — he has never done
With his delights; for when tired out with fun*

He rests at ease beneath some pleasant weed.

The poetry of earth is ceasing never:

On a lone winter evening, when the frost

Has wrought a silence, from the stove there shrills

The Cricket's song, in warmth increasing ever,

And seems to one in drowsiness half lost,

The Grasshopper's among some grassy hills [4].

The cohesion of the two parts of the sonnet is secured via two synonym expressions whose aim is to add new information about the antecedent whose meaning serves as a presupposition for the subsequent member. Synonym repetition is the linguistic actualization of a coherent discourse, since it secures cohesion of parts of the text via presuppositional anaphora.

In this regard consider an excerpt from Martin Luther King's famous speech "I Have a Dream".

*Five score years ago, a great American, in whose symbolic shadow we stand today, signed the **Emancipation Proclamation**. This momentous **decree** came as a **great beacon light of hope** to millions of Negro slaves who had been seared in the flames of withering injustice. It came as a **joyous daybreak** to end the long night of their captivity* [5].

The given part of the text is remarkable as it contains two pairs of non-standard, that is, semantic/ideographic, stylistic synonyms, namely, *Emancipation Proclamation* and *decree* on the one hand, and *great beacon light of hope* and *joyous daybreak* on the other. Obviously, linguistically the synonym pairs have nothing to do with each other. Nonetheless, they are synonyms, since they have the same referent — presupposition — in the given discourse. The anaphora functioning between the units in question generates coherent discourse and cohesive text. Evidence is adduced for the hypothesis that as in any case of text or part of the text cohesion actualized via synonym anaphora, in this particular case as well synonymy fulfils the same function, that is, gives two pieces of discourse-generated information about the same information (*Emancipation Proclamation*; the slavery abolition hope of the black people), which serves as a presupposition in the discourse. The second one comes to complement the presupposition of the antecedent. By this it keeps the discourse concept (the *Emancipation Proclamation* of the black people from slavery and its hope) salient. The semantic/ideographic-stylistic synonyms impart extra expressiveness to the text.

There are cases when synonyms occurring in the text are contextual, more specifically, their synonym status is determined by the context. The latter is attributed to the

cases when by virtue of referring to the same discourse entity — presupposition — they turn into contextual synonyms. Recapitulating, as in any case with synonymy, in the given case as well it fulfils the same function — anaphora of discourse with parts of the text whose ultimate end is to secure discourse coherence and text cohesion. This is the case with the above-cited excerpt from Martin Luther King's famous speech.

Neither of the nominal pairs *Emancipation Proclamation* and *decree*, and *great beacon light of hope* and *joyous daybreak* is a synonym for each other in English as a system. They are synonyms for each other uniquely in this particular text, since they refer to the same discourse presuppositions, namely, *Emancipation Proclamation* of black slaves which is a decree at the same time, and the hope they cherish for abolition of slavery.

Results of the analysis show that synonymy, as any other semantic relation, is heavily dependent on the context, while contextual synonymy is determined by "features of the situational context where the given utterance appears" [3, p. 477].

Needless to say that the detection of contextual synonymy is largely dependent on pragmatics, more specifically, on discourse anaphora and revelation of the addresser's aims.

Not infrequently there can appear cases of synonymy based on figurative, connotative meaning, which is perceived only when the addresser's aims are accounted for. In this regard consider an excerpt from a news article deployed at news, web portal *izvestia.ru*.

*Неудивительно, что начались финансовые **конвульсии**. [...] Ничего не помогло. **Судороги** сменились **комой**. [...] Предпочли **ужасный конец** ужасу без конца. Аргентина отмучилась...* [6].

To begin with, the first signs of cohesive text in the given microtext are displayed by the actualization of the frame *disease symptoms*. The next factor contributing to the cohesion of the text is figurative/connotative synonymy. Nonetheless standing apart and appearing in different parts of the text, figurative/connotative synonyms refer to the same discourse presupposition. By this they achieve the coherence of its underlying concept — topic. The words *конвульсии* and *судороги* appear as contextual synonyms here. In its turn the word *кома* is a context-dependent synonym for the word combination *ужасный конец*. The contextual synonymy of these units is perceived when the addresser's aims are accounted for. In other words, the pragmatic factor plays a central role

here. The author purposefully creates synonym ranges to implicitly relate one part of the text with another, at the same time preserving the identity of the evolving topic. It is worth mentioning here that anaphora of the parts of the text through contextual synonyms is achievable only when there is an overtly salient discourse presupposition to which a reference (s) is made.

Accordingly, text cohesion via synonyms on the whole relies on discourse coherence. They are surface structure indices of a coherent discourse, since they implicitly refer to its concept, i. e. its macropresupposition or parts of it, i. e. presuppositions.

Interestingly, members of the synonym paradigm can be actualized both with the distinctive and functional-stylistic, connotative meanings. The actualization base is stipulated by the communicative strategy of the text [7]. The findings of the study reveal that stylistic synonyms, in contrast to semantic/ideographic ones, are more endowed with text cohesion and discourse coherence potential. Besides, there can appear more than two of them in the same microtext. Nevertheless, there do happen cases when text cohesion is achieved through more than two semantic/ideographic synonyms in the function of a staple of parts of the text or that of a polypredicative unit. To exemplify the above-said consider the afore-coming example.

Взвизгнув, наконец ошалевший Эраст Петрович перемахнул через ограду, метнулся вправо, влево (откуда кэб-то приехал?) и, решив, что все равно, побежал направо [8, P. 121].

Such a manipulation of entities of a synonym range displays how skillfully the addresser can manage the base of the text, i. e. its discourse. On the other hand, it reveals the author's unique rhetorical technique. It is worthy to mention here that the deployment of language units that have the same meaning but are differentiated by the distinctive meaning of degree of intensification in the same microtext, in fact creates the stylistic device known as gradation. In transition from one unit to the other the use of this trope can produce both weakening and strengthening in the degree of intensification [9].

Cohesion of the microtext in the above-cited example is achieved through a range of contextual, semantic/ideographic synonyms which create intensifying gradation. Such a synonym range secures the cohesion of the text by virtue of preserving the discourse presupposition.

The given microtext is a vivid example of how the PB of a speaking individual functions to create a cohesive text: given a certain communicative aim to fulfil the addresser first operates the phenomenological component of his/her PB to shape a coherent discourse, then gives it a linguistic form via the linguistic cognitive structures of his/her PB. The more developed the surface structure of the text, the more sophisticated the linguistic cognitive component of the PB of the speaking individual. Indeed, the same discourse can be linguistically formulated by simplistic language means that lack any expressiveness.

CONCLUSIONS

Overall, the findings of the study point to the fact that any initiative to create a cohesive text is primarily stipulated by the pragmatic factor, i. e. communicative aims of the addresser. Only on account of the communicative aim the addresser operates the whole communicative potential of his/her PB, both phenomenologically and linguistically. Text cohesion via synonymy is its one special case.

Thus, the cohesion of the text straightforwardly depends on the PB of the speaking individual. In this regard imagine a free, thematic essay writing when, given a certain topic, the author must formulate it in the form of a written essay. There won't be any two people, even belonging to the same culture that would produce the same essay — both on the planes of discourse and test. The divergence would get more vivid if the people, who unfold the theme, belong to different lingvo-cultures. In fact, the divergence is caused by the difference in their PBs which generate different texts. The latter statement does prove that any speech outcome is actually the result of the PB of the speaking individual.

References:

1. Karaulov Yu. N. *Russkiy yazyk i yazykovaya lichnost'*. – M.: Nauka, – 1987, – 264 p. (in Russ.)
2. Johnstone B. *The Linguistic Individual: Self-Expression in Language and Linguistics*. Oxford: OUP, – 1996, – 214 p.
3. Lyons J. *Vvedenie v teoreticheskuyu lingvistiku*. – M.: Progress. – 1978, – 543 p. (in Russ.).

4. Keats J., On the Grasshopper and Cricket. – 1816. [Elektronnyy resurs]. – Rezhim dostupa: URL: <https://www.poetryfoundation.org/poems-and-poets/poems/detail/53210>.
5. King M. L. Emancipation Proclamation. – 1963, [Elektronnyy resurs]. – Rezhim dostupa: URL: <http://www.americanrhetoric.com/speeches/mlkihadream.htm>.
6. Pyat' urokov tango, – 2002. [Elektronnyy resurs]. – Rezhim dostupa: <http://izvestia.ru/news/258007>, (in Russ.).
7. Kuznetsova T. V., Leksiko-stilisticheskaya paradigmatica prozy A. P. Chekhova, Struktura i semantika khudozhestvennogo teksta. Doklady VII Mezhdunarodnoy Konferentsii (MOPU). – M.: Izdatel'stvo moskovskogo gosudarstvennogo oblastnogo universiteta. – 1999. – P. 197–212, (in Russ.).
8. Akunin B., Azazel', – M.: Izdatel'stvo "Zakharov", – 1998, – 237 p, (in Russ.).
9. Khazagerov T. G., Shirina L. S., Obschaya ritorika: Kurs lektsiy i slovar' ritoricheskikh figur: Ucheb. pos./Otv. red. E. N. Shiryaev. Rostov-na-Donu: Izdatel'stvo rostovskogo universiteta, – 1994, – 320 p., (in Russ.).

Information about the author

Hranush Zh. Tovmasyan, PhD in Linguistics, Docent, Associate Professor of the Chair of Linguistics and Theory of Communication at Yerevan Brusov State University of Languages and Social Sciences, Yerevan, Armenia

Address: N. Tigranyan Str. 7, apt. 49, 0014 Yerevan, Armenia

E-mail: anushtovmasyan@yahoo.com

ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-9210-7459>

Pedagogy

Педагогика

UDC 378.661:61(470.45)

DOI: <http://dx.doi.org/10.20534/AJH-17-3.4-15-23>A. I. Artyukhina¹¹ *Volgograd State Medical University, Volgograd, Russia*

CREATING PROBLEM-ORIENTED CLASS ENVIRONMENT IN MEDICAL TRAINING

Abstract

Objective: generalization of pedagogical experience of training teaching doctors to create a problem-oriented class environment.

Methods: generalization, comparison, observation, systemic analysis, data grouping, theoretical cognition.

Results: The analysis of scientific literature and the obtained data on observation and comparison revealed the contradiction between the requirements of the professional standard for teachers of vocational education and abilities/knowledge of teaching doctors in the field of environment creation, on the one hand, and the lack of systematic training of teachers in this area on the other. The parameters that characterize the environment as a problem-oriented one, and the conditions for its creation were determined; a training module for postgraduate students and teaching doctors aimed at enhancing skills of problem-oriented environment creation was developed and tested.

Scientific novelty: The article presents the novel experience of training teaching doctors to create problem-oriented class environment obtained in the course of Pedagogics and Educational Technologies of Volgograd State Medical University

Practical significance: The main statements and conclusions of the article can be used in scientific and teaching activities in the development of postgraduate training programs for teaching researchers and continuing education programs for teaching doctors.

Keywords: problem-oriented environment, class, medical university, postgraduate training, continuing pedagogical training

References:

1. Gavriljuk O. A., Konstantinova E. S., Platonova N. V., Lebedeva T. P. Konceptual'nye osnovy postroenija avtonomno orientirovannoj obrazovatel'noj sredy vuza (Concepts of modeling autonomy-oriented educational environment of university), *Sovremennye problemy nauki i obrazovaniya*, – 2016, – No. 2, – P. 1–8 (in Russian). URL: <http://www.science-education.ru/ru/article/view?id=24319> (08.12.2016).
2. Efanova T. I., Ivanov A. B., Savickij S. K., Habibulin Je. M., Koshkalov E. S., Informacionno-obrazovatel'naja sreda vuza (Informative educational environment of university), *Novoe slovo v nauke: perspektivy razvitiya: materialy VII Mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoy konferencii* (Cheboksary, 15 janvarja 2016 g.), – Vol. 2 tomah, – T. 1 redkollegija: O. N. Shirokov [i drugie], Cheboksary: CNS «Interaktiv pljus», – 2016, – No. 1 (7), – P. 195–199 (in Russian).

3. Kalashnikova V. G. Obrazovatel'naja sreda kontekstnogo tipa (Educational environment of a contextual type), Vysshee obrazovanie v Rossii, – 2012, – No. 4, – P. 92–97 (in Russian).
4. Korobkova S. A. Obrazovatel'nyj process v usloviyah polikul'turnoj sredy vuza: teorija i praktika realizacii gender-nogo podhoda: monografija (Educational process in terms of multicultural environment of university: theory and practice of gender approach implementation: Monograph), Volgograd: Izdatel'stvo VolGMU, – 2010, – 156 p. (in Russian).
5. Agapov I. G. Proektirovanie iniciativnoj pedagogicheskoy sredy v usloviyah kompetentnostnogo podhoda v obrazovanii (Designing of initiative pedagogical environment in terms of competence-based approach of education), Pedagogicheskoe obrazovanie i nauka, – 2011, – No.10, – P. 9–14 (in Russian).
6. Artyukhina A. I. Obrazovatel'naja sreda vysshego uchebnogo zavedeniya kak pedagogicheskij fenomen: Monografija (Educational environment of a higher educational establishment as a pedagogical phenomenon: Monograph), Volgograd: Izdatel'stvo VolGMU, – 2006, – 237 p. (in Russian).
7. Artyukhina A. I. Pedagogicheskoe proektirovanie obrazovatel'noj sredy kafedry pri situacionno-sredovom podhode (Pedagogical modeling of the educational environment in terms of situational-environmental approach), Vestnik VolGMU (Prilozhenie), – 2005, – No.4, – P. 24–27 (in Russian).
8. Kompetentnostno-orientirovannoe obuchenie v medicinskom vuze: uchebno-metodicheskoe posobie (Competence-oriented training at medical university), Artyukhina A. I. i drugie; pod redakciej E. V. Lopanovoj, Omsk: OOO «Poligraficheskij centr KAN», – 2012, – 198 p. (in Russian).
9. Hodjakova N. V. Situacionno-sredovoj podhod k proektirovaniyu lichnostno-razvivajushhego obrazovaniya: metodologicheskie predposylki i koncepcija: Monografija (Situation-environmental approach to projecting personality-developing education: methodological prerequisites and the conception: Monograph), nauchnyj redaktor V. V. Serikov, Volgograd: Peremena, – 2012, – 170 p. (in Russian).
10. Mitjaeva A. M. Strategii organizacii uchebnogo processa na kompetentnostnoj osnove v mnogourovnevnom obrazovanii vuza (Strategies of the educational process management in multilevel competence-based higher professional education), Aktual'nye voprosy social'no-gumanitarnogo znanija. Sbornik statej, Orel: GOU VPO «OGU», – 2010, – P. 57–65 (in Russian).
11. Brooks F. P. Communicative competence and the conversation course: A social interaction perspective, Linguistics and Education, – 1992, – No. 4, – P. 219.
12. Ferdig C., DiPietro, L. D. Innovative technologies for multicultural education needs, Multicultural Education & Technology Journal, – 2007, – Vol. 1, – Iss.1, – P. 47–63.
13. Kramsch C. Classroom interaction and discourse options, Studies in Second Language Acquisition, – 1985, – No.7, – P. 169.
14. Granger E. M., Bevis T. H., Saka Y. et al. The efficiency of student-centered instruction in supporting science learning, Science, – 2012, – Vol. 338 (6103), – P. 105–108.
15. Mentins K. V. Higher liberal education prediction by way of educational technologies, European researcher, – 2012, – 17 vol. 2, – P. 204.
16. Griffiths R. Knowledge production and the research-teaching nexus: the case of the built environment disciplines, Studies in Higher Education, – 2004, – Vol. 29 (6), – P. 709–726.
17. Jasvin V. A. Obrazovatel'naja sreda: ot modelirovaniya k proektirovaniyu (Educational environment: from modeling to a project), 2 izdanie, – M.: Smysl, – 2001, – P. 169–282 (in Russian).
18. Matjushkin A. M. Problemnye situacii v myshlenii i obuchenii (Problem cases in thinking and education), – M.: Pedagogika, – 1972, – 208 p. (in Russian).
19. Mahmutov M. I. Problemnoe obuchenie: Osnovnye voprosy teorii (Problem-oriented training: theory), – M.: Pedagogika, – 1975, – 368 p. (in Russian).
20. Ertmer P. A., Newby T. J. Behaviorism, cognitivism, constructivism: Comparing critical features from an instructional design perspective, Performance Improvement Quarterly, – 1993, – No. 6 (4), – P. 50–72.
21. Savery J. R. Duffy T. M. Problem based learning: an instructional model and its constructivist framework, Educational Technology, – 1995, – No. 35, – P. 31–38.

22. Pozdeeva C. I. Problemnoe i problemno-orientirovannoe obuchenie: sravnitel'nyj analiz (Problem-based and problem-oriented learning: comparative analysis), *Sibirskij pedagogicheskij zhurnal*, – 2016, – No. 2, – P. 96–99 (in Russian).
23. *Lessons from Problem-Based Learning*. Oxford University Press, – 2010, – 267p.
24. Petrov V. I. Innovacionnaja sostavljajushhaja razvitija medicinskogo vuza (Innovative component of medical university development), *Akkreditacija v obrazovanii*, – 2013, – No. 62, – P. 30–32 (in Russian).
25. Mandrikov V. B., Artyukhina A. I., Chumakov V. I. Innovacionnyj pedagogicheskij opyt v medicinskom vuze (Innovative pedagogical experience at medical universities), *Medicinskoe obrazovanie i vuzovskaja nauka*, – 2015, – No. 1 (7), – P. 53–56 (in Russian).

Information about the author

Alexandra I. Artyukhina, Doctor of Pedagogy, Professor of the Chair of Social Work and Pedagogy & Educational Technology, Volgograd State Medical University,
Address: appt. 77, bld. 13 Mira st., 400066, Volgograd, Russia,
Tel.: +7 (927) 53–63–394
E-mail: mothersasha@rambler.ru
ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-0758-7129>

А. И. Артюхина¹

¹ *Волгоградский государственный медицинский университет, г. Волгоград, Россия*

СОЗДАНИЕ ПРОБЛЕМНО ОРИЕНТИРОВАННОЙ СРЕДЫ НА ЗАНЯТИИ В МЕДИЦИНСКОМ ВУЗЕ

Аннотация

Цель: обобщение педагогического опыта подготовки педагогов-врачей к созданию проблемно ориентированной среды занятия.

Методы: обобщения, сравнения, наблюдения, системного анализа, группировки данных, теоретического познания.

Результаты: на основе анализа научной педагогической литературы и данных наблюдения и сравнения выявлены противоречия между требованиями профессионального стандарта педагога профессионального образования и умениями/знаниями педагогов-врачей в области средообразования, с одной стороны, и отсутствием системной подготовки преподавателей в данной сфере с другой стороны; определены параметры, характеризующие среду занятия как проблемно ориентированную и условия для её создания; разработана система подготовки аспирантов и преподавателей-врачей, повышающих квалификацию, к созданию проблемно ориентированной среды на занятии в медицинском вузе и проведена её апробация.

Научная новизна: в статье впервые на основе опыта курса педагогики и образовательных технологий Волгоградского государственного медицинского университета представлена система подготовки педагогов-врачей к созданию проблемно ориентированной среды на занятии медицинского вуза.

Практическая значимость: основные положения и выводы статьи могут быть использованы в научной и педагогической деятельности при разработке программ подготовки преподавателей-исследователей в аспирантуре и программ дополнительного образования педагогов-врачей.

Ключевые слова: проблемно ориентированная среда; занятие; медицинский университет; аспирантура; повышение педагогической квалификации.

ВВЕДЕНИЕ

Повышение качества подготовки конкурентоспособного и компетентного специалиста — выпускника медицинского вуза, овладевшего универсальными и профессиональными компетенциями, реализующего свой личностный потенциал и способного осуществлять успешную профессиональную деятельность на современном уровне предстает одной из целей в «Концепции развития системы здравоохранения в Российской Федерации до 2020 г.» и отражает государственную политику в образовании и здравоохранении. Логично, что, с одной стороны, требования к подготовке будущих специалистов-медиков представлены в виде перечня компетенций в Федеральных государственных образовательных стандартах высшего образования (ФГОС ВО) по всем специальностям. В то же время, с другой стороны, поскольку качество обучения студентов и конечного результата — выпускников обусловлено профессионализмом преподавателей, требования к профессиональной готовности преподавателей вуза обучать студентов в современных условиях представлены в профессиональном стандарте педагога профессионального образования и дополнительного профессионального образования.

Лавинообразный рост знаний, в том числе и в медицинской сфере, стремительное развитие новых медицинских технологий обуславливают применение в обучении образовательных технологий, позволяющих уже на студенческой скамье освоить навыки выявления и решения проблем, причём как индивидуально, так и при работе в команде. Среди необходимых умений, обеспечивающих выполнение трудовой функции преподавателя высшей школы согласно профессиональному стандарту педагога профессионального образования и дополнительного профессионального образования, особое внимание привлекает умение «создавать на занятиях проблемно ориентированную образовательную среду, обеспечивающую формирование у обучающихся компетенций, предусмотренных требованиями ФГОС ВО и (или) образовательных стандартов, установленных образовательной организацией и (или) образовательной программой к компетенциям выпускников». Данное умение является системообразующим в деятельности педагога высшей школы, поскольку преподаватель медицинского университета должен освоить не только проблемное обучение студентов, но и уметь проекти-

ровать и реализовать на занятиях проблемно ориентированную образовательную среду.

В исследованиях посвященных педагогике высшей школы образовательную среду рассматривали с разных позиций — как автономно ориентированную [1], информационно-образовательную [2], социокультурную, воспитывающую, контекстного типа [3], поликультурную [4], инициативную педагогическую среду в условиях компетентного подхода [5] и в целом как педагогический феномен [6]. Научных исследований, отражающих ситуационно-средовой подход к проектированию образовательной среды не только высшего учебного заведения, но и кафедры значительно меньше, приведем лишь некоторые из них, значимые для медицинского образования [7; 8; 9]. Обосновывая компетентностный подход к стратегии организации учебного процесса вуза и тактике применения инновационных технологий в обучении, исследователи вопросы средообразования применительно к практическому занятию не затрагивали [10; 11; 12; 13].

На этапе констатирующего эксперимента был проведен опрос среди 43 аспирантов, изучающих дисциплину «Педагогика и методика преподавания в высшей школе» и 102 преподавателей Волгоградского государственного медицинского университета (ВолГМУ), повышающих психолого-педагогическую квалификацию, который показал, что умения и знания педагогов-врачей в области средообразования значительно уступают таковым в проблемном обучении. Примерно половина педагогов-респондентов полагали, что проведение занятия с элементами проблемности (например, использование проблемных вопросов, решение кейсов) автоматически превращает среду практического занятия в проблемно ориентированную. Выявленные противоречия между требованиями профессионального стандарта педагога профессионального образования и умениями/знаниями педагогов-врачей в области средообразования, с одной стороны, и отсутствием системной подготовки преподавателей в данной сфере, с другой стороны, обусловили актуальность данной работы.

Целью настоящей работы стало обобщение педагогического опыта подготовки педагогов-врачей к созданию проблемно ориентированной среды практического занятия на курсе педагогики и образовательных технологий ВолГМУ. В работе использовали методы обобщения, сравнения, педагогического

наблюдения, системного анализа, группировки данных, теоретического познания.

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Отправной точкой в разработке системы подготовки аспирантов и преподавателей-врачей, повышающих квалификацию, к созданию проблемно ориентированной среды на практическом занятии в медицинском вузе стало определение параметров, которые характеризовали бы среду занятия в медицинском вузе как проблемно ориентированную. Образовательная среда практического занятия проблемно ориентированная, если она: инновационная, то есть стимулирует инновационные изменения в имеющейся среде; личностно-ориентированная, то есть студентоцентрированная [14] и способствует развитию личности и профессиональных компетенций студентов согласно ФГОС ВО; постоянно погружает студентов в ситуацию выбора; вызывает активный отклик на возникающие перед студентами проблемы; творческая, то есть предоставляет возможность студентам искать собственные пути решения проблем. Организация занятия в проблемно ориентированной среде подразумевает сочетание индивидуальной работы с работой студентов в малых группах, применение в субъект-субъектном взаимодействии разных приемов, методов, технологий в русле проблемного обучения [15; 16] с постоянной рефлексией, самоконтролем и самооценкой своей деятельности.

Проектирование проблемно ориентированной образовательной среды практического занятия можно рассматривать как локальный уровень проектирования, включая уровень проектирования микросреды по В. А. Ясвину и используя предлагаемый им алгоритм проектирования образовательной среды [17]. Поскольку центром взаимопроникновения проектируемых компонентов среды (пространственно-предметного, социального, технологического) и субъекта учебного процесса становится процесс целеполагания, то проблемность должна найти отражение при проектировании каждого компонента.

Условиями для создания проблемно ориентированной образовательной среды практического занятия в медицинском университете являются:

- теоретическая и практическая готовность преподавателей, как в области проблемного обучения, так и в сфере средопроектирования;
- умение преподавателя не только реализовывать разные уровни проблемности на практическом занятии,

но и осуществляя роль тьютора, модератора, фасилитатора вовлекать студентов в процесс самоуправления обучением;

- комфортная образовательная среда кафедры, которая предлагает студентам открытую и доступную информационную базу кафедры, различные варианты моделей самостоятельной исследовательской и учебно-проектной деятельности, презентацию профессиональных ценностей и образцов деятельности;
- раскрытие проблемности материала на лекции, что служит для студентов сильным мотивирующим фактором;
- понимание студентами смысла проблемно-поисковой деятельности и их настрой на такую работу, наличие возможности самостоятельно определять какая информация требуется студенту для выполнения задания, как ее можно получить и каким образом применить;
- участие студентов в проектировании проблемно ориентированной среды практического занятия, начиная с этапа определения целей, задач и актуализации знаний. Каковы требования студентов к среде практического занятия? Какие ожидания? Как студенты понимают проблемность, какие подходы к решению проблем знают?;
- наличие методического обеспечения, а именно: комплекса компетентностных, разноуровневых заданий основанных на реальных, профессиональных проблемах (кейсы, веб-квесты и т. д.), присутствие компьютерной поддержки, причем на клинических кафедрах должна быть еще предусмотрена возможность обеспечить студентов пациентами для самостоятельной курации и клинических разборов.

Подготовка аспирантов и преподавателей-врачей, повышающих психолого-педагогическую квалификацию на курсе педагогики и образовательных технологий ВолгГМУ, к созданию проблемно ориентированной среды на практическом занятии в медицинском вузе проводилась следующим образом. На этапе входного контроля преподаватели определяли, что они знают по данной тематике и что хотят узнать, дефицит каких знаний и умений им необходимо восполнить. Обучающиеся преподаватели-врачи и аспиранты в процессе самостоятельной внеаудиторной работы проектировали проблемно ориентированную среду занятия по дисциплине, преподаваемой на кафедре, и для выработки такого умения они актуализировали знания по основам проблемного обучения. Изучая

теоретические труды А. М. Матюшкина, М. И. Махмутова — выдающихся отечественных дидактов, стоявших у истоков проблемного обучения в России [18; 19], преподаватели разрабатывали варианты проблемных ситуаций в мышлении и обучении применительно к конкретному занятию по своей дисциплине. Практика образования учебных сред перекликается с теорией конструктивизма, базисом которой служит представление, что индивид в процессе учения приходит к пониманию и воссоздает понятие из собственных знаний [20]. Полагают, что проблемно ориентированная среда учения является одной из наиболее подходящих согласно теории конструктивизма учебных сред для использования в образовательном процессе [21]. Разрабатывая проекты проблемно ориентированной среды практического занятия в медицинском вузе, аспиранты/педагоги-врачи стремились к интеграции проблемного и средового подхода применительно к преподаваемой дисциплине.

С аспирантами и преподавателями-врачами во время аудиторных занятий на курсе педагогики и образовательных технологий проводили мозговые штурмы, дискуссии, активно обсуждали созданные проекты, пути адаптации студентов к проблемно ориентированной учебной среде практического занятия, сравнивали достоинства и недостатки проблемного обучения и технологии проблемно ориентированного обучения [22; 23], рассматривали подходы к решению проблем при изучении разных дисциплин. Особое внимание уделяли вопросам педагогического общения — как сделать, чтобы студенты на занятии получали свободу действий в исследовании практических вопросов, соблюдая при этом профессиональные этические нормы, как вывести студентов на уро-

вень самообучения, а преподаватель при этом, чтобы выступал в роли активного наблюдателя.

Учебную деятельность на занятиях аспирантов и преподавателей-врачей на курсе педагогики и образовательных технологий проводили в проблемно ориентированной образовательной среде, что позволяло обучающимся представить себя на месте студента, почувствовать соответствующие эмоции, прожить ситуацию изнутри. Каждый обучающийся в течение учебного курса готовил и проводил занятие по педагогике с коллегами из своей учебной группы. Известный приём интерактивного обучения «ученик в роли учителя» в данном случае помогал обучающимся аспирантам и преподавателям-врачам понять специфику работы в проблемно ориентированной среде практического занятия. Умение создавать проблемно ориентированную среду и проводить в ней занятия аспиранты и преподаватели-врачи, повышающие педагогическую квалификацию, апробировали во время педагогической практики. Система выработки умения создавать на занятиях проблемно ориентированную образовательную среду (табл. 1) включает обязательный рефлексивный компонент по завершении каждого этапа.

Развитие медицинского вуза невозможно без инновационной составляющей [24]. Инновационный педагогический опыт создания проблемно ориентированной среды на практическом занятии в медицинском вузе наши аспиранты и преподаватели-врачи, обучающиеся по программам дополнительного образования, распространяли в коллективах своих кафедр согласно традициям и системе диссеминации передового опыта, разработанной Советом по качеству и инновационным технологиям в ВолгГМУ [25].

Таблица 1. – Система выработки умения создавать на практических занятиях проблемно ориентированную образовательную среду

Этапы выработки умения	Продукты деятельности
1	2
Входной контроль	Осознание дефицита собственных знаний и умений преподавателями/аспирантами по вопросам проблемного обучения и средообразования.
Внеаудиторная самостоятельная работа	Приобретенные знания, восполняющие выявленный дефицит, знание и умение интегрировать проблемный и средовой подходы к проектированию практического занятия в медицинском вузе. Проект проблемно ориентированной среды практического занятия по преподаваемой дисциплине.

1	2
Аудиторная работа в проблемно ориентированной среде занятия на курсе педагогики и образовательных технологий.	Представление о достоинствах и/или недостатках своего проекта проблемно ориентированной среды практического занятия по преподаваемой дисциплине. Осознание себя в роли студента и представление изнутри о проведении занятия в проблемно ориентированной среде.
Проведение практического занятия с обучающимися педагогами в своей группе на курсе педагогики и образовательных технологий по теме, согласно учебного плана цикла повышения квалификации преподавателей-врачей или дисциплины «Педагогика и методика преподавания в высшей школе» для аспирантов.	Многомерное представление о специфике организации и проведении занятия в проблемно ориентированной среде и презентация своего умения проводить такое практическое занятие.
Проведение практического занятия в проблемно ориентированной среде со студентами по преподаваемой дисциплине на своей кафедре (педагогическая практика).	Закрепление умения проектировать и вести практическое занятие со студентами в проблемно ориентированной среде.

Освоение создания проблемно ориентированной среды на практическом занятии в медицинском вузе в процессе повышения квалификации или при обучении в аспирантуре позволяет преподавателю вуза совершенствовать свою психолого-педагогическую компетенцию «Способен и готов проектировать образовательную среду в медицинском вузе» и овладеть умением, предусмотренным профессиональным стандартом педагога высшего образования. Надеемся, опыт обучения аспирантов и преподавателей ВолгГМУ созданию проблемно ориентированной образовательной среды на практическом занятии может быть полезен коллегам других медицинских вузов.

ВЫВОДЫ

1. Выявлены противоречия между требованиями профессионального стандарта педагога профессионального образования и отсутствием системной подготовки преподавателей в сфере создания проблемно ориентированной образовательной среды занятия.

2. Выявлен дисбаланс между умениями/знаниями педагогов-врачей в области проблемного обучения и среднего образования.

3. Определены параметры, характеризующие среду практического занятия как проблемно ориентированную.

4. Определены условия для создания проблемно ориентированной образовательной среды занятия.

5. Разработана система подготовки аспирантов и преподавателей медицинских вузов к проектированию и проведению занятия в проблемно ориентированной среде.

6. Опыт обучения аспирантов и преподавателей ВолгГМУ может быть использован в научной и педагогической деятельности при разработке программ подготовки преподавателей-исследователей в аспирантуре и программ дополнительного образования педагогов-врачей.

Список литературы:

1. Гаврилюк О. А., Константинова Е. С., Платонова Н. В., Лебедева Т. П. Концептуальные основы построения автономно ориентированной образовательной среды вуза // Современные проблемы науки и образования. – 2016. – № 2. – С. 1–8; URL: <http://www.science-education.ru/ru/article/view?id=24319> (дата обращения: 08.12.2016).
2. Ефанова Т. И. Информационно-образовательная среда вуза / Т. И. Ефанова, А. Б. Иванов, С. К. Савицкий, Э. М. Хабибулин, Е. С. Кошкалов // Новое слово в науке: перспективы развития: материалы VII Междунар. науч. – практ. конф. (Чебоксары, 15 янв. 2016 г.). В 2 т. – Т. 1 / редкол.: О. Н. Широков [и др.]. – Чебоксары: ЦНС «Интерактив плюс», – 2016. – № 1 (7). – С. 195–199.

3. Калашникова В. Г. Образовательная среда контекстного типа // Высшее образование в России. – 2012. – № 4. – С. 92–97.
4. Коробкова С. А. Образовательный процесс в условиях поликультурной среды вуза: теория и практика реализации гендерного подхода: монография / С. А. Коробкова; Минздравсоцразвития РФ, ВолГМУ. – Волгоград: Изд-во ВолГМУ, – 2010. – 156 с.
5. Агапов И. Г. Проектирование инициативной педагогической среды в условиях компетентностного подхода в образовании // Педагогическое образование и наука. – 2011. – № 10. – С. 9–14.
6. Артюхина А. И. Образовательная среда высшего учебного заведения как педагогический феномен: Монография. – Волгоград: Изд-во ВолГМУ, – 2006. – 237 с.
7. Артюхина А. И. Педагогическое проектирование образовательной среды кафедры при ситуационно-средовом подходе / А. И. Артюхина // Вестник ВолГМУ (Приложение). – 2005. – № 4. – С. 24–27.
8. Компетентностно-ориентированное обучение в медицинском вузе: уч. метод. пособие / Артюхина А. И. и др.; под ред Е. В. Лопановой. – Омск: ООО «Полиграфический центр КАН», – 2012. – 198 с.
9. Ходякова Н. В. Ситуационно-средовой подход к проектированию личностно-развивающего образования: методологические предпосылки и концепция. моногр./ науч. ред. В. В. Сериков. – Волгоград: Перемена, – 2012. – 170 с.
10. Митяева А. М. Стратегии организации учебного процесса на компетентностной основе в многоуровневом образовании вуза. / А. М. Митяева // Актуальные вопросы социально-гуманитарного знания. Сборник статей. – Орел, ГОУ ВПО «ОГУ». – 2010. – С. 57–65.
11. Brooks F. P. Communicative competence and the conversation course: A social interaction perspective Text. / F. P. Brooks // Linguistics and Education. – 1992. – No. 4. – P. 219.
12. Ferdig C., DiPietro L. D. Innovative technologies for multicultural education needs / In: Multicultural Education & Technology Journal. – 2007. – Vol. 1. – Iss. 1. – P. 47–63.
13. Kramsch C. Classroom interaction and discourse options Text. / C. Kramsch // Studies in Second Language Acquisition. – 1985. – No. 7. – P. 169.
14. Granger E. M., Bevis T. H., Saka Y. et al. The efficacy of student-centered instruction in supporting science learning // Science. – 2012. – Vol. 338 (6103). – P. 105–108.
15. Mentins K. V. Higher liberal education prediction by way of educational technologies. European researcher, – 2012, 17 – Vol. 2. – P. 204.
16. Griffiths R. Knowledge production and the research-teaching nexus: the case of the built environment disciplines // Studies in Higher Education. – 2004. – Vol. 29 (6). – P. 709–726.
17. Ясвин В. А. Образовательная среда: от моделирования к проектированию. 2-е из-е. – М.: Смысл. – 2001. – С. 257–268.
18. Матюшкин А. М. Проблемные ситуации в мышлении и обучении. – М.: Педагогика, – 1972. – 208 с.
19. Махмутов М. И. Проблемное обучение: Основные вопросы теории. – М.: Педагогика, – 1975. – 368 с.
20. Ertmer P. A., and Newby T. J. Behaviorism, cognitivism, constructivism: Comparing critical features from an instructional design perspective. Performance Improvement Quarterly, – 1993. 6 (4). – P. 50–72.
21. Savery J. R., and Duffy T. M. Problem based learning: an instructional model and its constructivist framework. Educational Technology, – 1995. 35. – P. 31–38.
22. Поздеева С. И. Проблемное и проблемно-ориентированное обучение (problem-based learning): сравнительный анализ. Сибирский педагогический журнал. – 2016. – № 2. – С. 96–99.
23. Lessons from Problem-Based Learning. Oxford University Press, – 2010, – 267 p. Submitted.
24. Петров В. И. Инновационная составляющая развития медицинского вуза / В. И. Петров // Аккредитация в образовании. – 2013. – № 62. – С. 30–32.
25. Мандриков В. Б., Артюхина А. И. Чумаков В. И. Инновационный педагогический опыт в медицинском вузе // Медицинское образование и вузовская наука. – 2015. – № 1 (7). – С. 53–56.

Информация об авторе

Александра Ивановна Артюхина, доктор педагогических наук, профессор кафедры социальной работы с курсом педагогики и образовательных технологий, зав. курсом педагогики и образовательных технологий ФГБОУ ВО «Волгоградский государственный медицинский университет»

Адрес: 400066, г. Волгоград, ул. Мира, 13, кв. 77. тел.: 8 927 53 63 394

E-mail: mothersasha@rambler.ru

ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-0758-7129>

UDC [797.21–053.2:796.011.3]+372.879.6

DOI: <http://dx.doi.org/10.20534/AJH-17-3.4-23-31>

E. V. Mileakova-Roman¹

V. P. Dorgan¹

M. A. Vashenko¹

¹ State University of Physical Education and Sports, Kishinev, Moldova

PROFESSIONAL COMPETENCES OF THE INFANT SWIMMING INSTRUCTORS

Abstract

Objective: Determine the content of professional competencies of the swimming instructor for the tender age children that ensure an adequate implementation of functional responsibilities, aimed on the obtaining of the self-realization of participants.

Methods and organization of the research: theoretical operation-methods and action-methods: analysis, synthesis, comparison, abstraction, specification, generalization and others, as well as practical operation-methods: data analysis and compilation of scientific and methodical literature. The study was conducted from September 2016 to February 2017.

Results: The scientific methods used in the research allowed not only to form a conceptual model of the instructor's activities but also to identify the particularities of the personality resource of the instructor which lead to a self-realization of all participants of the pedagogical process: children and their parents.

Scientific novelty: in the article is researched for the first time the composition of the professional abilities of the swimming instructor for tender age children.

Practical significance: the main statements and conclusions of the research will be used in the pedagogical activities of the instructors in the physical culture domain.

Keywords: conceptual model of the instructor's activity for tender age swimming, instructor functions, personality traits, instructor professional abilities.

References:

1. Basov M. Ya. General principles of pedagogy. Spb.: Aletheia, Ed. 3rd, resp. edited by E. V. Levchenko. – 2007, – P. 776.
2. Biddulph C. Up to three still too early/S. Biddulph [trans. from English V. Kolosov]. – M.: Ripol Klassik, – 2015. – 224 p.: il.- (Make a child happy).
3. Bozovic L. I. Problems of formation of the personality//FAV. psychol. tr. – M.: Voronezh, – 1995.
4. Vygotsky L. S. collected works: In 6th V. – M.: Pedagogika, – 1983.
5. Galizubova L. N., Mescheryakova S. Y., Education of young children. – M.: VLADOS, – 2007. – 230 p.
6. Dmitrieva V. G., Maria Montessori' technique of early development of. From 6 months to 6 years/VG Dmitrieva. – M.: Eksmo, – 2014. – 224 str. – (popular educational methodology).

7. Ilyin E. P. Psychology of physical education. – M.: Education, – 1986. – 287 s.
8. Kozyreva O. A. the Model of professional competence of teachers working with children with substantial learning difficulties. In the Elementary School, before and after, – No. 12, – 2004.
9. Kozyreva O. A. the Phenomenology of teacher's professional competence. In: Educational technology & Society 11 (2) – 2008. – C 361–363. – ISSN 1436–4522.JA
10. Comenius J. A., Locke D., J.-J. Rousseau, I. G. Pestalozzi's Pedagogical heritage]. V. M. Klarin, A. N. Dzhurinsky. – M.: Pedagogika, – 1989. – 416 p (B-ka teacher).
11. Kondurar M. V. the concepts of competence and competence in education. In: Vector of science TSU, – No. 1 (8). – 2012. – P. 189–192.
12. Krutetskiy V. A. The psychology of teaching and education in schools: a book for teachers and student leaders/V. A. Krutetskiy. – M.: Education, – 1976. – 303 p.
13. The curriculum for the education of children 1–7 years in Moldova. Ch.: S. n., – 2007 (Combinatul Polig.). – 108 with.
14. Lubyshcheva L. I. The concept of formation of physical culture of the person/GLPK. – 1992.
15. Martens R. Sotsialnaja, Psychology and sport: trans. from English./Boleslav. V. I. Stolyarov. – M.: Physical culture and sport, – 1979. – 176 p., II.
16. Matveev L. P. Theory and Methods of Physical Education: Textbook for institutes of physical culture. – M: Physical Culture and Sports, – 1991.
17. R. S. Nemov. Psycholog In 3 Vol. Book. 1.: General Principles of Psychology: Textbook. for students. Of higher. ped. institutions./R. S. Nemov. – 2013. – 687 p.
18. Novikov A. M., Novikov D. A. Methodology of scientific research.-Moscow: Book house «LIBROKOM», – 2010. – 280 p.
19. V. A. Slastenin. Pedagogy: textbook for stud. institutions higher. professional education/V. A. Slastenin, I. F. Isaev, E. N. Shiyonov; ed. by V. A. Slastenin. – 11th ed., – M.: Publishing center «Academy», – 2012. – 608 p
20. Standards of training and development of children from birth to 7 years: National standards for teachers/Education Ministry of Rep. Moldova; collaborated: Larissa VIRTOSU, Ala Pynzar, Hope Velisco and others; nat. Eksierty: Aglaia Bolboceanu Cornelia Chinchley; mezhdnar.ekspert: Mihaela Ionescu. – K.: «Imprint Star» SRL, – 2010. – 170 p.
21. Theory and methods of physical culture. Under the editorship of J. F. Kuramshina. M: Soviet sport, – 2003. 433 p.
22. El'konin D. B. Selected psychological works. – M.: Education, – 1989. – 560 p.

Information about authors

E V. Mileacova-Roman, doctor in pedagogy, lecturer at the Theory and Methodology of physical education chair at the State University of Physical Education and Sport

Adress: Andrei Doga 22, Chisinau, Rep. of Moldova,

Telephone: +373 22 49 40 81, E-mail: mileakova@gmail.com

ORCID: <http://orcid.org/0000-0003-0518-7903>

V. P. Dorgan, Ph D, professor, prorektor at the State University of Physical Education and Sport

Adress: Andrei Doga 22, Chisinau, Rep. of Moldova,

Telephone: +373 22 49 40, E-mail: dorganviorelpetrovichi@gmail.ru

ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-6069-4329>

M. A. Vashchenko, doctoral student at the Theory and Methodology of physical education chair at the State University of Physical Education and Sport

Adress: Andrei Doga 22, Chisinau, Rep. of Moldova,

Telephone: +373 22 49 40, E-mail: marinavshchenko@mail.ru

ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-6445-8411>

Е. В. Милякова-Роман¹В. П. Дорган¹М. А. Ващенко¹¹ Государственный университет физического воспитания и спорта, г. Кишинёв, Молдова

ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ ИНСТРУКТОРА ПЛАВАНИЯ ДЕТЕЙ РАННЕГО ВОЗРАСТА

Аннотация

Цель: определить состав компетенций инструктора по плаванию детей раннего возраста, обеспечивающих достаточное выполнение функциональных обязанностей в процессе осуществления профессиональной деятельности, направленной на достижение самореализации занимающихся.

Методы: теоретические методы-операции и методы-действия: анализ, синтез, сравнение, абстрагирование, конкретизация, обобщение и другие, а также эмпирические методы-операции: анализ и обобщение данных научной и методической литературы [18].

Результаты: Использованные научные методы позволили не только сформировать концептуальную модель деятельности инструктора и его функции, но и выявить особенности личностного ресурса инструктора, обеспечивающие профессиональные компетенции, которые приводят к самореализации всех участников педагогического процесса: детей и их родителей.

Научная новизна: в статье впервые исследован состав профессиональных компетенций инструктора по плаванию детей раннего возраста.

Практическая значимость: основные положения и выводы исследования будут использованы в педагогической деятельности инструкторов в сфере физической культуры.

Ключевые слова: концептуальная модель деятельности инструктора в детском плавании, функции инструктора, качества личности, профессиональные компетенции инструктора по плаванию детей раннего возраста.

Введение

Согласно исследованиям в области психологии, ранние периоды жизни, а именно возраст 1–3 лет, имеют особую важность в жизни ребёнка [1; 2; 3; 4; 5; 21].

В этом возрасте ребенок переживает первый опыт взаимодействия с людьми, природой и предметами, познает культуру и человеческие ценности, формируется индивидуальность ребенка, его физическое и психическое здоровье.

В свою очередь специалисты медицины, педагогики, психологии и физического воспитания, оптимизирующие развитие ребёнка, должны делать правильный выбор в образовательных стратегиях, наиболее полно отвечающих требованиям воспитания и образования: соблюдать индивидуальные особенности, собственный ритм обучения и использовать потенциал каждого ребенка при соблюдении всех прав.

В этой связи, особенно важен уровень профессиональной компетенции специалиста, работающего с детьми данного возраста, который позволил бы

сделать систему обучения не только высокоинтеллектуальной и развивающей, но и адекватной возрастным потребностям.

В данном исследовании мы будем рассматривать профессиональные компетенции инструктора плавания детей раннего возраста в *ресурсном аспекте*, то есть, в аспекте наличия и использования определённых личностных качеств для эффективного выполнения персональных функциональных обязанностей в процессе осуществления профессиональной деятельности.

Результаты исследования

На основании изучения доступных информационных источников [6; 7; 8; 9; 10; 11; 12; 13; 15; 16; 17; 19; 20; 23], мы считаем, что противоречие в многочисленных научных мнениях, посвящённых педагогическим, психологическим и другим специфическим профессионально-обусловленным характеристикам специалиста по работе с детьми, можно сформулировать в виде следующей проблемы: классические, современные и популярные теории,

описывающие профессиональные качества педагога тийном аппарате и не являются идентичными по содержанию (таб. 1).

Таблица 1. – Профессионально-обусловленные характеристики педагога

№	Автор	Профессионально-обусловленные характеристики педагога
1	2	3
1.	Я. А. Коменский, 1989	Должен обладать педагогическим мастерством и любить своё дело, пробуждать самостоятельную мысль учащихся, готовить из них деятельных людей, заботящихся о всеобщем благе: «(1) каждый сам должен быть таким, каким должен делать других, (2) каждый должен владеть искусством делать других такими (3) и быть ревнителем своего дела, — словом, должен мочь, уметь, хотеть насаждать пансофию».
2.	В. А. Крутецкий, 1976	Состоят из общих педагогических способностей: личностных (перцептивные, педагогическое отражение, саморегуляция, выдержка и самообладание, саморегуляция нервных процессов), организационно-коммуникативных (коммуникативные, педагогический такт, организаторские способности, суггестивные способности) и дидактических (способность передавать информацию, экспрессивно-речевые, академические, распределения внимания), при этом главная характеристика — «расположенность к детям».
3.	Е. П. Ильин, 1986	Слагаемые педагогического мастерства учителя физической культуры: педагогическая направленность учителя (любовь к детям, интерес к физической культуре), умения (конструктивные, организаторские, коммуникативные, гностические, двигательные), знания (общие, специальные) и качества (идейно-политические, нравственные, коммуникативные, волевые, интеллектуальные, психомоторные).
4.	Л. Н. Гализубова, С. Ю. Мецеракова, 2007	Важнейшими требованиями являются: искренность, позитивное принятие другого человека, эмпатия, эмоциональность. Педагог как профессионал должен: хорошо знать возрастные особенности, обладать навыками ухода, быть знаком с современными образовательными программами для детей раннего возраста, уметь играть с детьми, владеть культурой общения и речи.
5.	Куррикулум по воспитанию детей 1–7 лет в Республике Молдова, 2007	Воспитатель должен стать единомышленником, партнером ребенка в его взаимодействии с окружающим миром, обеспечить детям равные возможности, соблюдать их личные и социальные права, обеспечивать им эмоциональный комфорт, охрану жизни и здоровья. Основные требования: способствовать более легкому обучению, быть отзывчивым и доброжелательным, проявлять гибкость и креативность, быть реальным партнером родителей.
6.	Козырева О. А., 2008.	Профессиональная компетентность включает: общепедагогические умения, специальные умения, знания и профессионально-значимые личностные качества.
7.	В. А. Слостенко, 2012	Состоят из характеристик общей направленности личности учителя (социальная зрелость, профессиональные идеалы, высокоразвитые познавательные интересы, самоотверженное отношение к профессии) и специфических (организаторские, коммуникативные, перцептивно-гностические, экспрессивные, профессиональная работоспособность, физическое и психическое здоровье).
8.	Р. С. Немов, 2013	Состоят из следующих критериев: знание своего предмета, общая образованность, культура поведения, профессиональная квалификация, профессиональное мастерство, профессиональное творчество, политическое сознание, нравственное сознание и активная жизненная позиция.

1	2	3
9.	http://www.grandars.ru/college/psihologiya/professionalnye-kachestva-pedagoga.html	Идеальный педагог должен быть: <i>Специалистом:</i> знать педагогическую теорию и психологию; владеть педагогическим мастерством, технологиями обучения и воспитания; уметь рационально организовать труд; обладать терпеливостью, оптимизмом, сдержанностью, находчивостью, быстротой и точностью реакции, душевной щедростью, эмоциональной уравновешенностью; понимать детей и уметь с ними работать; обладать ясной и убедительной речью, требовательностью, тактичностью, самообладанием, справедливостью, общительностью и умением слушать; <i>Работником:</i> уметь поставить цель и достигнуть ее, распределять время; систематически и планомерно повышать квалификацию; быть нацеленным на повышение производительности труда; обладать способностью к творчеству, быть всесторонне образованным, разумным оптимистом и умеренным скептиком; <i>Человеком:</i> обладать высокими моральными качествами, принимать активное участие в общественной жизни, иметь активную жизненную позицию, также ему присущи гуманизм, духовность, религиозность, потребность в общении, открытость, нравственность, критическое отношение к своим действиям.

В тоже время, теории, которые предоставляют информацию о составе необходимых профессиональных качествах специалиста по программам физического воспитания и рекреации для детей 1–3 лет — мало-содержательны и редки.

Наше целеполагание в разрешении проблемы определения необходимых профессиональных компетенций инструктора по плаванию детей раннего возраста, обеспечивающих самореализацию занимающихся, предполагает дальнейшее исследование, которое,

на наш взгляд должно начинаться с формирования концептуальной модели деятельности инструктора и состава его функций, учитывающие два стандарта отношений, возникающих в процессе занятия: «инструктор — родитель — занимающийся ребёнок» и отношения «инструктор — занимающийся ребёнок».

Для формирования концептуальной модели деятельности инструктора мы использовали теорию деятельности системного анализа [18], представленную на рисунке 1.

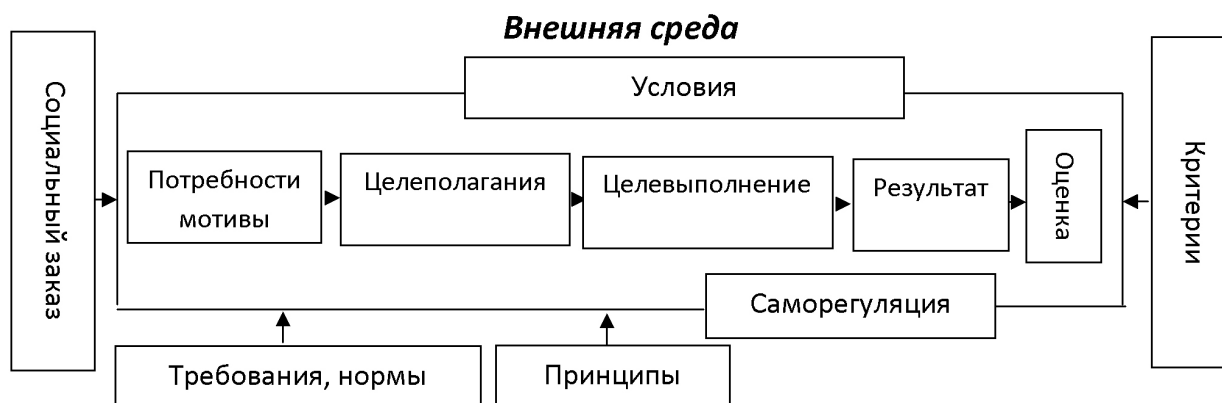


Рисунок 1. Процессуальные компоненты деятельности в системном анализе

В соответствии с выше представленными процессуальными компонентами деятельности, мы сформировали концептуальную модель деятельности инструктора плавания детей раннего возраста:

1. *Социальный заказ:* общество нуждается в здоровых детях, которые владеют множеством двигательных умений и навыков.

2. *Требования и нормы:* соблюдение участниками процесса санитарно-гигиенических требований и норм, техники безопасности поведения на воде и на “суше” и т. д.

3. *Принципы:* обязательное соблюдение инструктором общих фундаментальных принципов физической культуры (принципы непрерывности развития,

целостного развития и т. д. по Л. И. Лубышевой, 1992) и общих и специфических методических принципов (принципы сознательности, непрерывности, прогрессирования педагогических воздействий по Ю. Ф. Курамшину, 2003) для сохранения адекватности системы [14, 20].

4. *Критерии*: показатели физического, психологического и социального развития ребёнка.

5. *Потребности и мотивы*: потребностно-мотивационная система участников дидактического процесса должна быть скоординированна, позитивно динамична и направлена на оптимизацию физического, психологического и социального развития ребёнка.

6. *Целеполагание*: цели участников дидактического процесса должны быть скоординированны и направлены на самореализацию персональных возможностей.

7. *Целевыполнение*: совмещение операционных целей всех участников дидактического процесса на приобретение ребёнком достаточного или должного уровня здоровья (физического и психо-эмоционального), оптимального социального статуса и компетенций плавания (безбоязненное поведение на воде, координированное плавание разными стилями, ныряние и т. п.).

8. *Результат*: реализация индивидуальных и личностных ресурсов всех участников процесса.

9. *Оценка*: происходит в системе жизнедеятельности в значимых «точках».

Таким образом, очевидно, что вышепредставленное содержание деятельности инструктора плавания детей раннего возраста формирует определённый состав его функциональных обязанностей, которые кратко можно представить в следующих положениях:

- обеспечение техники безопасности (на воде и на суше);
- соблюдение общих и методических принципов физической культуры;
- систематизация занятий (связь занятия с предыдущим и последующим);
- постановка и выполнение задач, субкомпетенций занятий и формирование адекватного структурированного дозированного содержания;
- использование разнообразных форм, средств и методов в рамках занятий;
- достижение оптимальной двигательной активности всех занимающихся на протяжении всего занятия;
- обеспечение рациональных условий проведения занятия со стороны материальных, гигиенических,

эстетических и морально-психологических требований к ним;

– реализация и развитие потребностей и мотивов детей и родителей;

– формирование ценностей двигательной активности у детей и их родителей.

Оперативный образ объекта деятельности и совокупность исполнительских действий инструктора воплощается в реальности в системе свойств личности инструктора, который можно представить в следующей последовательности:

1. Психологические качества личности: свойства темперамента и характера, типологические черты, характеризующие силой, подвижностью и уравновешенностью основных нервных процессов, характеристики Я-концепции (самооценка, самоуважение и др.), морально-нравственная ориентация и мировоззренческие ценности.

2. Педагогические способности и профессиональная мотивация: педагогическая подготовка в дидактической деятельности, способность планирования образовательной и воспитательной деятельности, способности по организации процесса обучения, способности по оценке достижений детей, способности по самооценке и менеджменту профессиональной карьеры и коммуникативные способности (общение и сотрудничество с семьёй ребёнка).

3. Социо-психопедагогические способности: владение технологиями психологического подкрепления и поддержки педагогических мероприятий, знания, умения и навыки в социальной психологии (психологии и социологии групп).

4. Способности самопрезентации: умения и навыки самопрезентации образа (внешнего вида), визуализации физической подготовленности, особенности мимики и невербального общения и т. п.

Вышеперечисленные теоретические умозаключения на предмет требований деятельности, функций и личностных качеств к инструктору по плаванию детей раннего возраста, обеспечивающие самореализацию занимающихся, сделали возможным определение состава профессиональных компетенций, которые включают общепедагогические, специальные и личностные компетенции представляем ниже.

Общепедагогические компетенции инструктора по плаванию детей раннего возраста. Инструктор должен использовать на практике:

1. Знания общих закономерностей развития ребенка.

2. Совместно с родителями занимающихся определять достигнутые результаты.

3. Применять оптимальные способы обучения и развития занимающихся и зоны их ближайшего развития.

4. Определять на основе анализа собственной деятельности оптимальную модель собственной педагогической деятельности, подверженной постоянному развитию и изменению.

5. Планировать занятия по плаванию как на основе имеющихся типовых программ, так и с помощью собственных разработок.

6. Применять организаторские способности.

7. Использовать методы и средства психолого-педагогического просвещения родителей.

8. Выстраивать партнерское взаимодействие с родителями для решения образовательных задач.

9. Предоставлять информацию об особенностях и мерах обеспечения здорового образа жизни (ЗОЖ) в детском возрасте.

10. Использовать современные информационно-коммуникационные ресурсы.

Ресурс специальных компетенций инструктора по плаванию детей раннего возраста. Инструктор должен использовать на практике:

1. Осуществлять деятельность в соответствии с фундаментальными и методическими принципами формирования физической культуры личности.

2. Правильно подбирать формы, средства и методы в системе занятий.

3. Квалифицированно выбирать необходимое оборудование для проведения того или иного упражнения.

4. Предлагать на занятиях творческие самостоятельные задания родителям, направленные на улучшение умений детей в плавании.

5. Обеспечивать помощь занимающимся, не освоившим необходимое упражнение или задание в форме предложения специальных заданий, индивидуальных консультаций (в том числе дистанционных).

6. Проводить игровые занятия.

7. Владеть организацией физкультурно-массовых мероприятий и соревнований.

8. Использовать современные информационные источники, периодику, следить за последни-

ми событиями в области плавания применять их на практике.

9. Иметь канал консультирования с другими специалистами (педиатрами, массажистами и т. п.), работающими с детьми.

10. Формировать у занимающихся и их родителей ценности физической культуры.

11. Поддерживать и возвышать потребностно-мотивационную систему двигательной активности на занятиях.

Личностные компетенции инструктора по плаванию детей раннего возраста. Инструктор должен использовать на практике:

1. Открытость — готовность к новым знакомствам, приветливым.

2. Развитое мышление — быть сообразительным, уметь анализировать ситуацию.

3. Эмоциональную стабильность — быть спокойным, зрелым, уверенным, эмоционально устойчивым.

4. Сознательность — быть выдержанным, решительным, ответственным.

5. Смелость — быть реактивным, бодрым, предприимчивым.

6. Твёрдость — быть реалистом, который надеется на себя, берет на себя ответственность, самостоятельным.

7. Доверчивость — быть дружеским, прямым, открытым, понимающим, не завистливым.

8. Практичность — интересоваться фактами, спонтанно ничего не делать, быть надёжным, серьёзным.

9. Самостоятельность — быть независимым во взглядах, стремящимся к самостоятельным решениям и действиям.

10. Самоконтроль и волю — быть дисциплинированным, точным в выполнении требований, контролировать эмоции.

11. Адекватную самооценку — среднюю или высокую самооценки.

Таким образом, можно сделать следующие **выводы**.

1. Анализ классических, современных и популярных массовых информационных источников на предмет выявления концептуальной модели деятельности инструктора плавания детей раннего возраста, позволил сформулировать требования к ней, заключающиеся в обязательном соблюдении требований и норм социального заказа, принципов, критериев, потреб-

ностей и мотивов, целеполаганий, целевыполнений и оценки результатов.

2. Функции инструктора плавания детей раннего возраста, определили желательные качества его личности, включающие психологические, педагогические способности, профессиональную мотивацию, социопсихопедагогические и самопрезентационные спо-

собности, которые поддерживают профессиональные компетенции.

3. Состав профессиональных компетенций инструктора плавания детей раннего возраста включают общепедагогические, специальные и личностные компетенции, которые обеспечивают самореализацию возможностей занимающихся и их родителей.

Список литературы:

1. Басов М. Я. Общие основы педологии. Спб.: Алетейя, Изд. 3-е, отв. ред. Е. В. Левченко. – 2007, – 776 с.
2. Биддалф С. До трех еще рано/С. Биддалф [пер. с англ. В. Колосовой]. – М.: РИПОЛ классик, – 2015. – 224 с.: ил. – (Сделай ребенка счастливым).
3. Божович Л. И. Проблемы формирования личности//Избр. психол. тр. – М.: Воронеж, – 1995.
4. Выготский Л. С. Собрание сочинений: В 6-и т. – М.: Педагогика, – 1983.
5. Гализубова Л. Н., Мещерякова С. Ю. Педагогика детей раннего возраста. – М.: ВЛАДОС, – 2007. – 230 с.
6. Дмитриева В. Г. Методика раннего развития Марии Монтессори. От 6 месяцев до 6 лет/В. Г. Дмитриева. – М.: Эксмо, – 2014. – 224 с. – (Популярное развивающие методики).
7. Ильин Е. П. Психология физического воспитания. – М.: Просвещение, – 1986. – 287 с.
8. Козырева О. А. Модель профессиональной компетентности педагога, работающего с детьми, имеющими устойчивые трудности в обучении. В: Начальная школа плюс До и После, – № 12, – 2004. – С. 50–55.
9. Козырева О. А. Феноменология профессиональной компетентности учителя. В: Educational technology & Society 11 (2) 2008. – С 361–363. – ISSN 1436–4522.
10. Коменский Я. А., Локк Д., Руссо Ж.-Ж., Песталоцци И. Г. Педагогическое наследие/Сост. В. М. Кларин, А. Н. Джуринский. – М.: Педагогика, – 1989–416 с. (Б-ка учителя).
11. Кондурар М. В. Понятия компетенция и компетентность в образовании. В: Вектор науки ТГУ, – № 1 (8). – 2012. – С. 189–192.
12. Крутецкий В. А. Психология обучения и воспитания школьников: книга для учителей и классных руководителей/В. А. Крутецкий. – М.: Просвещение, – 1976. – 303 с.
13. Куррикулум по воспитанию детей 1–7 лет в Республике Молдова. Ch.: S. n., – 2007 (Combinatul Polig.). – 108 с.
14. Лубышева Л. И. Концепция формирования физической культуры человека/ГЦИФК. – М., – 1992.
15. Мартенс Р. Социальная психология и спорт: Пер. С англ./Послеслов. В. И. Стоярова. – М.: Физкультура и спорт, – 1979. – 176 с., ил.
16. Матвеев Л. П. Теория и методика физической культуры: Учебник для институтов физической культуры. – М.: Физкультура и спорт, – 1991.
17. Немов Р. С. Психология. В 3-х кн. Кн. 1.: Общие основы психологии: учеб. для студ. высш. пед. учеб. заведений./Р. С. Немов. – 2013. – 687 с.
18. Новиков А. М., Новиков Д. А. Методология научного исследования. – М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», – 2010. – 280 с.
19. Сластёнин В. А. Педагогика: учебник для студ. учреждений высш. проф. образования/В. А. Сластенин, И. Ф. Исаев, Е. Н. Шиянов; под ред. В. А. Сластенина. – 11 е изд., стер. – М.: Издательский центр «Академия», – 2012. – 608 с.
20. Стандарты обучения и развития детей от рождения до 7 лет: Национальные стандарты для воспитателей/Min. Educației al Rep. Moldova; сотрудничали: Лариса Вьртосу, Ала Пынзарь, Надежда Велишко и др; нац. Эксперты: Аглайда Болбочану, Корнелия Чинчлей; междунар.эксперт: Михаела Йонеску. – К.: „Imprint Star”, SRL, – 2010. – 170 р.
21. Теория и методика физической культуры. Под ред. Ю. Ф. Курамшина. – М.: Советский спорт, – 2003. – 433 с.
22. Эльконин Д. Б. Избранные психологические труды. – М.: Педагогика, – 1989. – 560 с.

Информация об авторах

Милякова-Роман Е. В., доктор педагогических наук, лектор кафедры Теории и методики физической культуры Государственного университета физического воспитания и спорта

Адрес: Молдова, г. Кишинёв, улица Андрея Доги 22,

Телефон: +373 22 49 40 81, E-mail: mileakova@gmail.com

ORCID: <http://orcid.org/0000-0003-0518-7903>

Дорган В. П., доктор-хабилитат, профессор, проректор Государственного университета физического воспитания и спорта

Адрес: Молдова, г. Кишинёв, улица Андрея Доги 22,

Телефон: +373 22 49 40 81, E-mail: dorganviorelpetrovichi@gmail.ru

ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-6069-4329>

Вашенко М. А., докторант Теории и методики физической культуры Государственного университета физического воспитания и спорта

Адрес: Молдова, г. Кишинёв, улица Андрея Доги 22,

Телефон: +373 22 49 40 81, E-mail: marinavshcenko@mail.ru

ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-6445-8411>

Philology

Филология

UDC: 811.111:81'27–057.875

DOI: <http://dx.doi.org/10.20534/AJH-17-3.4-32-42>I. A. Artyomenko¹¹ Zaporozhye National University, Zaporozhye, Ukraine

FRATERNAL SOCIOLECT AS A REFLECTION OF CONCEPTUAL AND VALUE CUES PECULIAR TO FRATERNITY AND SORORITY MEMBERS

Abstract

Objective: to investigate the students' fraternal sociolect on the lexical level in order to identify and analyze culturally-specific standards and values dominating in the fraternal milieu of American students and determining the motivation of linguocreative capacities peculiar to its speakers reflected in this variety of American English.

Methods: discourse analysis, semantic analysis, seme analysis, structural analysis, lexicographic analysis, contextual analysis, method of classification.

Results: on analyzing the semantic and stylistic potential of the sociolectisms that form the fraternal sociolect of American students, we were able to identify and study some culturally-specific standards and values dominating in the fraternal milieu of American frats and sorors that determine the motivation of linguocreative capacities peculiar to the speakers of this variety of American English. The main features of the language world view inherent to American frats and sorors are represented by the Greek motives being distinctive for a number of onomastic and common sociolectisms, attachment to family life typical for relations within the societies in question, prejudiced attitude to outsiders, high level of criticism towards fraternal behaviour as well as heightened interest to entertainments, especially those connected with alcohol drinking. The values dominating in the milieu of the American fraternities and sororities make a direct influence on the language peculiarities of the representatives of this language group while forming the base for their motivation as for the self-attitude and attitude towards surrounding reality defining the peculiarities of their language behaviour in many ways.

Scientific novelty: for the first time on the basis of the up-to-date language material the article studies the fraternal sociolect of American students regarding it as a lingual subculture of the modern American linguosocium in order to identify and analyze the dominant conceptual and value cues peculiar to the language world view of its speakers.

Practical significance: the main provisions and conclusions of the article can be used in teaching practice while lecturing such theoretical courses as cultural language study and sociolinguistics in particular, also while compiling tutorials and manuals on the disciplines mentioned as well as in further investigations in the area of social dialects and the peculiarities of the language world views of their speakers.

Keywords: students' fraternities and sororities, sociolect, sociolectism, language world view, conceptual cues, value cues.

References:

1. Maslova V. A. Political discourse: language games or words games?: Political linguistics. Issue 1 (24). Yekaterinburg, – 2008. – P. 43–48 (in Russian).
2. Seryakova I. I. Political discourse and semiotic personality: Visnyk of Kyiv National Linguistic University. Series "Philology". – 2009. – Vol. 12. – Num. 2. – P. 115–120 (in Ukrainian).

3. Sobkin V. S., Abrosimova Z. B., Adamchuk D. V., Baranova Y. V. Deviation display in the teenage subculture: Psychology Problems. – 2004. Num. 3. – P. 3–18 (in Russian).
4. Bodnar R. V. Teenage sociolect as an object of linguistic investigations (on the basis of the English language): Language and conceptual world views: Collected papers. Kyiv: Kyiv National University. – 2004. – Num. 10. – P. 45–50 (in Ukrainian).
5. Bodnar R. V. Teenage sociolect as a reflection of the language world view: Visnyk of Zhytomyr State University. Series “Philological Sciences”. – Issue 39. – 2008. – P. 166–168 (in Ukrainian).
6. Menchen H. L. The American Language. N. Y.: A. A. Knopf, – 1998. – 777 p. (in English).
7. Martos S. A. Youth slang in modern English: World culture. – Issue 62. – Kyiv, – 2003. – P. 39–44 (in Ukrainian).
8. Stryha Y. V. Computer slang in modern English: origin and functioning: Papers on Romano-Germanic philology: Collected papers. Odessa National University named after I. I. Mechnykov. – Issue 1 (32). – 2014. – P. 186–191 (in Ukrainian).
9. Balabin V. V. Modern American military slang as a problem of translation. – Kyiv: Logos, – 2002. – 316 p. (in Ukrainian).
10. Klymenko O. L. Subcultures of American society and modern English vocabulary development: Visnyk of Sumy State University. Series “Philological Sciences”. – 2005. – Num. 6. – P. 5–11 (in Ukrainian).
11. Shveytser A. D. Social differentiation of the English language in the USA. – Moscow: Nauka, – 1983. – 216 p. (in Russian).
12. Semenets O. Y. Social context and language development: territorial and social differentiation of languages in developing countries. Kyiv: Vyshcha Shkola, – 1985. – 176 p. (in Russian).
13. Mechkovskaya N. B. Structural and social typology of languages. – Moscow: Flinta-Nauka, – 2006. – 158 p. (in Russian).
14. Selivanova O. O. The problem of language mixing in social linguistics: Language and society. Lviv National University named after I. Franko. – Issue 2. – P. 3–10 (in Ukrainian).
15. Shumarova N. P. Language competence in case of bilingualism. – Kyiv: Kyiv Linguistic State University, – 2000. – 284 p. (in Ukrainian).
16. Nichols J. Linguistic Diversity in Space and Time. Chicago: University of Chicago Press, – 2002. – 358 p. (in English).
17. Frumkina R. M. Psycholinguistics. – Moscow: Izdatel'skiy Tsentr “Akademia”, – 2006. – 166 p. (in Russian).
18. Yartseva V. N. Problems of language variability: historical aspect: World languages. Problems of language variability. – Moscow: Nauka, – 1990. – P. 4–26 (in Russian).
19. Mechkovskaya N. B. Social linguistics. – Moscow: Aspekt Press, – 2000. – 197 p. (in Russian).
20. Crystall D. English as a Global Language. Cambridge: Cambridge University Press, – 2003. – 229 p. (in English).
21. Holic N. American Fraternity Man. Beating Windward Press LLC, – 2013. – 430 p. (in English).
22. Higher Education: Handbook of Theory and Research. Ed. by J. C. Smart, W. G. Tierney. Vol. XIV. Agathon Press New York, – 1999. – 498 p. (in English).
23. African American Fraternities and Sororities: The Legacy and the Vision. Ed. by T. L. Brown, G. S. Parks, C. M. Philips. University Press of Kentucky, – 2012. – 485 p. (in English).
24. Karo A. Ruminations on Twentysomething Life. Simon & Shuster, – 2005. – 213 p. (in English).

Information about the author

Artyomenko Inna A., post-graduate student of the Chair of Theory and Practice of Translation from English, Zaporozhye National University

Address: 51928, Kamenskoye (Dneprodzerzhinsk), Dnepropetrovsk region, Ukraine, Nezavisimosti Bulvar 17/29

Tel.: +38 (098) 590-92-79

E-mail: inna-artyomenko@mail.ru

ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-2121-062>

И. А. Артеменко¹¹ Запорожский национальный университет, г. Запорожье, Украина

«БРАТСКИЙ» СОЦИОЛЕКТ КАК ОТРАЖЕНИЕ СИСТЕМЫ КОНЦЕПТУАЛЬНЫХ И ЦЕННОСТНЫХ ОРИЕНТИРОВ ЧЛЕНОВ СТУДЕНЧЕСКИХ «БРАТСТВ» И «СЕСТРИНСТВ»

Аннотация

Цель: изучить студенческий «братский» социолект на лексическом уровне с точки зрения отображения в нем культурно специфических норм и ценностей, доминирующих в студенческой «братской» среде и определяющих мотивацию лингвокреативного потенциала его носителей.

Методы: дискурсивный анализ, семантический анализ, семный анализ, структурный анализ, метод анализа словарных дефиниций, метод контекстуального анализа, метод классификации.

Результаты: анализ семантико-стилистического потенциала социолектизмов, наполняющих «братский» социолект американских студентов, дает возможность выявить и изучить особенности отражения в данной разновидности американского варианта английского языка культурно специфических концептов бытия «сестер» и «побратимов», а также системы концептуальных норм и ценностей, доминирующих в среде студенческих «братств» и «сестринств», определяющих мотивацию лингвокреативного потенциала носителей данного социолекта. Ключевыми характеристиками языковой картины мира американских «сестер» и «побратимов» является наличие «греческих мотивов», пронизывающих ряд социолектизмов как ономастического, так и нарицательного характера, проявление «семейственности» в отношениях внутри сообществ, предвзятое отношение к «аутсайдерам», высокая степень критичности в отношении «братского» поведения, а также повышенный интерес к сфере развлечений, связанных, в частности, с распитием спиртных напитков. Ценности, доминирующие в среде американских «братств» и «сестринств», оказывают непосредственное влияние на язык представителей данного языкового коллектива, формируя основу мотивации их отношения к себе и окружающей действительности, во многом определяя при этом особенности их речевого поведения.

Научная новизна: в статье впервые на новейшем языковом материале осуществляется социолингвистическое исследование студенческого «братского» социолекта как лингвальной субкультуры современного американского лингвосоциума с точки зрения выявления и анализа ключевых концептуальных и ценностных ориентиров языковой картины мира его носителей.

Практическая значимость: полученные результаты могут быть использованы в преподавательской практике, в частности, в преподавании таких теоретических курсов, как лингвокультурология и социолингвистика, при составлении учебных и методических пособий по указанным дисциплинам, а также в дальнейших исследованиях особенностей социальных диалектов и языковых картин мира их носителей.

Ключевые слова: студенческие «братства» и «сестринства»; социолект; социолектизм; языковая картина мира; концептуальные ориентиры; ценностные ориентиры.

ВВЕДЕНИЕ

На современном этапе развития лингвистических исследований внимание ученых все чаще концентрируется на проблемах изучения особенностей использования языка представителями разных социальных групп. В течение последних десятилетий в центр внимания ученых попадали проблемы изучения социолектных особенностей языка политических деятелей [1; 2], подростков [3; 4; 5], студентов [6; 7], пользователей компьютерного сленга [8], воен-

ного жаргона [9] и т. п. На стыке XX и XXI столетий наблюдается активизация исследований разных аспектов функционирования языка в молодежном лингвосоциуме, в числе которых отдельные особенности языка, речи и речевого поведения подростков [3; 4; 5], студентов [6; 7], представителей разных субкультурных течений [10].

На данном этапе развития языкознания активно формируется теоретико-методологическая база исследований в сфере социолингвистики, в рамках

которых ученые рассматривают проблемы социальной дифференциации языка [11; 12], социальные разновидности языков и формы их миксации [13; 14], проблему языковой ситуации и языковых контактов [15; 16; 17], а также языковой нормы и вариативности [18; 19], коллективного выбора языка [20] и т. п.

Одной из актуальных проблем современной англистики является исследование факторов развития словарного состава английского языка США как наиболее динамичного его варианта, в частности под влиянием некоторых его социолектных форм, среди которых заметно выделяется «братский» социолект американских студентов как представителей таких общественных объединений, как «братства» (fraternities) и «сестринства» (sororities) в системе высших учебных заведений США. Более того, данная проблема привлекает внимание ученых с точки зрения изучения языковых особенностей речи представителей отдельных социальных групп как способ отражения в их языковом сознании окружающей действительности, ментальности, их взглядов на мир, на общество, на самих себя.

ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

Предметом данного исследования является анализ семантико-стилистического потенциала социолектизмов, наполняющих студенческий «братский» социолект, с целью выявления ключевых концептуальных и ценностных ориентиров языкового сознания американских «сестер» (sorority members) и «побратимов» (fraternity members), находящих непосредственное отражение в лексической системе данного социолекта как субкультуре современного американского лингвосоциума.

В нашем исследовании мы оперируем термином «студенческие гендерные сообщества» для обозначения «братств» и «сестринств» в связи с такой их ключевой характеристикой, как однополость (gender exclusivity или single-sex membership). «Братства» и «сестринства» являются общественными объединениями студентов в колледжах и университетах Северной Америки, деятельность которых сосредоточена преимущественно на социальном аспекте, который заключается, например, в помощи бывшим членам «братств» и «сестринств» в ходе их адаптации в социуме по окончании вуза. Кроме этого, деятельность студенческих гендерных объединений также может быть направлена на осуществление разного рода общественных и благотворительных проектов, про-

фессиональное развитие «сестер» и «побратимов», поддержку их в плане научных исследований и т. п.¹

«Братский» социолект американских студентов является социально- и культурно обусловленным вариантом современного английского языка США, который сформировался под влиянием социокультурных факторов на основе социально-культурной общности американской студенческой молодежи и характеризуется определенными особенностями языкового поведения, типичными для всех или большинства его носителей. Данный социолект является своеобразной лингвальной субкультурой студентов американских вузов, в которой отражаются культурно специфические аспекты бытия, а также определенные нормы и ценности, доминирующие в среде представителей студенческих «братств» и «сестринств», и выступают ориентирами для вербального и невербального поведения его носителей.

Наиболее выразительно особенности «братского» социолекта американских студентов проявляют себя на уровне лексики. Пополнение и обновление лексической системы социолекта происходит в основном за счет собственных новообразований. Разного рода «неологизмы», чаще созданные самими «сестрами» и «побратимами» или же заимствованные ими из других субкультур, в большинстве являются понятными исключительно носителям социолекта, четко указывая при этом на социокультурную принадлежность говорящих. Кроме этого, лексическая система «братского» социолекта американских студентов представляет сферу интересов его носителей, а также их ценностные ориентиры, которые отражаются в языковой картине мира представителей студенческих гендерных сообществ как упорядоченной системе их суждений об окружающей действительности.

Целью данной статьи является выявление и анализ основных концептуальных и ценностных ориентиров языкового сознания американских «сестер» и «побратимов», которые находят отражение в их языковой картине мира и четко прослеживаются в ходе анализа семантико-стилистических особенностей лексической системы студенческого «братского» социолекта.

¹ Recognition and Governance of Undergraduate Social Fraternities and Sororities [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://provost.upenn.edu/policies/pennbook/2013/02/15/>

Итак, рассмотрим ключевые концептуальные и ценностные ориентиры, на которых базируется языковая картина мира членов студенческих «братств» и «сестринств» США.

1. «Греческие мотивы» в деятельности сообществ

Как известно, большинство «братств» и «сестринств» традиционно именуются буквами греческого алфавита (например, «братство» *Дельта Тета Сигма* (Delta Theta Sigma) или «сестринство» *Каппа Гамма* (Карра Карра Gamma) и др.), в связи с чем эти сообщества также известны под таким альтернативным наименованием, как «организации греческих букв» (Greek letter organizations). Согласно историческим данным, изначально североамериканские «братства» были тайными сообществами, деятельность которых основывалась на принципах и постулатах античной философии, одним из которых был, к примеру, следующий: «будь другом тому, с кем имеешь общие взгляды, интересы и цели». Считается, что именно постулаты древнегреческой философии послужили предпосылкой возникновения традиции наименования этих общественных организаций буквами греческого алфавита, в связи с чем «греческие мотивы» четко прослеживаются в лексической системе студенческого «братского» социолекта¹.

Прежде всего, они присутствуют в структурном и семантическом содержании определенного количества ономастических номинаций для обозначения официальных органов регулирования деятельности студенческих гендерных объединений, как, например: *Multiethnic Greek Council, Association of Greek Letter Organizations, National Panhellenic Conference, National Asian Pacific Islander American Panhellenic Association*, где лексема *Panhellenic* трактуется как «панэллинский», «всегреческий»².

Кроме этого, лексическая система «братского» социолекта содержит ряд нарицательных понятий, в семантическом содержании которых прослеживаются эти так называемые «греческие мотивы». В основном они представлены образованиями метафорического типа, как, например: *Greek world, Greek life, Greek population, Greek contacts, going Greek, Greek/Panhellenic*

¹ «Закрытые общества» в американских вузах: *Fraternities & Sororities* [Электронный ресурс] – Режим доступа: URL: <http://eduabroad.ru/journal/khachaturian/11>

² *Greek Terminology* [Электронный ресурс] – Режим доступа: URL: <http://www.fit.edu/greeklife/terminology.php>

*house*³ и т. п. Рассматривая в качестве источников иллюстративного материала некоторые интернет-издания, в которых студенты делятся собственным опытом и впечатлениями по поводу вступления в ряды студенческих объединений и непосредственного членства в них, находим такие иллюстративные примеры лексических единиц, обозначающих определенные особенности «греческого бытия»: *Grand Total = \$2156.00 over two years. And that's just what I spent on Greek related expenses alone. ... I had friends who rushed at bigger state universities and dues were over triple that. Per year. This means at a bigger school only the truly wealthy can afford to go Greek*⁴.

Иллюстративными в данном контексте выступают некоторые сложносокращенные слова, образованные на «греческий манер», например: *Prior to formal recruitment, it is the responsibility of the Head Pi Chi to educate and prepare all Pi Chis for their role as panhellenic counselors*⁵. Отметим, что в контексте деятельности студенческих гендерных сообществ термин *panhellenic counselor* служит обозначением официально назначенного советника для подготовки и инструктирования новичков в ходе процедуры вступления в ряды «братств» и «сестринств». Аббревиатура *Pi Chi* является аналогом полнозначного понятия *panhellenic counselor*, однако, как видим, вместо английских букв — PC — она сформировалась из букв греческого алфавита.

По такому же принципу было образовано сокращение *Rho Gamma* от *recruitment guide*, что также служит обозначением наставника для новичков на период процедуры вступления в члены сообществ из числа опытных «сестер» и «побратимов»: *I have been selected to have an interview in order to be a Rho Gamma or recruitment guide for formal recruitment in the fall. This is something that I really want, but I am incredibly nervous for the interview*⁶.

³ *Fraternity/Sorority Terminology* [Электронный ресурс] – Режим доступа: URL: http://www.elon.edu/e-web/students/greek_life/glterminology.xhtml

⁴ Bloom E. *Going Into Debt To Go Greek* [Электронный ресурс] – Режим доступа: URL: <https://thebillfold.com/going-into-debt-to-go-greek-d24bcf78c726>

⁵ *Recruitment Executive Board* [Электронный ресурс] – Режим доступа: URL: <https://www.ufpanhellenic.org/recruitment-executive-board>

⁶ *GreekChat* [Электронный ресурс] – Режим доступа: URL: <http://www.greekchat.com/gcforums/archive/index.php/t-133358.html>

Кроме аббревиатур, в числе сложносокращенных слов студенческого «братского» социолекта, содержащих «греческие мотивы», существуют некоторые образования контаминированного типа, например: *'Greekend' strives to unite sororities and fraternities. ... "Greek Week, or technically Greek Weekend for us, is something that a lot of greek systems do across the nation to promote unity between their own houses as well as with the independent community on their respective campuses," said sophomore Kate Newman, vice president of Programming for Panhellenic Association*¹, где *Greekend* от *Greek Weekend* служит обозначением трехдневного празднования — как правило, с пятницы до воскресенья — под конец «греческой недели» (*Greek Week*), которая является одним из наиболее ожидаемых событий в «греческом мире», в течение которой члены студенческих объединений принимают участие в масштабных общественных мероприятиях, осуществляют благотворительную деятельность, выполняют общественно-полезную работу, организуют соревнования и т. п.²

Среди сложносокращенных социолектизмов, в составе которых содержится сема «греческий», привлекает внимание такое образование, как *Greekcest* от *Greek incest*, служащее обозначением половой связи между студентами, принадлежащими к студенческой «братской» системе как единой «семье», в связи с чем связь такого характера в рядах студенческих «братств» и «сестринств» считается своего рода «кровосмешением»³. Анализ данного примера позволяет нам перейти к рассмотрению следующей характерной особенности языковой картины мира американских «сестер» и «побратимов», какой является «семейственность».

2. «Семейственность» внутри сообществ

Прежде всего, очевидно, что, будучи членами «братств» и «сестринств», студенты метафорически называют друг друга «братьями» и «сестрами» (*brothers* и *sisters*, *fraters* и *sorors* или же *bros* и *sorors* соответственно). Кроме этого, по окончании процедуры набора новичков опытные члены сообществ — *big brothers* и *big sisters*, — как правило, закрепляются

за новоиспеченными «сестрами» и «побратимами» — *little brothers* и *little sisters* — в качестве наставников: *In order to become a "big brother" or "big sister", you have to become a "little brother" or "little sister" first, and pledge to join a fraternity or sorority. Becoming a "big brother" or "big sister" in a Greek organization denotes that you get to become a role model to a "New Member" or "Pledge"*³.

В системе «семейных» отношений, присущих студенческим гендерным сообществам, можно проследить настоящую «династию» — *lineage*, где, кроме понятий *big/little brothers* и *sisters*, можно встретить и такие, как *grand big (g-big)* для обозначения «старшего брата» или «сестры» своего «старшего брата» или «сестры» (*your big brother's/sister's big brother/sister*), *grand little (g-little)* для обозначения «младшего брата» или «сестры» своего «младшего брата» или «сестры» (*your grand little's little*), а также *great grand big (GGbig)* и *great grand little (GGlittle)* для обозначения дальнейших отношений в пределах «братской семьи» по примеру настоящей, например: *Your lineage is your direct line in the sorority. It consists of you, your big, your grand big, your great grand big, etc.*⁴

Кроме этого, в составе «братских семей» существуют и такие «родственники», как «тети» (*aunts*), «двоюродные бабушки» (*grand aunts*), «двоюродные сестры» и «братья» (*cousins*), «двойняшки» (*twins*) и т. д.: *If anyone in your family has taken multiple littles (twins), then you will also have aunts, grand aunts, and cousins*⁴.

К тому же, такие общности в пределах одной династии (*lineage*) на самом деле именуют себя «семьями» (*families*), для каждой из которых характерным является наличие главы «семейства» — *patriarch* или *matriarch* в мужских и женских объединениях соответственно, например: *Most sororities split up lineages into families... Families generally consist of a matriarch, who either founded the family or was chosen by*

¹ Chen S. 'Greekend' strives to unite sororities and fraternities [Электронный ресурс] – Режим доступа: URL: <http://whitmanwire.com/news/greek/2009/04/16/>

² Greek Life Glossary [Электронный ресурс] – Режим доступа: URL: <https://www.montclair.edu/student-development-campus-life/greek-life/glossary/>

³ Going Greek: A Guide to Sorority and Fraternity Terminology and Symbolism [Электронный ресурс] – Режим доступа: URL: <https://www.youniversitytv.com/college-tips/going-greek-guide-sorority-fraternity-terminology-symbolism/>

⁴ Page R. A Breakdown of Sorority Family Terminology For Your Confusing, Ever Growing Lineage [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://totalsororitymove.com/a-breakdown-of-sorority-family-terminology/>

the previous **matriarch**, and the various lineages that have sprung from the founding **matriarch**¹.

Примером проявления «семейственного» характера отношений между членами студенческих «братств» и «сестринств» также может послужить наименование специальной «резиденции» того или иного сообщества, предназначенной для проведения определенных мероприятий и встреч «сестер» или «побратимов», термином *house*, который в контексте деятельности студенческих «братств» и «сестринств» можно встретить в таких сочетаниях, как *fraternity house* или *frat house*, *sorority house*, *Greek house* и т. п., например: “I pass **fraternity house** after **fraternity house**, **sorority houses**, left and right, all around me, but they are scattered between classroom buildings and dorms and bus stops and the campus YMCA and the Armory, and there’s no central Greek Row so there’s no pattern and no way to know exactly how to find **the Nu Kappa Epsilon house**” [21, С. 171].

Полной противоположностью «семейственных» отношений между членами студенческих гендерных сообществ является их предвзятое, а порой даже презрительное отношение к аутсайдерам.

3. Предвзятое отношение к аутсайдерам

Отдельная категория единиц в лексической системе «братского» социолекта представлена номинациями для обозначения «посторонних», то есть тех, кто не является членом «братской» системы. Эти термины могут носить как нейтральный характер, так и приобретать оттенок негативной оценки в некоторых контекстах. Среди нейтральных терминов, которые употребляются для обозначения «чужаков», можно встретить такое понятие, как *independents*, например: *Several recent studies have compared the moral development of Greeks with that of Independents using the Defining Issues Test...* [22, С. 331].

Помимо этого, для обозначения студентов, которые не входят в состав «братской семьи», существует такое понятие, как *unaffiliated*, то есть «самостоятельный», «независимый»: ...*However, they found that that the fraternity men’s GPAs were lower than those of unaffiliated male students, and that the grades of sorority members were not significantly different from those of unaffiliated women* [23, С. 402].

¹ Page R. A Breakdown of Sorority Family Terminology For Your Confusing, Ever Growing Lineage [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://totalsororitymove.com/a-breakdown-of-sorority-family-terminology/>

Более экспрессивной в этом плане является номинация *non greeks*, а также номинация *GDI* — *goddamn independent*, которая приобретает характер негативной оценки и в определенной степени выражает презрение по отношению к тем, кто пребывает за пределами «братской» семьи, например: *Greek students are viewed by non greeks as stuck up, and snobby. And the greeks view the non greeks as GDIs (God damn independents) that is what they like to be called as well*².

4. Критичность в отношении «братского» поведения

Определенные номинации, связанные с деятельностью студенческих «братств» и «сестринств» могут в свою очередь демонстрировать позитивное или же, наоборот, негативное отношение к характеру «братского» поведения отдельных членов студенческих сообществ.

Так, например, если «братский» поступок полностью соответствует традициям и уставу сообщества, его называют таким термином, как *total frat move*. В позитивном контексте по отношению к «побратиму», который чрезвычайно предан своему сообществу и демонстрирует достойный характер поведения, используется номинация *frat god*, а по отношению к «побратиму», который, при необходимости, всегда готов прийти на помощь и решить проблему кого-либо из своих «собратьев», используется термин *fratgineer*, который является контаминацией сочетания лексем *frat* и *engineer*³.

Когда кто-то из «побратимов» неожиданно начинает уклоняться от своих «братских» обязательств, перестает принимать участие в жизни сообщества, избегает общения с «побратимами» и в целом начинает вести себя ненадлежащим образом, его поведение характеризуется как *mid-frat crisis*⁴. По отношению к членам студенческих «сестринств», которые демонстрируют подобный характер поведения, не выполняя свои «сестринские» обязательства, используется такой термин, как *sister in bad standing*: A

² University of Alabama 2012: Off the Record [Электронный ресурс] – Режим доступа: URL: <https://books.google.ru/books>

³ Urban Dictionary [Электронный ресурс] – Режим доступа: URL: <http://www.urbandictionary.com>

⁴ Mechkovskaya N. B. Structural and social typology of languages. – Moscow: Flinta-Nauka, – 2006. – 158 p. (in Russia).

*sister falling below a 2.25 cumulative grade point average, missing more than the required amount of mandatory events (this includes fundraising, recruitment, community service, IGC, Panhellenic Council, NME, etc.), proper participation and cooperation (or lack thereof), missing three or more chapter meetings, or having outstanding fines/dues/late fees that are not being paid is to be in **Bad Standing** of the Delta Phi Epsilon Sorority. **Sisters in bad standing** can go to standards board in order to get out of bad standing for excessive absences, lack of cooperation and participation during mandatory events¹.*

Чрезвычайно недостойный характер «братского» поведения характеризуется термином *douchebaggery* в контексте деятельности студенческих объединений: *Our entire fraternity invariably loathed everything that Deltas did. They were our biggest rivals on Greek Row, stemming from a feud in 1984 when they unsuccessfully attempted to steal our cannon from the backyard, resulting in a never-ending war of pranks, theft and vandalism. It's impossible for hundreds of frat guys living on the same street to get along when they're trying to bang the same girls and sway the same rushes, but the Deltas' **douchebaggery** made the hatred exponentially worse².*

Очень часто термином *douchebaggery* члены обществ характеризуют поведение «чужаков», говоря о них как о «подонках» или «негодях» — *douchebags* — которые “practice *douchebaggery* — actions which *fratdaddies* and *sorostitutes* never engage in”.³ Однако, анализ определенного количества источников показывает, что и в пределах сообществ данный термин используется по отношению к тем «сестрам» и «побратимам», которые, будучи членами «греческой системы», ведут себя крайне неподобающим образом: *... I remember the drunk girls who would walk into the house late-night, coming home from the bar with boys they didn't know, **douche-bags** who'd plop into the couches and make comments like, “This is what a sorority house looks like?” and “What's it gonna take to get some three-some action, eh?”* [21, С. 416].

По отношению к характеру «братского» поведения с определенным оттенком негатива могут также использоваться такие термины, как, например, *frat star*, который служит обозначением члена студенческого объединения, считающего себя лучше других

и демонстрирующего надменный стиль поведения по отношению к ним, при чем «совокупность» таких «звезд», в свою очередь, метафорически именуется термином *frat galaxy* — «братская галактика». По отношению к слишком высокомерным членам студенческих объединений используются и такие термины, как *frat fodder* и *frat princess*, при чем, следует отметить, что последний пример применим как по отношению к девушкам, так и по отношению к парням. Термином *frat fruit* называют члена «братского» сообщества, который характеризуется скрытностью и склонностью вести в определенной степени загадочный для остальных образ жизни и т. п.³

5. «Особое» отношение к развлечениям и распитию спиртного

Среди ценностных ориентиров, которые прослеживаются в языковой картине мира американских «сестер» и «побратимов», внимание привлекает немалое число номинаций, отражающих их «особое» отношение к развлечениям, в особенности — к спиртным напиткам и процессу их употребления. В числе номинаций, касающихся досуга и отдыха членов студенческих сообществ, преимущественное их большинство связано именно с этой особенностью. Данная тенденция свидетельствует о том, что употребление спиртных напитков является неотъемлемой частью жизнедеятельности членов студенческих объединений, что считается одним из наиболее негативных аспектов существования этих общественных организаций⁴.

Так, к примеру, в сфере развлечений американских «сестер» и «побратимов» существует такое понятие, как *late-night party* или *late-night: **Late-night at the fraternities is a popular way to end the night. On party weekends like Midwinters or Easters, the university sponsored one or two main events, but fraternities hosted ball games, teas, cocktail hours, and **late-night parties**, filling in the schedule with activities from ten in the morning to the wee hours of the night***⁵. Как видим из приведенного примера, термин *late-night party* применим в том случае, когда по окончании запланированной вече-

³ Мечковская Н. Б. Структурная и социальная типология языков/Н. Б. Мечковская. – М.: Флинта-Наука, – 2006. – 158 с.

⁴ Menchen H. L. The American Language. N. Y.: A. A. Knopf, – 1998. – 777 p. (in English).

⁵ The University of Virginia: A Pictorial History [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://books.google.ru/books>

¹ Delta Phi Epsilon Mu By-Laws

² Bolen W. R. TFM: Total Frat Move [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://totalfratmove.com/book/>

ринки или какого-либо другого мероприятия бары и клубы уже закрыты, но «сестры» и «побратимы» хотят «продолжения», которое, как правило, происходит на территории какой-либо из «братских» или «сестринских» резиденций и длится до раннего утра (wee hours). Более образными в данном контексте являются такие метафорические сочетания, как *pre-game* или *pre-bar*, например: *The pre-game (also known as pre-drink or pre-bars) is a money-saving skill I learned in my fraternity days* [24, С. 74]. При этом термином *frat-o'clock* обозначают стадию, когда участники такого «мероприятия» достигли состояния чрезвычайно сильного алкогольного опьянения¹.

Об «особом» отношении «сестер» и «побратимов» к развлечениям, связанным с распитием спиртных напитков, свидетельствуют и другие примеры «братских» социолектизмов. Так, например, заядлую посетительницу баров и клубов, которая бывает там почти каждый вечер, в кругу «сестер» и «побратимов» принято метафорически называть термином *bar belle*, т. е. «царицей бара», а так называемую «совокупность» «сестер» и «побратимов», которые принадлежат к разным сообществам, но при этом хорошо знают друг друга благодаря регулярным посещениям таких заведений, называют термином *bar association*, т. е. «ассоциацией» их регулярных завсегдатаев².

Что касается самих спиртных напитков, то для их обозначения в лексиконе американских «сестер» и «побратимов» существует определенное количество преимущественно метафорических номинаций, среди которых наиболее иллюстративными являются, например, такие, как *frat fuel* («братское топливо»), *frat water* («братская вода»), *fraternity soda* («братская содовая»), *frat grenade* («братская зажигательная смесь»), *frat juice* («братский сок» или более образно — «братское топливо») и др. Кроме этого, термином *frat fondue* обозначают смесь спиртных напитков, которые старожилы сообществ выливают в обыкновенную бутылку или посуду и предлагают выпить «неопытным» новичкам с целью подшутить над ними. Также «побратимы» любят готовить спе-

циальную смесь из фруктовых колечек (fruit loops) и какого-либо спиртного напитка, которая, в свою очередь, получила название *frat loops*, т. е. «братские колечки» в контексте деятельности студенческих «братств» и «сестринств»³.

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Осуществленный нами анализ семантико-стилистического потенциала социолектизмов, наполняющих «братский» социолект американских «сестер» и «побратимов», дал следующие результаты. В ходе исследования нам удалось выявить и изучить особенности отражения в данной разновидности американского варианта английского языка ряда концептуальных норм и ценностей, доминирующих в среде студенческих «братств» и «сестринств» и определяющих мотивацию лингвокреативного потенциала носителей данного социолекта.

Так, в семантическом и структурном содержании определенного количества социолектизмов (в том числе и ряда ономастических номинаций) четко прослеживается наличие так называемых «греческих мотивов», связанных с традицией (которая берет начало со второй половины XIX ст.) наименования большинства сообществ буквами греческого алфавита. В связи с такой особенностью в языковой картине мира американских «сестер» и «побратимов» прослеживается ощущение причисления себя ими к «греческой» системе, а всех и всего, что не связано с деятельностью сообществ, принято считать «внешним», «чужим», «не греческим» (“non greek”).

Находясь в составе общественных организаций, именующих себя «братствами» и «сестринствами», очевидно, что члены сообществ называют себя и друг друга «братьями» и «сестрами», рассматривая такое родство как принадлежность к одной большой «братской» семье (fraternal family). Однако, детальный анализ лексической системы социолекта дал возможность выявить целую систему родственных отношений в пределах сообществ, которые не ограничиваются лишь «братскими» или «сестринскими» узлами, но также формируют целые династии (fraternal lineages), в составе которых можно наблюдать и таких родственников, как «матери», «отцы», «тети», «двоюродные бабушки/дедушки», «двоюродные

¹ Мечковская Н. Б. Структурная и социальная типология языков/Н. Б. Мечковская. – М.: Флинта-Наука, – 2006. – 158 с.

² Клименко О. Л. Субкультури американського суспільства та розвиток словникового складу сучасної англійської мови/О. Л. Клименко//Вісник Сум. держ. ун-ту. – Серія: Філол. науки. – 2005. – № 6. – С. 5–11.

³ Мечковская Н. Б. Структурная и социальная типология языков/Н. Б. Мечковская. – М.: Флинта-Наука, – 2006. – 158 с.

братья/сестры», «двойняшки», «прабабушки/прадедушки» и т. п.

Полной противоположностью такой «семейственности» внутри сообществ является предвзятое, а порой и крайне неуважительное отношение к студентам, которые не входят в состав «греческой семьи» (Greek family), что проявляется в ряде номинаций с оттенком негативной оценки для обозначения «аутсайдеров» как чего-то неприемлемого и недостойного в понимании действующих «сестер» и «побратимов».

Однако в языковом поведении членов студенческих сообществ прослеживается также высокая степень критичности и в отношении «братского» поведения «себе подобных», что может носить характер как позитивной, так и крайне негативной оценки в зависимости от того, соответствует поведение того или иного члена сообщества его уставу и традициям или же им противоречит.

Среди ценностных ориентиров и интересов американских «сестер» и «побратимов», находящих отражение в их языковом сознании, можно выделить их повышенный интерес к разного рода развлечениям, в частности, связанным с распитием спиртных напитков, о чем свидетельствует ряд номинаций для обозначения мероприятий такого характера, любителей таких мероприятий из числа членов студенческих сообществ, номинаций для обозначения самих спиртных напитков, часто свидетельствующих об их

достаточно «высоком» статусе в сознании «сестер» и «побратимов», а также номинаций для обозначения разных стадий алкогольного опьянения.

ВЫВОДЫ

Как субкультура современного американского лингвосоциума, «братский» социолект американских студентов репрезентует сферу интересов его носителей, а также ряд концептуальных и ценностных ориентиров, находящих отражение в языковой картине мира «сестер» и «побратимов» как упорядоченной системе их оценочных суждений об окружающем мире, других людях и самих себе. Ценности, доминирующие в среде американских «братств» и «сестринств», осуществляют непосредственное влияние на язык представителей данного языкового коллектива, формируя при этом основу мотивации их отношения к себе и окружающей действительности, во многом определяя особенности их языкового поведения. В целом, «братский» социолект является лингвистической составляющей американской студенческой субкультуры «братств» и «сестринств», поскольку в его лексической системе находят отражение культурно специфические концепты бытия членов данных общественных организаций. Дальнейшее изучение студенческого «братского» социолекта предполагает исследование гендерного аспекта использования социолектизмов, а также коммуникативных стратегий и тактик в разных ситуациях речевого взаимодействия.

Список литературы:

1. Маслова В. А. Политический дискурс: языковые игры или игры в слова? / В. А. Маслова // Политическая лингвистика. – Вып. 1 (24). – Екатеринбург, – 2008. – С. 43–48.
2. Серякова І. І. Політичний дискурс та семіотична особистість / І. І. Серякова // Вісн. Київ. нац. лінгвістичного ун-ту. Серія «Філологія». – 2009. – Т. 12. – № 2. – С. 115–120.
3. Собкин В. С. Проявление девиации в подростковой субкультуре / В. С. Собкин, З. Б. Абросимова, Д. В. Адамчук, Е. В. Баранова // Вопросы психологии. – 2004. – № 3. – С. 3–18.
4. Боднар Р. В. Соціолект підлітків як об'єкт лінгвістичних досліджень (на матеріалі англійської мови) / Р. В. Боднар // Мовні і концептуальні картини світу: Зб. наук. праць. – К.: КНУ, – 2004. – № 10. – С. 45–50.
5. Боднар Р. В. Соціолект підлітків як відображення ціннісної картини світу / Р. В. Боднар // Вісн. Житомирського держ. ун-ту. Серія «Філологічні науки». – Вип. 39. – 2008. – С. 166–168.
6. Menchen H. L. The American Language / H. L. Menchen. – N. Y.: A. A. Knopf, – 1998. – 777 p.
7. Мартос С. А. Молодіжний сленг: міф чи реальність? / С. А. Мартос // Культура слова. – Вип. 62. – К., – 2003. – С. 39–44.
8. Стрига Е. В. Комп'ютерний сленг у сучасній англійській мові: походження та функціонування / Е. В. Стрига // Записки з романо-германської філології: зб. наук. праць. – Одеський нац. ун-т ім. І. І. Мечникова. – Вип. 1 (32). – 2014. – С. 186–191.

9. Балабін В. В. Сучасний американський військовий сленг як проблема перекладу/В. В. Балабін. – К.: Логос, – 2002. – 316 с.
10. Клименко О. Л. Субкультури американського суспільства та розвиток словникового складу сучасної англійської мови/О. Л. Клименко//Вісник Сум. держ. ун-ту. – Серія: Філол. науки. – 2005. – № 6. – С. 5–11.
11. Швейцер А. Д. Социальная дифференциация английского языка в США/А. Д. Швейцер. – М.: Наука, – 1983. – 216 с.
12. Семенец О. Е. Социальный контекст и языковое развитие: территориальная и социальная дифференциация языка в развивающихся странах/О. Е. Семенец. – К.: Вища школа, – 1985. – 176 с.
13. Мечковская Н. Б. Структурная и социальная типология языков/Н. Б. Мечковская. – М.: Флинта-Наука, – 2006. – 158 с.
14. Селіванова О. О. Проблема міксації мов у соціолінгвістиці/О. О. Селіванова//Мова і суспільство. – Львів. нац. ун-т ім. І. Франка. – Вип. 2. – С. 3–10.
15. Шумарова Н. П. Мовна компетенція в ситуації білінгвізму/Н. П. Шумарова. – К.: КЛДУ, – 2000. – 284 с.
16. Nichols J. Linguistic Diversity in Space and Time/J. Nichols. – Chicago: University of Chicago Press, – 2002. – 358 p.
17. Фрумкина Р. М. Психолінгвістика/Р. М. Фрумкина. – М.: Изд. центр «Академия», – 2006. – 166 с.
18. Ярцева В. Н. Проблемы языкового варьирования: исторический аспект/В. Н. Ярцева//Языки мира. Проблемы языковой вариативности. – М.: Наука, – 1990. – С. 4–26.
19. Мечковская Н. Б. Социальная лингвистика/Н. Б. Мечковская. – М.: Аспект Пресс, – 2000. – 197 с.
20. Crystall D. English as a Global Language/D. Crystall. – Cambridge: Cambridge University Press, – 2003. – 229 p.
21. Holic N. American Fraternity Man/N. Holic. – Beating Windward Press LLC, – 2013. – 430 p.
22. Higher Education: Handbook of Theory and Research/ed. by J. C. Smart, W. G. Tierney. – Vol. XIV. – Agathon Press New York, – 1999. – 498 p.
23. African American Fraternities and Sororities: The Legacy and the Vision/ed. by T. L. Brown, G. S. Parks, C. M. Philips. – University Press of Kentucky, – 2012. – 485 p.
24. Karo A. Ruminations on Twentysomething Life/A. Karo. – Simon & Shuster, – 2005. – 213 p.

Информация об авторе

Инна Александровна Артеменко, аспирант кафедры теории и практики перевода с английского языка, Запорожский национальный университет

Адрес: 51928 Украина, Днепропетровская обл., г. Каменское (Днепродзержинск), б-р Независимости, 17–29, Тел.: +38 (098) 590-92-79

E-mail: inna-artyomenko@mail.ru

ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-2121-4062>

N. V. Gabdreteva¹D. A. Tishkina¹E. V. Musina¹T. V. Marsheva²E. V. Martynova²¹ Kazan National Research Technical University named after A. N. Tupolev-KAI² Kazan Federal University

SOME ISSUES OF ACHIEVING THE ADEQUACY OF TRANSLATION

Abstract

Objective: The article considers one of the most important translation aspects – the pragmatic one to achieve the adequacy of translation and to highlight the main ways of text pragmatic adaptation when translating from English and French into Russian.

Methods: in the article the comparative method, the method of synchronic linguistic description, the method of component analysis and quantitative-statistical method are used.

Results: comparing the translation into typologically different languages, we may consider the different ways of lexical, semantic and stylistic meanings – to get the adequate communicative impact on the recipient the translator reinterprets the original text and applies different strategies to achieve adequacy.

Practical relevance: the key issues and conclusions of the article may be used in scientific and teaching processes to consider the pragmatic adaptation when translating into languages with different structures.

Keywords: text, translation, pragmatic adaptation, translation transformations, stylistic and syntactic devices, translation adequacy.

References:

1. Vagapova L. L. Pragmatichesky aspekt perevoda [Elektronnyy resurs] / L. L. Vagapova, 2009. – URL: http://sam-lib.ru/w/wagapow_a_s/pragm-aspect.shtml (data obrashcheniya: 9.10.2015).
2. Gabdreteva N. V. Istoriya frantsuzskoy leksiki v russkikh raznovremennykh perevodakh / N. V. Gabdreteva // Izd. 2-e, ispr. i dop. – M.: LENAND, – 2011. – 304 s.
3. Gabdreteva N. V., Marsheva T. V. Lakuny i perevod // Vestnik Chuvashskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta im. I. Ya. Yakovleva. – 2016. – № 2 (90). – S. 26–35.
4. Martynova Ye. V. Lingvokulturologichesky analiz istorii razvitiya yumora v SShA / Ye. V. Martynova // Mezhdunarodny nauchno-issledovatel'skiy zhurnal. – 2016. – № 8 (50). – S. 121–123.
5. Mordovin A. Yu. Korpus tekstov kak alternativa slovaryu i korpusnaya pragmatika perevoda / A. Yu. Mordovin // Vestnik Nizhegorodskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta. Problemy perevoda i perevodovedeniya. – 2011. – № 16. – S. 141–150.
6. Musina Ye. V. Leksiko-stilistichesky allomorfizm v sisteme raznostrukturnykh yazykov (na materiale perevodov): Dis. ... kand. filol. nauk / Ye. V. Musina. – Cheboksary, – 2013. – 162s.
7. Tishkina D. A. Frazelogicheskiye edinit'sy s komponentom-zoonimom v anglyskom i russkom yazykakh: so-postavitel'nyy analiz: Dis. ... kand. filol. nauk / D. A. Tishkina. – Kazan, – 2008. – 166 s.
8. Golsuorsi Dzh. Saga o Forsaytakh: t. I. (Per. s angl. pod red. M. Loriye) / Dzh. Golsuorsi. – M.: Khudozh. lit-ra, – 1982. – 847 s.
9. Dzherom K. Dzherom izbrannyye proizvedeniya v dvukh tomakh T.1 Troye v odnoy lodke, ne schitaya sobaki. – M.: Gosudarstvennoye izdatel'stvo khudozhestvennoy literatury, – 1957. – 504 s. (per. M. Sal'ye)

10. Dzherom K. Dzherom Troye v odnoy lodke (ne schitaya sobaki). – Leningrad: Gosudarstvennoye izdatelstvo detskoy literatury ministerstva prosveshcheniya RSFSR, – 1959. (perev. M. Donskoy i E. Linetskaya)
11. Dzherom K. Dzherom Troye v odnoy lodke (krome sobaki). – Moskva: Knigoizdatelstvo “Polza” V. Antik i K^o, – 1911. – 202 s. (perev. M. Engelgardt)
12. Franoise Sagan “Bonjour, tristesse”/Zdravstvuy, grust – parallelnye teksty/F. Sagan // – URL: http://french-book.net/text/Biblio/Par/Sagan/bonjour_tristesse_fr_ru.html (data obrashcheniya: 2.10.2014)
13. Franoise Sagan “Un peu de soleil dans l’eau froide”/Nemnogo solntse v kholodnoy vode – parallelnye teksty/F. Sagan // – URL: http://www.french-book.net/text/Biblio/Par/Sagan/un_peu_de_soleil_fr_ru.html (data obrashcheniya: 9.10.2015).
14. Galsworthy J. The Man of Property/J. Galsworthy. – M.: Izd-vo “Menedzher”, – 2005. – 384 s.
15. Jerome K. Jerome Three Men in a Boat (to Say Nothing of the Dog). Novosibirsk: Sib. univ. izd-vo, – 2010. – 160 s.

Information about the authors

Gabdreeva Natalia Viktorovna, Doctor of Philology, professor of the department of Russian and Tatar languages, Kazan National Research Technical University named after A.N. Tupolev (“KNITU-KAI”)

Address: 420111, 10, K. Marx str., Kazan

Tel.: +7(843) 231-01-09

E-mail: n.gabdreeva@mail.ru

ORCID 0000-0003-0816-2672

Tishkina Diana Alekseevna, Candidate of Philology, associate professor of the department of Foreign Languages, Kazan National Research Technical University named after A.N. Tupolev (“KNITU-KAI”)

Address: 420111, 10, K. Marks str., Kazan.

Tel.: +7 (843) 231-01-09

E-mail: tishkina_diana@mail.ru

ORCID 0000-0003-1233-5839

Musina Elena Vladimirovna, Candidate of Philological Sciences, associate professor of the department of Foreign languages, Kazan National Research Technical University named after A.N. Tupolev (“KNITU-KAI”)

Address: 420111, 10, K. Marks str., Kazan.

Tel.: +7 (843) 231-01-09

E-mail: musinaev@rambler.ru

ORCID 0000-0002-3652-9833

Martynova Ekaterina Vladimirovna, lecturer of the department of foreign languages for Physics and Mathematics and Information Technologies, Kazan Federal University

Address: 420008, 18, Kremlevskaya str., Kazan

Tel: +7(843) 233-71-09

E-mail: katerinamarty@yandex.ru

ORCID 0000-0001-5883-0718

Marsheva Tatyana Vladimirovna, senior lecturer of the department of foreign languages for Physics and Mathematics and Information Technologies, Kazan Federal University

Address: 420008, 18, Kremlevskaya str., Kazan

Tel: +7(843) 233-71-09

E-mail: tatyana0509@mail.ru

ORCID: 0000-0001-9065-2229

Н.В.Габдреева¹Д.А.Тишкина¹Е.В.Мусина¹Т.В.Маршева²Е.В.Мартынова²¹ Казанский национальный исследовательский технический университет им А.Н. Туполева-КАИ² Казанский федеральный университет им А.Н. Туполева

НЕКОТОРЫЕ ВОПРОСЫ ДОСТИЖЕНИЯ АДЕКВАТНОСТИ ПЕРЕВОДА

Аннотация

Цель: Целью данной статьи является рассмотрение одного из наиболее важных аспектов перевода – прагматического, для достижения адекватности переводимого текста и выделение основных способов реализации прагматической адаптации текста при выполнении переводов с английского и французского языков на русский.

Методы: в работе были использованы сравнительно-сопоставительный метод, метод синхронного лингвистического описания, метод компонентного анализа и количественно-статистический метод.

Результаты: сопоставляя переводы на типологически различные языки наблюдаются различные способы выражения лексического-семантического и стилистического значений – для получения адекватного коммуникативного воздействия на реципиента переводчик переосмысливает исходный текст, и применяет различные стратегии достижения адекватности.

Практическая значимость: основные положения и выводы статьи могут быть использованы в научной, педагогической деятельности при рассмотрении вопросов реализации прагматической адаптации в переводах на разноструктурные языки.

Ключевые слова: текст, перевод, прагматические адаптации, трансформации, стилистические и синтаксические приемы, адекватность перевода.

ВВЕДЕНИЕ

Перевод является сложным и интересным процессом, который начал изучаться чуть ли не с момента своего возникновения. Переводчик в данном процессе является профессионалом, который способен работать с корпусом текста, выделяя «уместность или правильность определенного синонима или варианта сочетаемости в определенном контексте», то есть прагматически адаптировать текст перевода [5, С. 148].

Несмотря на значительное количество работ, посвященных общим и частным вопросам перевода, тема эта не теряет актуальности в связи с введением в оборот новых источников и привлечением различных языковых систем с целью сравнительного изучения отдельных языковых явлений и типологических признаков сравниваемых языков. В определенном смысле термин «перевод» и сегодня недостаточно хорошо изучен и описан. Доказательством этого является множество его различных трактовок, споры о критериях адекватного перевода, прагматики перевода и т. д.

Целью нашей работы — установление и описание алломорфных и изоморфных способов передачи/выражения единиц различного уровня в разноструктурных языках для достижения адекватности перевода на примере оригинальных английских и французских текстов различных жанров, и стилей и их переводов на русский язык.

Объектом настоящего исследования стали лексико-семантические и стилистические особенности типологически различных языков, а также некоторые сложности при передаче безэквивалентной лексики и фразеологических единиц.

Предметом исследования являются различные способы реализации прагматической адаптации оригинальных английских и французских текстов на русский язык.

Материалы и методы исследования

Материалом исследования послужили: художественные произведения Ф. Саган «Здравствуй, Грусть!» и «Немного солнца в холодной воде»

и их переводы на русский и английский языки, художественное произведение Дж. К. Джерома «Трое в лодке, не считая собаки» и его одновременные переводы на русский язык, произведение Дж. Голсуорси «Сага о Форсайтах», а также переводы американских стендаперов на русский язык. Данный материал позволяет ярко продемонстрировать особенности сравниваемых языков и их структурные сходства и различия.

В ходе работы были использованы следующие методы: сравнительно-сопоставительный, метод синхронного лингвистического описания, метод компонентного анализа, количественно-статистический метод.

ОПИСАНИЕ И РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

В русском сравнительно-историческом языкознании существовал период, который можно охарактеризовать двумя противоположными тенденциями с точки зрения привлечения в качестве материала исследования переводной литературы: одни ученые категорически отрицали перевод в качестве полноценного источника, ссылаясь на субъективность, другие видели преимущества этого вида памятников, позволяющие выявить специфические сведения. Несомненную важность этого вида памятников отмечали М. П. Алексеев, В. Комиссаров, Ю. С. Сорокин, Б. А. Успенский, Г. Хюттль-Ворт, Е. Э. Биржакова, Л. А. Войнова, Л. Л. Кутина. Современные исследователи не только включают переводные произведения в состав источников, но проводят анализ различных лингвистических явлений исключительно на этом материале. Как самостоятельный источник изучения языковых средств этот вид памятников все чаще привлекает внимание современных ученых. В качестве основного мы использовали метод, широко известный сегодня, а в 60-е гг. одной из первых его применила в Лос-Анджелесе Г. Хюттль-Ворт: сравнение оригинала и перевода. Результаты сопоставления переводов с текстами французских и английских произведений обнаруживают специфические данные, которые могут быть извлечены лишь из данного вида памятников, а именно через переводческие трансформации, системные способы передачи различных языковых единиц становится возможным выявление сходств и различий сравниваемых языковых систем. В настоящей статье мы остановимся лишь на некоторых особенностях в стилистическом и семантико-структурном аспектах.

Важнейшим фактором исследования заявленных целей является прагматическая адаптация.

По Л. Л. Вагаповой, прагматическая адаптация — «внесение определенных поправок на социально-культурные, психологические и иные различия между получателем оригинального и переводного текста» [1, С. 55]. Это означает, что при переводе на разнотипологические языки, необходимо учитывать не только типологические различия языковых систем, но и различия культурологического характера. Важнейшей составляющей являются авторские интенции, выраженные при помощи различных языковых средств, функционально значимых в сравниваемых языках и не всегда совпадающих.

Данные адаптации могут происходить различными способами. Во-первых, сюда можно отнести лексико-семантические трансформации, например:

And, with the first blow, he would smash his thumb, and drop the hammer, with a yell, on somebody's toes. («Three men in a boat (to say nothing of the dog» Jerome K. Jerome, с. 21).

Первым же ударом он попадает себе по большому пальцу и с воплем роняет молоток прямо кому-то на ногу. («Трое в одной лодке, не считая собаки» перев. М. Салье, с. 54).

Английское слово *toes* (пальцы на ногах), заменили русским словом *нога*, то есть пришлось прибегнуть к гиперонимическому преобразованию), т. к. фраза «молоток упал на пальцы ног» звучит для русского читателя непривычно. Переводчик вынужден генерализировать видовое понятие *toe* по причине асимметрии лексико-семантических систем, поскольку использование в данном конкретном случае такого узкого по объему понятия слова в русском языке вряд ли возможно.

Еще один вариант трансформаций, который также отражает несоответствие в переводе — семантическая модуляция целостного преобразования, где преобразуется целая семантическая единица:

Mais Cyril me plut. Il était grand et parfois beau, d'une beauté qui donnait confiance» (F. Sagan «Bonjour, Tristesse»).

Но Сирил **мне понравился**. Он был рослый, временами красивый, и его красота располагала к себе («Здравствуй, Грусть» перев. Ю. Яхниной!).

But Cyril **was different**. He was tall and almost beautiful, with the kind of good looks that immediately inspires one with confidence («Hello, Sadness» перев. I. Ash).

Этот пример показывает чувства девушки к молодому человеку. В русском и французском вариантах используется прием полного эквивалента, тогда как в переводе

на английский язык, используется способ модуляции целостного преобразования: But Cyril was different — Сирилл был другим, поэтому импонировал мне.

Следующий яркий пример лексико-семантической трансформации, демонстрирует различия культурологического характера, различия жизни людей России и Франции:

Il s'asseyait alors dans son lit, attrapait la bouteille d'eau à son côté... («Un peu de soleil dans l'eau froide» F. Sagan)

Тогда он садился на постели, хватал не глядя стоящую под рукой **бутылку минеральной воды**... («Немного солнца в холодной воде» перев. Н. Немчинова)

Так, в оригинале текста используется фраза «la bouteille d'eau», которая переводится на русский язык как «бутылка воды». В русском переводе Н. Немчиновой используется прием конкретизации, так как на момент перевода в России не использовали обычную бутилированную воду, в основном производили минеральную. Поэтому понятие «бутылка минеральной воды» ближе для российского сознания.

Рассмотрим пример из другого произведения, демонстрирующий различия в лексическом употреблении:

We passed a very pretty little hotel, with clematis and creeper over the porch ... («Three men in a boat (to say nothing of the dog)» Jerome K. Jerome, с. 95).

Нам попался очень миленький отель с пучком лозы и **живучки** над входом... («Трое в одной лодке (кроме собаки)» перев. М. Энгельгардта, с. 122)

Английское слово «creeper» переводится на русский «ползучее растение». В переводе используется прием конкретизации. Переводчик вынужден конкретизировать родовое понятие creeper поскольку использование в данном конкретном случае такого широкого по объему понятия слова в русском языке звучит непривычно для русскоязычного читателя.

Прагматический аспект перевода также затрагивает и стилистические адаптации текста, то есть способы передачи лексических и синтаксических стилистических приемов, используемых в тексте оригинала и его переводе.

В качестве примера рассмотрим следующий отрывок, который демонстрирует синтаксические различия в языке перевода:

Morts... les mots étaient **morts** («Un peu de soleil dans l'eau froide» F. Sagan).

Мертвые, мертвые слова («Немного солнца в холодной воде» перев. Н. Немчинова).

Автором оригинального текста используется прием обрамления, которое выделяет в данном случае слово «morts» — «мертвый». В русском варианте переводчик использует синтаксическую редупликацию, связанную с эмоциональным планом высказывания, также выделяющим слово «мертвые». Так, в данном примере автор оригинала и переводчик достигают одного и того же эффекта различными способами.

Аналогичный пример, подчеркивающий синтаксические различия двух разноструктурных языков, можно встретить и в произведениях великого английского классика Дж. Голсуорси:

I should say the grey mare was the better horse! (Galsworthy 2005: 83).

Она будет держать его под каблучком! (Голсуорси 1982: 90).

Вместо выражения *the grey mare is the better horse*, которое означает *жена верховодит в доме*, переводчик выполнил адекватную лексическую замену и применил другое устойчивое выражение с изменением синтаксиса предложения.

Помимо синтаксических стилистических различий, в переводах ярко отображаются лексические стилистические особенности типологически различных языков. Приведем пример:

What the eye does not see, the stomach does not get upset over. («Three men in a boat (to say nothing of the dog)» Jerome K. Jerome, с. 111).

Чего не видит око, того и не чувствует желудок. («Трое в лодке (не считая собаки)» перев. М. Донского и Э. Линецкой, с. 175).

В своем произведении Дж. К. Джером перефразирует известную поговорку «What the eye does not see, the heart does not grieve over» — пословица «чего глаз не видит, по том сердце не болит; ~ с глаз долой — из сердца вон. [16, С. 256]. В русском переводе удалось передать авторскую аллюзию.

Особый интерес могут представлять способы передачи фразеологических единиц с английского языка на русский:

«This fellow», he thought, «may not be a scamp; his face is not a bad one, but he's a queer fish» (Galsworthy 2005: 128)

Может быть, он и не мерзавец, — думал старый Джолион. — У него хорошее лицо, но **что-то странное в нем есть**... (Голсуорси 1982: 127)

В данном примере выбран лексический способ перевода фразеологической единицы *an odd (a queer*

или *a strange*) *fish*, которое означает *странный, чужак*, что является семантическим соответствием фразеологической единицы языка-источника.

Worst of all, he had no hope of shaking her resolution: she was as obstinate as a mule, always had been from a child (Galsworthy 2005: 29).

Хуже всего было то, что у него не оставалось ни малейшей надежды поколебать ее решение: она **упряма как мул**, всегда была такая, с самого детства (Голсуорси 1982: 45).

В этом примере оборот калькирован переводчиком, несмотря на то, что в русском языке есть эквивалентная фразеологическая единица. Словарная дефиниция выражения «(as) obstinate (или stubborn) as a mule» — «упрям(ый) как осел».

Однако сопоставляя стилистические приемы в переводе и тексте оригинала, мы можем выделить не только различия, но и сходства. Остановимся подробнее на них.

Je ne mets pas de nom à ces souvenirs: Jean, Hubert, Jacques... (F. Sagan «Bonjour, Tristesse!»)

Неважно, как звались эти воспоминания: **Жан, Юбер или Жак** — эти имена одинаковы для всех молодых девушек (перев. Ю. Яхниной «Здравствуй, Грусть!»).

В этих примерах мы видим, как автор использует имена собственные, подразумевая воспоминания о парнях в целом. Этот прием синекдохи используется в обоих текстах, Ю. Яхнина сохраняет его, не нарушая стиль писателя.

Сохранение идентичного коррелята, можно отследить и в переводах заимствований, как особого пласта лексики, представляющего наибольшую трудность при передаче:

Il faudrait que tu m'apprennes le bebop, dit-il, oubliant ses rhumatismes» (F. Sagan «Bonjour, Tristesse!»).

You must teach me the bebop sometime, he said, forgetting his talk of rheumatism» («Hello, Sadness!» перев. I. Ash).

Ты должна научить меня танцевать *би-боп*, — сказал он, позабыв о своем ревматизме. (перев. Ю. Яхниной «Здравствуй, грусть!»).

Би-поп (англ. *bebop*) — джазовый стиль, сложившийся в начале — середине 40-х годов XX века и характеризующийся быстрым темпом и сложными импровизациями, основанными на обыгрывании гармонии, а не мелодии. В языке оригинала, таким образом, используется английское заимствование названия музыки, которое в тексте превратилось в название танца.

Il avait l'air d'un faune (F. Sagan «Bonjour, Tristesse!»).

He looked like a *faun* («Hello, Sadness!» перев. I. Ash).

Он был похож на **фавна** («Здравствуй, Грусть!» перев. Ю. Яхниной).

Фавн — добрый, милостивый бог (от лат. *favere* — быть благосклонным, отсюда же происходят имена *Faustus, Faustulus, Favonius*). В образе Фавна древние итальянцы почитали доброго демона гор, лугов, полей, пещер, стад, ниспосылающего плодородие полям, животным и людям, вещего бога, древнего царя Лациума и родоначальника многих древних фамилий, насаждателя первоначальной культуры [<http://ru.wikipedia.org>]. Как автор, так и переводчики обоих языков, используют этот термин, который является также и аллюзивным с точки зрения стилистики.

Рассмотрим еще несколько примеров, где отображается сохранение идентичных конструкций, что свидетельствует о некоторых сходствах в языках с разной структурой благодаря проникновению и влиянию культурологического аспекта:

As for that architect chap, he was as glum as a bear with a sore head... (Galsworthy 2005: 203)

Что же касается этого архитектора, то он сидел **мрачный, как медведь, у которого разболелась голова**, — ... (Голсуорси 1982: 1890)

В этом примере используется пословный перевод стилистического сравнения *as glum as a bear with a sore head* («смотрит зверем»). Переводчик использовал совместно калькирование и дескриптивный способы. Данное выражение восходит к тому времени, когда одним из популярнейших развлечений была травля медведя собаками.

Юмор, в частности «английский» также представляет собой особый интерес при передаче на язык, имеющий различную структуру и языковую группу. Однако, сохранение синтаксиса, как и лексического эквивалента, доказывает все более тесное взаимодействие языков и их взаимное проникновение:

My child — born doctor. Why? — Everything he writes, no one is able to read! (George Carlin)

Мой ребенок — **прирожденный доктор**. Почему? — Все, что он напишет, никто не в состоянии **прочитать!** (Перев. М. А. Кулинич) [2, С.157]

Переводчик с английского языка использует в данном случае дословный перевод для достижения иронического эффекта, так как в русском и в англий-

ском тексте описывается схожая ситуация, связанная с неразборчивым почерком врачей;

Рассмотрим еще один пример, отражающий сходство в достижении юмористического воздействия, как и в языке оригинала с помощью стилистического приема аллюзии и синтаксического приема полного параллелизма:

God made pot. Man made beer. Who do you trust in?
(William Hicks)

Бог сотворил котел. Человек сотворил пиво. Кому ты веришь? (Перев. М. А. Кулинич) [2, С. 157]

ВЫВОДЫ

Подводя итоги вышесказанного, можно сделать следующие выводы.

- Сравнимые системы являются типологически различными, что обусловило неодинаковые способы выражения лексического-семантического и стилистического значений.

- Переводческие трансформации наглядно демонстрируют не только расхождения в сравниваемых языковых системах: различие в семантическом объеме слов и фразеологических выражений, различное словоупотребление и номинации явлений действительности в русском, французском и английском языках, но и сходства (некоторые совпадения в сравниваемых языках на лексическом и стилистическом уровне).

- Фоновые знания (экстралингвистический контекст) отправителя (исходный текст) требуют тщательного анализа при переводе и семантических и структурных наращений в языке перевода.

- Выбор окончательного варианта, как правило,

зависит от профессионализма и таланта переводчика. Тем не менее, несмотря на ряд расхождений, связанных с тем, что переводчики оригинальных произведений не всегда используют существующие словарные соответствия, можно сделать вывод о наличии определенного сходства на лексико-семантическом и стилистическом уровне в оригинальных английских и французских текстах и их переводах на русский язык.

ОБСУЖДЕНИЕ

В настоящем исследовании нами рассмотрены труды по переводу и межкультурной коммуникации таких ученых и лингвистов как: Е. Э. Биржаковой, В. М. Живова, Л. А. Войновой, В. С. Виноградова, Н. В. Габдреевой, В. Г. Гака, И. Р. Гальперина, Н. К. Гарбовского, В. Н. Комиссарова, Л. А. Кутиной, Н. Б. Мечковской, Я. И. Рецкера, М. И. Солнышкиной, Б. А. Успенского, А. В. Федорова, В. И. Ярцевой, и других.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В заключении можно отметить, что в силу общности процессов мышления и различий в жизненном опыте у разных языковых культур наблюдаются сходства и различия, которые проявляются в языках особым, специфическим образом для каждой конкретной языковой среды. Для получения адекватного коммуникативного воздействия на реципиента переводного текста переводчиком переосмысливается исходный текст и применяются различные стратегии достижения адекватности.

БЛАГОДАРНОСТИ

Выражаем благодарность КНИТУ-КАИ
им. А. Н. Туполева.

Список литературы:

1. Вагапова Л. А. Прагматический аспект перевода [Электронный ресурс] / Л. А. Вагапова, – 2009. – URL: http://samlib.ru/w/wagapow_a_s/pragm-aspect.shtml (дата обращения: 9.10.2015).
2. Габдреева Н. В. История французской лексики в русских современных переводах / Н. В. Габдреева // Изд. 2-е, испр. и доп. – М.: Ленанд, – 2011. – 304 с.
3. Габдреева Н. В., Маршева Т. В. Лакуны и перевод // Вестник Чувашского государственного педагогического университета им. И. Я. Яковлева. – 2016. – № 2 (90). – С. 26–35.
4. Мартынова Е. В. Лингвокультурологический анализ истории развития юмора в США / Е. В. Мартынова // Международный научно-исследовательский журнал. – 2016. – № 8 (50). – С. 121–123.
5. Мордовин А. Ю. Корпус текстов как альтернатива словарю и корпусная прагматика перевода / А. Ю. Мордовин // Вестник Нижегородского государственного лингвистического университета. Проблемы перевода и переводоведения. – 2011. – № 16. – С. 141–150.
6. Мусина Е. В. Лексико-стилистический алломорфизм в системе разнотипных языков (на материале переводов): Дис. ... канд. филол. наук / Е. В. Мусина. – Чебоксары, – 2013. – 162 с.
7. Тишкина Д. А. Фразеологические единицы с компонентом-зоонимом в английском и русском языках: сопоставительный анализ: Дис. ... канд. филол. наук / Д. А. Тишкина. – Казань, – 2008. – 166 с.

8. Голсуорси Дж. Сага о Форсайтах: т. I. (Пер. с англ. под ред. М. Лорие) / Дж. Голсуорси. – М.: Худож. лит-ра, – 1982. – 847 с.
9. Джером К. Джером избранные произведения в двух томах Т. 1 Трое в одной лодке, не считая собаки. – М.: Государственное издательство художественной литературы, – 1957. – 504 с. (перев. М. Салье)
10. Джером К. Джером Трое в одной лодке (не считая собаки). – Ленинград: Государственное издательство детской литературы министерства просвещения РСФСР, – 1959. (перев. М. Донской и Э. Линецкая)
11. Джером К. Джером Трое в одной лодке (кроме собаки). – Москва: Книгоиздательство «Польза» В. Антик и К°, – 1911. – 202 с. (перев. М. Энгельгардт)
12. Franoise Sagan «Bonjour, tristesse»/Здравствуй, грусть – параллельные тексты/F. Sagan // – URL: http://frenchbook.net/text/Biblio/Par/Sagan/bonjour_tristesse_fr_ru.html (дата обращения: 2.10.2014)
13. Franoise Sagan «Un peu de soleil dans l'eau froide»/Немного солнце в холодной воде – параллельные тексты/F. Sagan // – URL: http://www.french-book.net/text/Biblio/Par/Sagan/un_peu_de_soleil_fr_ru.html (дата обращения: 9.10.2015).
14. Galsworthy J. The Man of Property/J. Galsworthy. – М.: Изд-во «Менеджер», – 2005. – 384 с.
15. Jerome K. Jerome Three Men in a Boat (to Say Nothing of the Dog). Новосибирск: Сиб. унив. изд-во, – 2010. – 160 с.

Сведения об авторах

Габдреева Наталия Викторовна, доктор филологических наук, профессор кафедры русского и татарского языков, Казанский национальный исследовательский технический университет им. А.Н.Туполева-КАИ («КНИТУ-КАИ»)
 Адрес: 420111 г. Казань, ул. К. Маркса, 10.
 Тел.: +7 (843) 231-01-09
 E-mail: n.gabdreeva@mail.ru
 ORCID 0000-0003-0816-2672

Тишкина Диана Алексеевна, кандидат филологических наук, доцент кафедры иностранных языков, Казанский национальный исследовательский технический университет им. А.Н. Туполева-КАИ («КНИТУ-КАИ»)
 Адрес: 420111 г. Казань, ул. К. Маркса, 10.
 Тел.: +7 (843) 231-01-09
 E-mail: tishkina_diana@mail.ru
 ORCID 0000-0003-1233-5839

Мусина Елена Владимировна, кандидат филологических наук, доцент кафедры иностранных языков, Казанский национальный исследовательский технический университет им. А.Н. Туполева-КАИ («КНИТУ-КАИ»)
 Адрес: 420111 г. Казань, ул. К. Маркса, 10.
 Тел.: +7 (843) 231-01-09
 E-mail: musinaev@rambler.ru
 ORCID 0000-0002-3652-9833

Мартынова Екатерина Владимировна, преподаватель кафедры иностранных языков для физико-математического направления и информационных технологий, Казанский федеральный университет
 Адрес: 420008, Казань, ул. Кремлевская, 18.
 Тел.: (843) 233-71-09
 E-mail: katerinamarty@yandex.ru
 ORCID 0000-0001-5883-0718

Маршева Татьяна Владимировна, старший преподаватель кафедры иностранных языков для физико-математического направления и информационных технологий, Казанский федеральный университет
 Адрес: 420008, Казань, ул. Кремлевская, 18.
 Тел.: (843) 233-71-09
 E-mail: tatyana0509@mail.ru
 ORCID: 0000-0001-9065-2229

N. V. Gabdreteva¹G. Kh. Zinnatullina¹G. F. Zinnatullina¹¹ Kazan National Research Technical University named after A. N. Tupolev – KAI

SPEECH ETIQUETTE IN THE SYSTEM OF GENETICALLY DIFFERENT LANGUAGES

Abstract

Objective: To examine some allomorphic and isomorphic peculiarities of multi-structural languages, verbal clichés. To conduct the comparative-historical and contrastive study of formulas and means of speech etiquette. To determine the parameters and situations of speech communication.

Methods: comparative-contrastive method of studying the formulas and means of speech etiquette.

Results: Some peculiarities of speech etiquette of Russian, French, Spanish, Polish and Tatar peoples were detected, which allow to notice the common trend, namely informality, cordiality, personal approach in communication.

Practical relevance: The main provisions and conclusions of this article can be used in scientific and pedagogical activities when solving the issues on the use of certain forms of expression, as well as when studying another culture and achieving optimal communication.

Keywords: speech etiquette, allomorphic and isomorphic peculiarities, verbal clichés.

References:

1. Battalov G. A. Kazanskiye tyurki. Istoricheskiye zapiski – Kazan: Tatar.knizh.izd.-vo, – 1996. – 192 p.
2. Bayazitova F. S. Prazdniki i obychai tatarskogo naroda. – Kazan: Tatar. knizh.izd.-vo, – 1995. – 158 p.
3. Gabdreteva N. V. Mezhyazykovye leksicheskiye korrelyatsii: semasiologicheskiye otnosheniya//Nauchnoye obozreniye: gumanitarnye problemy. – M., – 2016. – No. 6. – P. 112–116.
4. Zinnatullina G. F., Giniyatullina L. M. Intensivny kurs tatarskogo yazyka. Uchebno-metodicheskoye posobiye dlya russkoyazychnykh studentov. M-vo obrazovaniya i nauki Rossyskoy Federatsii, Federalnoye agentstvo po obrazovaniyu, Gos. obrazovatelnoye uchrezhdeniye vyssh. prof. obrazovaniya “Kazansky gos. tekhnicheskyy un-t im. A. N. Tupoleva”. – Kazan, – 2010. – 224 p.
5. Zinnatullina G. Kh. Osobennosti upotrebleniya prozvizhch v proizvedeniyakh khudozhestvennoy literatury//Izvestiya Volgogradskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta. Seriya “Filologicheskiye nauki”, – 2013. – No. 4 (79). – P. 72–77.
6. Muravyev V. L. Problemy vozniknoveniya etnograficheskikh lakun. – Vladimir, – 1980. – 106 p.
7. Fedosyuk Yu. A. Chto neponyatno u klassikov, ili entsiklopediya russkogo byta 19 veka. – 10-e izd. – M.: Nauka; Flinta, – 2007. – 264 p.
8. Firsova N. M. Ispansky rechevoy etiket. – M.: Infra-M, – 2001. – 183 p.
9. Formanovskaya N. I. Russky rechevoy etiket: lingvistichesky i metodichesky aspekty 1987. – M.: Russky yazyk, – 1984. – 158 p.

Information about the authors

Gabdreteva Natalia Viktorovna, Doctor of Philology, Professor of the Department of “Russian and Tatar languages”, Kazan National Research Technical University. named after. A.N. Tupolev (KNITU-KAI)

Address: 420111, Kazan, ul. K. Marx, 10

Tel.: +7 (843) 231-01-09

E-mail: n.gabdreteva@mail.ru, tatyana0509@mail.ru

ORCID 0000-0003-0816-2672

Zinnatullina Gulshat Khabirovna, Candidate of Philology, Associate Professor of the Department of “Russian and Tatar Languages”, Kazan National Technical University named after. A.N. Tupolev (KNITU-KAI)

Address: 420111, Kazan, ul. K. Marx, 10

Tel.: +7 (843) 231-01-09

Zinatullina Gulzara Fazlurakhmanovna, Candidate of Philology, Associate Professor of the Department of “Russian and Tatar Languages”, Kazan National Technical University named after. A.N. Tupolev-KAI

Address: 420111, Kazan, ul. K. Marx, 10

Tel.: +7 (843) 231-01-09

Н. В. Габдреева¹

Г. Х. Зиннатуллина¹

Г. Ф. Зиннатуллина¹

¹ Казанский национальный исследовательский технический университет им. А. Н. Туполева-КАИ, г. Казань

РЕЧЕВОЙ ЭТИКЕТ В СИСТЕМЕ ГЕНЕТИЧЕСКИ РАЗЛИЧНЫХ ЯЗЫКОВ

Аннотация

Цель: Рассмотреть некоторые алломорфные и изоморфные особенности разноструктурных языков, вербальные клише. Провести сравнительно-историческое и сопоставительное изучение формул и средств речевого этикета. Определить параметры и ситуации речевого общения.

Методы: Сравнительно-сопоставительный метод изучения формул и средств речевого этикета

Результаты: Выявлены некоторые особенности речевого этикета русского, французского, испанского, польского и татарского народов, которые позволяют заметить общую тенденцию, а именно: неофициальность, сердечность, индивидуальный подход в общении.

Практическая значимость: Основные положения и выводы статьи могут быть использованы в научной, педагогической деятельности при рассмотрении вопросов употребления тех, или иных форм выражения, а также при изучении иной культуры и достижении оптимального общения.

Ключевые слова: речевой этикет, алломорфные и изоморфные особенности, вербальные клише.

ВВЕДЕНИЕ

Как известно, культуру речи как совокупность компетенций носителя составляют три аспекта: нормативный, коммуникативный и этический. Речевой этикет трактуется сегодня как исторически сложившаяся система вербальных средств, обеспечивающих оптимальное общение. Одной из его центральных категорий является вежливость, которая состоит из максим такта, великодушия, одобрения, скромности, согласия и симпатии. Приведем дефиницию Н. И. Формановской, одного из основоположников изучения данной проблемы: “Под речевым этикетом понимаются регулирующие правила речевого поведения, система национально-специфических стереотипных, устойчивых формул общения принятых и предписанных обществом для установления контакта собеседников, поддержания и прерывания

контакта в избранной тональности” [9, С. 9]. Одной из его центральных категорий является вежливость, которая состоит из максим такта, великодушия, одобрения, скромности, согласия и симпатии. Речевой этикет реализуется в нормах, обязательных для исполнения в данном обществе, и традициях, которые не являются обязательными, однако их принято придерживаться. В настоящем сообщении мы рассмотрим некоторые алломорфные и изоморфные особенности разноструктурных языков (т. е. выбор форм, а также вербальные клише, являющиеся специфическими для генетически и типологически различных языков, каковыми являются русский, французский, испанский, татарский, польский). Будет сделана попытка провести сравнительно-историческое и сопоставительное изучение формул и средств речевого этикета в генетически неродственных языках; определить параметры

и ситуации речевого общения, обуславливающие выбор таких речевых формул, как приветствие, представление, прощание и пожелание в перечисленных языках;

Объектом исследования являются формулы приветствия, представления, прощания и пожелания в сопоставляемых языках.

Предмет исследования — сопоставительная характеристика вышеназванных формул в русской, французской, испанской, польской и татарской речи.

2. Материалы И Методы Исследования

Слово этикет, как известно из этимологических источников, происходит от французского прототипа 'ярлык'. Степень знакомства с этикетом характеризует поведение человека и может быть охарактеризовано с этой точки зрения. Однако немаловажным является и то, что каждый этнос имеет свои этикетные правила и традиции, которые не всегда совпадают, что собственно выявляется при их изучении. Несомненно, что исторически сложившаяся система правил регуляции поведения человека в том или ином обществе находит прямое и опосредованное отражение в языке.

Конкретные формы проявления речевого этикета различны, так, например, он находит выражение в следующем:

1. В выборе форм обращения к человеку (знакомому/незнакомому; мужчине/женщине, старшему/младшему, родственнику и т. д.);

2. В способах номинации адресата (димиутивы, имя отчество, имя и др.);

3. В регулярно повторяемых клишированных формулах, привязанных к ситуациям общения, которые носят характер универсальности (приветствие, прощание, просьба, отказ, извинение, выражение соболезнования, знакомство и т. д.), однако в разных языках и культурах имеют неодинаковые способы выражения.

Значимо важными для отбора последних являются следующие характеристики адресата и адресанта: возраст, положение в обществе, гендерный фактор, характер ситуации общения, степень ознакомленности с темой, психологическая дистанция субъектов общения. Наконец, релевантным фактором, определяющим речевой этикет, является национальная специфика. Так вызывают особый интерес уникальные для каждой культуры речевые формулы, которые могут не иметь эквивалента вообще либо полноценного переводного соответствия. Например, формой

непринужденного приветствия в испанском языке является *¡Hola!*, которое высокочастотно и используется и в магазине как приветствие любому/каждому покупателю, в лифте случайному попутчику, и хорошо знакомому человеку. Во французском языке такой специфической формой является RSVP (*Repondez s'il vous plait*), обозначающая обязательный ответ адресата, получающего приглашение на торжество. Отметим, что данная аббревиатура сегодня заимствуется многими языками, в том числе и русским, поскольку не имеет исконного эквивалента. Как вариант используется перевод фразы: просим подтвердить участие или ответьте, пожалуйста.

Некоторые формы, обнаруживающиеся при сопоставлении языков, имеют разную частотность. Так русское приветствие *доброе утро*, адекватно переводимое на французский в качестве свободного словосочетания (*bon matin*) и отсутствующее как приветственное клише, во французском заменяется *bonjour*, в испанском — эквивалентом *¡Buenos días!* Испанский речевой этикет несколько отличается в формах приветствия от русского, так широко распространены следующие формы:

¡Buenos días! — *добрый день!*; *¡Buenas tardes!* — *добрый вечер!*; Употребление двух последних форм связано с наступлением сумерек (*доброй ночи* говорят, когда на улице темно), сами испанцы могут, например, летом в 9 ч. вечера, когда еще светло, использовать и ту и другую формы. *¡Buenas noches!* (*noche* — *ночь*) употребляется обычно после 21 часа и опять-таки как приветствие, в отличие от русского языка, в котором эта формула используется при прощании [8, С. 90].

Другим примером специфических формул является клише в польском и французском языках, употребляемые в ситуации недопонимания, когда один из коммуникантов не понял или не услышал высказывания. В русском языке используется разговорное *что*, иногда редуцированное, экспрессивное *что-что?*, нейтральное/официальное *повторите, пожалуйста, простите?..*, во французском языке *vous dites ...?*, в польском *prosze?*, форма *co?* является грубой, нелитературной. Обращение в польском языке также имеет специфическую особенность, которая проявляется в вопросительной форме в использовании сущ. Пан/Пани и глагола в 3 л.ед. ч., например, следует вежливо задать вопрос следующим образом: «*Czy Pan mieszka w Moskwie?*». Прямое обращение «*Вы живете в Москве?*» считается грубым.

Русский речевой этикет представляет собой исторически сложившуюся систему. В 19 веке существовала жесткая корреляция между социальным положением и обращением, регулируемая, как известно, петровским табелем о рангах, который разделялся на 14 классов. Каждый чин имел свою формулу титулования, т. е. официальную форму обращения. Например, губернского секретаря (12 класс), коллежского секретаря (10 класс), титулярного советника (9 класс) следовало именовать благородие. Коллежского советника (6 класс) — высокоблагородие, а тайного советника (3 класс) — превосходительство. Самым высоким званием было высокопревосходительство, эта формула использовалась для номинации 1 и 2 класса чиновников. Ю. А. Федосюк отмечает, что неправильное титулование нередко встречается в текстах художественной литературы 19 века. Это связано с двумя причинами: неосведомленностью и желанием польстить собеседнику [7, С. 107]. Эти так называемые ошибки памятливы по произведениям Н. В. Гоголя “Ревизор” и “Мертвые души”. Так официальным обращением к незнакомому человеку были *милостивый государь* и *милостивая государыня*. В дружеском кругу были возможны, кроме именных диминутивов, обращения по фамилии, что было весьма распространено (ср. “Выстрел”, “Пиковая дама” А. С. Пушкина), например, в офицерской или в гимназической среде, где иногда даже не знали имени товарища, проучившегося бок о бок 8 лет [7, С. 113].

Современное обращение, с одной стороны, упростилось, с другой, усложнилось. Так современный русский язык утратил унифицированную форму при обращении (в отличие от французского, где *мадам* сохраняется как обращение к женщине, а *мадемуазель*, к незамужней девушке, несмотря на дискуссии, также используется как историческое обращение к актрисам “Комеди франсез”, ср. также унифицированные совр. формы в испанском языке *Señor* и *Señora*, в польском *Pan* и *Pani*), получив взамен разветвленную систему, включающую безличные формулы (простите, извините), специфические русские формы имени отчества, формы-наименования социального статуса и положения адресата (*друзья, коллеги, члены экспертной комиссии, выпускники, абитуриенты* и др.). Формы *девушка, женщина, мужчина* квалифицируются как разговорные, *товарищ* — уходит на периферию, *гражданин* — в область юриспруденции, *господин* пока не является широко распространенным, узу-

альным. Национальные особенности русского языка проявляются в выборе формы общения, мы имеем в виду местоимения *ты* и *вы*, отсутствующие в некоторых языках (в арабском, татарском, английском), во французском языке сферы функционирования этих местоимений по сравнению с русским совпадают сегментарно [6, С. 22].

Из новаций в русском речевом этикете можно отметить две особенности, обусловленные несомненным влиянием западноевропейских языков:

1. Редукция отчества при номинации даже официальных лиц и немолодых, что ранее было недопустимым. Правда, при непосредственном обращении оно сохраняется. Так ср. в гостях у нас Владимир Иванов. И далее: Уважаемый Владимир Сергеевич.

2. Широкое употребление личных местоимений в присутствии адресата. Так в полилоге весьма часто используются местоимения *он, она*, что для русской традиции общения квалифицируется как недостаток воспитания. В то же время во французском языке аналогичная ситуация является допустимой и нейтральной [3, С. 114].

Если обратиться к речевому этикету татарского народа, можно отметить следующее. Прежде всего, речевое поведение говорящих на татарском языке зависит от возраста. Традиционные и специфические черты наиболее отчетливо проявляются у людей старшего поколения. Кроме того, отдельные явления в речи татар объясняются и влиянием ислама. А в речевом поведении молодого поколения (особенно городских жителей) ярко прослеживается влияние русского языка.

Общение традиционно начинается с приветствия, которое зависит от его участников. Приветствие “*Әссаламгәләйкем!*” и ответ “*Вәгәләйкемәссалам*” раньше употреблялись лишь в речи стариков, сейчас же, под влиянием активного распространения исламской культуры и среди молодежи, могут встречаться и в речи молодого поколения. Здравуются татары за руку, пожимая обе руки. А вот подавать только одну руку человеку пожилого возраста, считается неуважением. При рукопожатии женщина никогда не должна подавать руку мужчине первой. Среди интеллигенции более употребительны такие формы приветствия как *Хәерле иртә!* (“Доброе утро!”), *Хәерле көн!* (“Добрый день!”), *Хәерле кич!* (“Добрый вечер!”). Нейтральная форма приветствия, наиболее употребительная среди всех возрастных и социальных категорий — *Исәнмесез!* (“Здравствуйте!”) [4, С. 26].

Характерной чертой татарского общения является то, что татары в основном используют обращение на «ты». Причем это распространяется не только на кругу близких родных и знакомых.

Как ни парадоксально, такая форма обращения свидетельствует и об уважении, и о духовной общности собеседников, ни в коей мере не являясь признаком фамильярности или просторечия [5, С. 72]. Кроме того, средством выражения уважения и любви к человеку выступают определенные апеллятивы — термины родства. Употребление же последних с аффиксами принадлежности первого лица (моя, мой) еще более подчеркивает наличие положительных эмоций. Ср.: *апа* — *апам* (старшая сестра), *абый* — *абыем* (старший брат), *энем* (мой младший брат), *сеңелем* (моя сестренка), *жизни* (дядя), *балдыз* (свояченица). При обращении же к людям, не являющимися родственниками говорящего, рядом с именем используются также слова *абый*, *апа*, но уже не в значении терминов родства. Например: *Наилэ апа*, *Гомэр абый*, *Рэшит энем*, *Алсу сеңелем* и др. В официальном стиле общения (среди интеллигенции) используются обращение в форме ханым (ханум — обращение к женщине постарше), эфэнде («господин»), туташ (обращение к молодым девушкам).

Под влиянием русского языка при официальном общении вошла форма обращения по имени и отчеству (хотя отчества у татар были активны в функции прозвища — дополнительной конкретизации называемого лица): *Алсу Кадыйровна*, *Рэшит Салихович* и др.

В качестве еще одной особенности обращения татар, которая в последнее время уже утрачивает свою актуальность, можно назвать обращение между супругами. Так в дореволюционном татарском обществе, при обращении, нельзя было называть имя мужа или жены. Вместо имени говорили *этисе* — *атасы* (дословно его отец — отец ребенка), *энисе* — *анасы* (его мать).

Беседа происходит сидя, беседовать стоя у татар не принято. Обычно татары не начинают сразу деловую часть беседы. Как правило, она проходит за столом, за чаем, что является признаком и уважения и гостеприимства. За неинформативной частью беседы следует деловая часть, где излагается цель визита говорящего. Разговор завершается благодарностью за угощение, пожеланием хозяевам благополучия: *Сый-хөрмәтегезгә рәхмәт*, *аилы-сулы булыгыз!* («спасибо за угощение и уважение, мира и достатка вашему дому!»). Когда гость уходит, он как бы из-

виняется за причиненные неудобства: *Гаеп итеп калмагыз!* (букв. «не обессудьте»), на что хозяин отвечает *Үзегез гаеп итеп китмәгез* («сами не уходите с осуждением»).

При прощании употребляется слово *хуш* — *хушыгыз* («прощай — прощайте»), *сау бул* — *сау булыгыз* (букв. «будьте здоровы»), *исән бул* — *исән булыгыз* (букв. «будьте живы»). При прощании на определенный период стали употребляться калькированные русские выражения *кичкә кадәр* («до вечера»), *иртәгәгә кадәр* («до утра»), *хәзергә* («пока»).

Теплота взаимоотношений, положительные эмоции ярко проявляются в поздравлениях различного рода. Например, поздравления с обновой сопровождаются такими пожеланиями, как *жылы тәнендә тузсын* (букв. «пусть износится на твоём теплом теле»), *рәхәтен күрергә насып булсын* (букв. «пусть придется испытать удовольствие») и др.

При рождении ребенка поздравление сопровождается пожеланиями: *озын гомерле булсын* (букв. пусть будет долголетним), *тәүфыйгы белән тусын* (букв. пусть родится порядочным), *мөбарәк булсын* (пусть будет величавым).

Поздравления с обновой также сопровождаются пожеланиями типа *котлы булсын* (букв. пусть будет счастливым), *жылы тәнендә тузсын* (букв. пусть износится на твоём теплом теле), *өстәүле кием* (мал) *булсын* (букв. пусть будет одежда (богатство) с добавлениями), *рәхәтен күрергә насып итсен* (букв. пусть придется испытать удовольствие), *игелеге (хәере) белән булсын* (букв. пусть будет с добротой, с добром), *өстеңдә киеп туздырырга язсын* (пусть доведется износить его на себе).

При поздравлении имеются и слова, выражающие степень добрых пожеланий: *чын куңелдән тәбрик итәм* (котлым) (от чистой души поздравляю), *чын йөрәктән тәбрик итәм* (от чистого сердца поздравляю).

Добрые отношения всегда имеют возможность быть выражены в речи. При виде обедающих обычно говорят *ашыгыз тәмле булсын* («приятного аппетита»), на что получают ответ *бергә-бергә булсын* (приглашение присоединиться к обеду).

Выражение благодарности обычно имеет место во второй реплике. Это обычно слово *рәхмәт* (спасибо). Варианты — *рәхмәт сезгә* (спасибо вам), *рәхмәт сиңа* (спасибо тебе), *булаген өчен рәхмәт* (спасибо за подарок), *чыгышыгыз өчен рәхмәт* (спасибо за выступление), *мең-мең рәхмәт сина* (тысячу-тысячу

спасибо тебе), *рэхмәтләр укыйм* (говорю спасибо). Благодарность сопровождается добрыми пожеланиями *авызыңа бал да май* (букв. в твой рот — мед и масло), *игелек күргере* (пусть тебе доведется иметь дело только с добротой), *аяк-кулың сызлаусыз булсын* (пусть ноги-руки твои не болят), *кулыңнан куан* (радуйся своим рукам), *рэхмәт яугыры (төшкере)* (букв. пусть льется (падает) тебе спасибо). Благодарность часто сопровождается выражением *нинди генә рэхмәтләр әйттим икән сиңа (сезгә)* (как мне благодарить тебя (вас)).

Извинение обычно выражается словами *гафу ит* (прости), *гафу итегез* (простите), *кичер* (прости), *кичерегез* (простите), к которым добавляется слово *зинһар* (пожалуйста). Иногда указывается причина извинения: *борчуым өчен гафу итегез* (извините за беспокойство), *соңга калган өчен гафу ит* (прости за опоздание).

Татары — народ гостеприимный. Человека, вошедшего во время обеда, они встречают со словами *мактап йөрисез икән* («вы хвалите нас, оказывается»). Более категоричное предложение сесть за стол сопровождается словами *аштан олы түгелсездер* (букв. «вы же не важнее пищи»). За столом употребляются выражения *аштан авыз итегез* («отведайте»), *житешегез* (буквально «успевайте») и т. д. Приведенные примеры свидетельствуют об очень эмоциональном характере общения татар. Во многих репликах, формах обращения к личности уже заложено уважение, теплота говорящего. Неофициальное общение характеризуется множеством и разнообразием форм, что свидетельствует о наличии многовековых национальных традиций.

ВЫВОДЫ

Проведенное исследование позволило сделать следующие выводы. При сравнении речевого этикета русского, французского, испанского, польского и татарского народа заметными становятся такие особенности, как неофициальность, сердечность, ин-

дивидуальный подход в общении (в татарском языке это зависит от возраста партнеров). Как выяснилось, отдельные явления в речевом поведении татар объясняются и влиянием ислама.

В зависимости от конкретной ситуации партнеры во всех анализируемых языках выбирают для представления определенные формулы и способ. Во время неформальных мероприятий собеседники могут быть, представлены друг другу, или могут сделать это самостоятельно без чьей-либо помощи, используя неформальные формулы, в то время как на деловых встречах и важных мероприятиях употребляются формальные клише.

Выбор той или иной формулы прощания, зависит от степени знакомства, социального положения партнеров.

Глобализация, влияние западных культур оказывают большое влияние на этикет татарской молодежи. Жесты, мимика и слова, не допускаемые правилами этикета, в последние годы забываются в пользу заимствованных традиций и культур.

Таким образом, корректные речевые поступки со стороны собеседников невозможны без знания правил речевого этикета и умения следовать им. Это ещё раз доказывает необходимость сопоставительного изучения английского и татарского речевого этикета во избежание языкового и культурного барьера при реальном общении представителей рассматриваемых культур.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Обобщая вышесказанное, отметим, что речевой этикет имеет универсальные (совпадающие в различных языках) и специфические (не имеющие эквивалентов) формы выражения, которые важны при изучении иной культуры и достижении оптимального общения.

БЛАГОДАРНОСТИ

Работа была подготовлена при поддержке Казанского национального исследовательского технического университета им. А. Н. Туполева.

Список литературы:

1. Батталов Г. А. Казанские тюрки. Исторические записки — Казань: Татар. книж. изд.-во, — 1996. — 192 с.
2. Баязитова Ф. С. Праздники и обычаи татарского народа. — Казань: Татар. книж. изд.-во, — 1995. — 158 с.
3. Габдреева Н. В. Межъязыковые лексические корреляции: семасиологические отношения // Научное обозрение: гуманитарные проблемы. — М., — 2016. — № 6. — С. 112–116.
4. Зиннатуллина Г. Ф., Гиниятуллина Л. М. Интенсивный курс татарского языка. Учебно-методическое пособие для русскоязычных студентов. М-во образования и науки Российской Федерации, Федеральное агентство по образованию, Гос. образовательное учреждение высш. проф. образования «Казанский гос. технический ун-т им. А. Н. Туполева». Казань, — 2010. — 224 с.

5. Зиннатуллина Г. Х. Особенности употребления прозвищ в произведениях художественной литературы // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. Серия «Филологические науки», – 2013. – № 4 (79). – С. 72–77.
6. Муравьев В. А. Проблемы возникновения этнографических лакун. – Владимир, – 1980. – 106 с.
7. Федосюк Ю. А. Что непонятно у классиков, или энциклопедия русского быта 19 века. – 10-е изд. – М.: Наука; Флинта, – 2007. – 264 с.
8. Фирсова Н. М. Испанский речевой этикет. – М.: Инфра-М, – 2001. – 183 с.
9. Формановская Н. И. Русский речевой этикет: лингвистический и методический аспекты – 1987. – М.: Русский язык, – 1984. – 158 с.

Информация об авторах

Габдреева Наталия Викторовна, доктор филологических наук, профессор кафедры «Русского и татарского языков», Казанский национальный исследовательский технический университет им. А.Н.Туполева (КНИТУ-КАИ)
Адрес: 420111 г. Казань, ул. К. Маркса, 10
Тел.: +7 (843) 231-01-09
E-mail: n.gabdreeva@mail.ru, tatyana0509@mail.ru
ORCID 0000-0003-0816-2672

Зиннатуллина Гульшат Хабировна, кандидат филологических наук, доцент кафедры «Русского и татарского языков», Казанский национальный исследовательский технический университет им. А.Н.Туполева (КНИТУ-КАИ)
Адрес: 420111 г. Казань, ул. К. Маркса, 10
Тел.: +7 (843) 231-01-09

Зиннатуллина Гульзара Фазулрахмановна, кандидат филологических наук, доцент кафедры «Русского и татарского языков», Казанский национальный исследовательский технический университет им. А.Н.Туполева-КАИ
Адрес: 420111 г. Казань, ул. К. Маркса, 10
Тел.: +7 (843) 231-01-09

G. Kh. Gilazetdinova¹¹ *Institute of Philology and Intercultural Communication Kazan (Volga Region) Federal University*

STRUCTURAL AND SEMANTIC PECULIARITIES OF WORD-FORMATIVE PARADIGMS OF EASTERN BORROWED WORDS IN THE RUSSIAN LANGUAGE OF THE MOSCOW STATE OF THE XV–XVII CENTURIES

Abstract

Objective: The study of particular word-formative paradigms on the basis of Eastern words in the Old Russian language, which give possibility to determine the word-formative potential of the studied borrowed words.

Methods: description, observation, comparison, cognitive-discursive analysis.

Results: During the study it was found that Eastern borrowed words have a certain impact on implementation of derivational capabilities of lexemes of certain lexical and semantic groups in the Russian language of the XV–XVII centuries, forming in some cases word-formative “deadlocks”, which can be explained by insufficient study of Eastern words. Intermediate derivational model was also identified, which occupies a middle position between specific word-formative and typical paradigms.

Practical relevance: The main provisions and conclusions of this article can be used in research and practical pedagogical activities in the field of word formation when solving the issue of scientific and methodological framework.

Keywords: Eastern borrowed words, Russian language of the XV–XVII centuries, word-formative paradigm, written records, word-formative potential.

References:

1. Avvakum. Kniga besed // Pamyatniki istorii staroobryadchestva XVII veka. – L.: Izd-vo AN SSSR, – 1927. – Kn. I, vyp. I (RIB. T. 39). – Stlb. 241–424.
2. Azarkh Yu. S. Slovoobrazovaniye i formoobrazovaniye sushchestvitelnykh v istorii russkogo yazyka. – M.: Nauka, – 1984. – 246 p.
3. Akbari R. M. Sopostavitelny analiz derivatsionnykh vozmozhnostey slov v russkom i persidskom yazykakh (na materiale zaimstvovany) // Filologiya i kultura. Philology and culture. – No. 3 (33). – Kazan, – 2013. – P. 11–14.
4. Akty Moskovskogo gosudarstva, izd. Akad. nauk. T. 1. Razryadny prikaz. Moskovsky stol / pod red. N. A. Popova. – SPb., – 1890. – 1571–1634 gg.
5. Akty Moskovskogo gosudarstva, izd. Akad. nauk. T. 2. Razryadny prikaz. Moskovsky stol / pod red. N. A. Popova. – SPb., – 1894. – 1635–1659 gg.
6. Arayeva L. A. Paradigmaticheskiye otnosheniya na slovoobrazovatelnom urovne. – Kemerovo: Kemerovskiy gos-universitet – 1990. – 78 p.
7. Gabdreteva N. V. Leksika frantsuzskogo proiskhozhdeniya v russkom yazyke: istoriko-funktsionalnoye issledovaniye. – Izhevsk: Izd. dom “Udmurtskiy universitet”, – 2001. – 339 p.
8. Galiullin K. R., Gizatullina A. R. Kazansky kray: Slovar yazyka pamyatnikov pervoy chetverti XVII v. – Kazan: Izd-vo Kazan. un-ta, – 2008. – 276 p.
9. Gramotki XVII – nachala XVIII v. / pod red. S. I. Kotkova. – M.: Nauka, – 1969. – 415 p.
10. Yerofeyeva I. V. Imennoye slovoobrazovaniye v lingvokulturologicheskoy paradigme letopisnogo teksta. – Kazan: Kazan. gos. un-t, – 2010. – 256 p.
11. Zhitiye i zhizn blagovernnyya velikiya knyazhny Yevfrosinii Suzdalskiya. Opisano inokom Grigoriyem // izd. OLD. – SPb., – 1888. – Vyp. 91. – P. 3–148.
12. Zhitiye protopopa Avvakuma, im samim napisannoye // Pamyatniki istorii staroobryadchestva XVII veka. – L.: Izd-vo AN SSSR, – 1927. – Kn. I, vyp. I (RIB. T. 39). – Stlb. 1–240.

13. Zadonshchina // Russkiye povesti XV–XVI vv. / sostavitel M. O. Skripil. – M., L.: Goslitizdat, – 1958. – P. 9–15.
14. Zemskaya Ye. A. Slovoobrazovaniye kak deyatelnost. – M.: Nauka, – 1992. – 221 p.
15. Zemskaya Ye. A. Yazyk kak deyatelnost: Morfema. Slovo. Rech. – M.: Yazyki slavyanskikh kultur, – 2004. – 688 p.
16. Islamova E. A., Galiullin K. R. Kazansky kray: Slovar pamyatnikov XVI v. – Kazan: Izd-vo Kazan. un-ta, – 2000. – 286 p.
17. “Istoricheskaya” povest o vzyatii Azova v – 1637 g. // Voinskiye povesti drevney Rusi/pod red. V. P. Adrianovoy-Peretts. – M., L.: AN SSSR, – 1949. – P. 47–56.
18. Iudif // Tikhonravov N. Russkiye dramaticheskiye proizvedeniya – 1672–1725 gg. – SPb., – 1874. – T. I. – P. 76–203.
19. Kazanskaya istoriya. Pod red. V. P. Adrianovoy-Peretts. – M.-L.: Izd-vo AN SSSR, – 1954. – 194 p.
20. Kosova V. A. Slovoobrazovatelnye kategorii russkogo yazyka: problemy teorii. – Kazan: OOO “Novoye znaniye”, – 2014. – 204 p.
21. Kosova V. A., Ukhanova T. V. Russian adjectives with confixes from an anthropocentric viewpoint // Journal of language and literature. – 2016. – Vol. 7. – No. 2. – P. 328–331.
22. Marinova Ye. V. Inoyazychnye slova v russkoy rechi kontsa XX– nachala XXI v.: problemy osvoyeniya i funktsionirovaniya. – M.: OOO “Izdatelstvo ELPIS”, – 2008. – 495 p.
23. Moskovskaya delovaya i bytovaya pismennost XVII veka / izd. podgot. S. I. Kotkov, A. S. Oreshnikova, I. S. Filipova. – M.: Nauka, – 1968. – 338.
24. Nikolayev G. A. Lektsii po russkomu slovoobrazovaniyu. – Kazan: Kazan. gos. un-t, – 2009. – 188 p.
25. Otryvok iz starinnoy opisi XVII ili k. XVI stoletiya // Savvaitov P. I. Opisanie starinnykh tsarskikh utvarey, odezhd, oruzhiya, ratnykh dospekhev i konskogo pribora, v azbuchnom poryadke raspolozhennoye. – SPb., – 1865. – P. 325–331.
26. Perepiska tsarya Mikhaila Feodorovicha // Pisma russkikh gosudarey i drugikh osob tsarskogo semeystva. – M., – 1848. – T. 1. – P. 9–298.
27. Pistovye knigi goroda Kazani – 1565–1568 gg. i – 1646 g. – Materialy po istorii Tatarskoy ASSR // Materialy po istorii narodov SSSR. – L.: Izd-vo AN SSSR, – 1932. Vyp. 2. – P. 1–130.
28. Platye i nekotorye veshchi tsarya Aleksey Mikhailovicha, – 1676 g. // Savvaitov P. I. Opisanie starinnykh tsarskikh utvarey, odezhd, oruzhiya, ratnykh dospekhev i konskogo pribora, v azbuchnom poryadke raspolozhennoye. – SPb., – 1865. – P. 68–74.
29. Platye tsarya Borisa Feodorovicha Godunova, – 1589 g. // Tam zhe. – P. 11–21.
30. Platye, golovnoy ubor i spalny ubory tsaritsy Yevdokii Lukyanovny, – 1642 g. // Tam zhe. – P. 105–126.
31. Proskinitary Arseniya Sukhanova // Pravoslavny palestinsky sbornik. – SPb., – 1889. – T. 7, vyp. 3 (21). – P. 3–300.
32. Regionalny istorichesky slovar vtoroy poloviny XVI – XVIII v. (po pamyatnikam pismennosti Smolenskogo kraya) / otv. red. Ye. N. Borisova. – Smolensk: Smolensky gos. ped. un-t, – 2000. – 367 p.
33. Skazaniye o Petre, voyevode Volosskom // Sochineniya I. Peresvetova. – M.-L.: Izd-vo AN SSSR, – 1956. – P. 331–359.
34. “Skazochnaya” povest ob azovskom vzyatii i osadnom sidenii v – 1637 i – 1642 gg. // Voinskiye povesti drevney Rusi / pod red. V. P. Adrianovoy-Peretts. – M.- L.: AN SSSR, – 1949. – P. 85–112.
35. Slovar obikhodnogo russkogo yazyka Moskovskoy Rusi XVI – XVII vv. / pod red. O. S. Mzhelskoy. – SPb.: Nauka, – 2004–2006. – Vyp. 1–2.
36. Slovar russkogo yazyka XI – XVII vv. – M.: Nauka, – 1975–2006. – Vyp. 1–9.
37. Slovar russkoy narodno-dialektnoy rechi v Sibiri XVII – pervoy poloviny XVIII v. / sost. G. G. Panin. – Novosibirsk: Nauka, Sib. otd-niye, – 1991. – 181 p.
38. Slovar yazyka mangazeyskikh pamyatnikov XVII – pervoy poloviny XVIII v. / sost. N. A. Tsomakion. – Krasnoyarsk: KGPI, – 1971. – 581 p.
39. Stateyny spisok Arseniya Sukhanova // Pravoslavny palestinsky sbornik. – T. 7, vyp. 3 (21). Pril. 1. – SPb., – 1889. – P. 301–326.

40. Stateyny spisok P. I. Potemkina // Demidova N. F., Myasnikov V. S. Pervye russkiye diplomaty v Kitaye. – M.: Nauka, – 1966. – P. 227–315.
41. Torgovaya kniga / predisloviye I. P. Sakharova // Zap. Otdeleniya rus. i slav. arkheologii Arkheologich. ob-va. – SPb., – 1851. – T. 1, otd. 3. – P. 106–139.
42. Umurzakova A. Zh. Tyurkizmy v slovoobrazovatelnoy sisteme russkogo yazyka: Avtoref. dis. ... kand. filol. nauk. – Alma-ata, – 1982. – 18 p.
43. Khozheniye za tri morya Afanasiya Nikitina, – 1466–1472 gg. – M. – L.: Izd-vo AN SSSR Leningr. otd., – 1958. – 284 p.
44. Tsarskaya utvar i platye tsarya Feodora Alekseyevicha, – 1682 g. // Savvaitov P. I. Opisaniye starinnykh tsarskikh utvarey, odezhd, oruzhiya, ratnykh dospekhnov i konskogo pribora, v azbuchnom poryadke raspolzhennoye. – SPb., – 1865. – P. 75–102.
45. Yunaleyeva R. A., Gataulina R. G. O slovoobrazovatelnoy produktivnosti tyurkizmov v russkom yazyke // Sovetskaya tyurkologiya. – 1985. – No. 5. – P. 11–17.

Information about the author

Gilazetdinova Gelinya Khayretidinovna, Doctor of Philology, Professor, Institute of Philology and Intercultural Communication Kazan (Volga Region) Federal University

Address: 420008 Kazan, Russia, Kremlyovskaya Str. 18.

E-mail: ggilaz@mail.ru

Г. Х. Гилазетдинова¹

¹ Институт филологии и межкультурной коммуникации,
Казанский (Приволжский) федеральный университет

СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ СЛОВООБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ПАРАДИГМ ВОСТОЧНЫХ ЗАИМСТВОВАНИЙ В РУССКОМ ЯЗЫКЕ МОСКОВСКОГО ГОСУДАРСТВА XV– XVII вв.

Аннотация

Цель: Исследование конкретных словообразовательных парадигм на базе восточных слов в старорусском языке, дающих возможность определить словообразовательный потенциал исследуемых заимствований.

Методы: описания, наблюдение, сравнение, когнитивно-дискурсивный анализ.

Результаты: В ходе исследования было установлено, что восточные заимствования оказывают определенное влияние на реализацию в русском языке XV–XVII вв. деривационных возможностей лексем тех или иных лексико-семантических групп, формируя в ряде случаев словообразовательные тупики, объясняемые недостаточной освоенностью ориентальных слов. Также выявлена промежуточная деривационная модель, занимающая срединное положение между конкретными словообразовательными и типовыми парадигмами.

Практическая значимость: Основные положения и выводы статьи могут быть использованы в исследовательской и практической педагогической деятельности в области словообразования при решении проблемы научно-методического обеспечения.

Ключевые слова: восточные заимствования, русский язык XV–XVII вв., словообразовательная парадигма, памятники письменности, словообразовательный потенциал

ВВЕДЕНИЕ

Как известно, процесс словообразовательной адаптации иноязычных слов в системе языка-рецептора —

явление довольно сложное и неоднородное (см. исследования Н. В. Габдреевой [7], Е. В. Мариновой [23], Акбари Р. М. [3] и др.). Имеется достаточное количество

работ, посвященных изучению словообразовательной активности восточных заимствований в русском языке. Среди них следует указать труды А. Ж. Умурзаковой [42], Р. А. Юналеевой, Р. Г. Гатаулиной [45] и др.

Анализ словообразовательной парадигмы как единицы системы словообразования является актуальным, так как дает возможность упорядочить массив производящих слов, определить их деривационные возможности. Следует отметить, что проблемы, связанные с изучением комплексных единиц словообразовательной системы русского языка, в том числе и словообразовательных парадигм, затрагиваются и успешно решаются в работах казанских лингвистов: Г. А. Николаева [24], И. В. Ерофеевой [10], В. А. Косовой [20], В. А. Косовой и Т. В. Ухановой [21].

Исследование конкретных словообразовательных парадигм в историческом аспекте перспективно, поскольку позволяет выявить типовые словообразовательные парадигмы восточных заимствований в русском языке эпохи Московского государства (XV–XVII вв.) и тем самым определить их словообразовательный потенциал.

Материалы и методы

В качестве материала исследования используются разножанровые памятники старорусского периода (повести, сказания, хождения, публицистические тексты, деловая и бытовая письменность). Дополнительные сведения почерпнуты из работ по истории русского языка и различных словарей (исторических, этимологических и др.).

Методика анализа конкретных словообразовательных парадигм сформирована в исследованиях по современному русскому словообразованию (см. работы Е. А. Земской [15], Л. А. Араевой [6] и др.). Под словообразовательной парадигмой понимается «набор производных, имеющих одну и ту же производящую основу и находящихся на единой ступени деривации» [15, С. 105]. Е. А. Земская указывает на системный характер словообразовательной парадигмы, проявляющийся не только в том, что парадигма — система с закрытым числом компонентов, но и в том, что между отдельными её членами существуют отношения взаимозависимости. Словообразовательная парадигма «является той матрицей, заполнение клеток которой воплощает действие механизма словообразования» [14, С. 17]. Анализ словообразовательных парадигм в языке исследуемого периода позволит рассмотреть дериваты,

образованные на базе восточных заимствований, как упорядоченную особым образом систему. «При этом упорядоченность достигается разбиением всего массива базовых основ по грамматико-семантическим признакам» [15, С. 109–110].

РЕЗУЛЬТАТЫ

Первый этап исследования словообразовательных парадигм на базе ориентальной лексики представляет собой анализ всей совокупности производных слов, образованных от каждой конкретной заимствованной единицы, то есть моделирование конкретной словообразовательной парадигмы ориентализмов. По общепринятому определению, «конкретная словообразовательная парадигма включает набор производных, находящихся на одной и той же ступени деривации» [15, С. 111].

Рассмотрим несколько наиболее характерных конкретных словообразовательных парадигм, сформированных на базе имен существительных восточного происхождения. Так, от наименований лица могут быть образованы весьма разнообразные по количеству и составу производные слова. Ряд наименований лица имеет одноэлементную парадигму: *абыз* 'священнослужитель у мусульман' — *абызов*; *бирюч* 'должностное лицо, в обязанности которого входило объявлять различные указы и распоряжения' — *бирючев*; *калга* 'первое лицо после хана у крымских татар' — *калгинь*; *капычей* 'должностное лицо в охране шаха' — *капычейский*; *санчак* 'правитель области (в Османской империи), военачальник' — *санчаков*; *шах* — *шахов*.

Все производные в составе таких парадигм, как правило, являются именами прилагательными, указывающими в текстах на принадлежность к лицу, реже — на другие типы отношений к лицу. Ср.: *Поддал челобитную за абызовою рукою, нагайской Шатемир мурза Иштерековъ*. АИ IV, 94. 1649 г. [36, Вып. 1, С. 19]; *А достальныя, Государь, шубы и соболи давалъ я, холопъ твой, царевымъ и калгинымъ ближнимъ людемъ тайно* [26, с. 22]; *Жалованья на нынѣшней на 175 годъ полачу, Онтошке Фомину, бирючевъ окладъ рубль*. Кн. прих.-расх. Синб., 180. 1667 г. [36, Вып. 1, С. 185].

Исключение представляет собой одноэлементная парадигма на базе заимствования *батрак* 'наемный рабочий', представленная субстантивом с суффиксом -к (о) с эквивалентным словообразовательным значением: *батрачко* 'то же, что батрак'. Ср.: *батрачко Колпачникъ*. ДТП II, 457, 1602 г. [35, Вып. 1, С. 89].

Значительное количество названий лиц восточно-го происхождения формирует двухэлементные парадигмы, представленные следующими комбинациями производных:

- прилагательного и существительного, например: *палач* — *палачев* ‘принадлежащий палачу’, ср.: *Дв <ор> Федкин палачев, да у Никольских ворот избишко сторожевое* [27, С. 10]; *палачник* ‘то же, что палач’, ср.: *палачникъ мя къ дереву привязаль* [18, С. 160];
- двух прилагательных, иногда с синонимичными словообразовательными значениями: *хан* — *ханов* ‘принадлежащий хану’, ср.: *А земля же тоя Мелик-ханова* [43, С. 22]; *ханский* ‘относящийся к хану’, ср.: *ханского сына и дву пашиных детей и иных знатных людей убили много* [9, С. 130];
- двух существительных: *ясырь* ‘раб, пленный’ — *ясырство* ‘неволя, рабство’, ср.: *вышелъ де изъ ясырства отъ татаръ съ Битюку Ступинский козакъ въ городъ на Воронежъ* [5, С. 143]; уничиж. *ясыренко*, ср.: *Мое ясыренко, якутское девченко, отпустить на волю в якутские юрты* [37, С. 175];
- прилагательного и глагола: *шаман* ‘колдун, знахарь у некоторых народов Сибири’ — *шаманов* ‘относящийся к шаману, связанный с ним’, ср.: *Да на (том) же бою те ж брацкие люди убили ... тунгуса толмача шаманова брата* [37, С. 170]; *шаманить* ‘отправлять культовые обряды (о некоторых народах Сибири)’, ср.: *заставиль иноземца шаманить, сирѣчь гадать: удастьлися имъ и с побѣдою ли будутъ домой?* [12, С. 34].

Трехэлементные парадигмы могут быть представлены производными основных частей речи с базовыми словообразовательными значениями, например:

- *аманат* ‘человек, взятый в долг, заложник’ → *аманатчик, аманатский, аманатный*.

Аманатчик ‘то же, что аманат’ — существительное в личном значении, ср.: *И киргизским аманатчиком на корм лошадей покупать нечем*. Сл. Том. 14.1650 г. [35, Вып. 1, С. 48]; *аманатский* ‘относящийся к аманату, связанный с ним’ — прилагательное с относительным значением, ср.: *На аманатских сторожках ... за их вину, что их небрежен (в)ем с того зимовья аманаты ушли, взято 38 соболей* [38,

С. 63]; *аманатный* ‘то же, что аманатский’ — прилагательное с относительным значением, ср.: *И на аманатном дворѣ въ Астарахани закладныхъ мурзъ до ихъ приѣзду не было никого* [4, С. 203].

Рассмотрим еще несколько трехэлементных конкретных словообразовательных парадигм, например:

- *мурза* ‘князь, богатый сановник’, ‘мелкий татарский дворянин’ → *мурзин, мурзич, мурзишко*.

Мурзин ‘относящийся к мурзе’ — прилагательное с относительным значением, ср.: *Урумбетъ мурзина сына, Шейдякову улусу, Плешка Акбердеевъ* [5, С. 455]; *мурзич* ‘сын мурзы’ — существительное в значении незрелости, ср.: *Ови же мурзы и мурзичи ... поверстаны в службу* [37, С. 77]; *мурзишко* — существительное в уничижительном значении, ср.: *У мурзишек и у сотничиков в подводах людника и лошадека помирают*. Гр. Сиб. Милл II, 152. 1598 г. [36, Вып. 9, С. 309];

- *паша* ‘военачальник и правитель области в Османской империи’ → *пашин, пашев, пашество*.

Пашин ‘относящийся к паше’ — прилагательное с относительным значением, ср.: *А гонцу, Государь Искиндеръ пашину отказали* [26, С. 19]; *пашев* ‘то же, что пашин’ — прилагательное с относительным значением, ср.: *И атаман же всем казакам приказал, дабы насилу к пашеве дочери и служащим с нею не чинили* [34, С. 86]; *пашество* ‘звание и должность пашы’ — существительное с абстрактным значением, ср.: *и онъ де пашества не захотель, понеже паша турский гораздо рѣдко бываетъ, что своею смертию умираетъ* [31, С. 65];

- *тайша* ‘титул у некоторых местных народов Сибири; лицо, носящее этот титул’ → *тайшин, тайшиха, тайшонок*.

Тайшин ‘принадлежащий тайше, относящийся к нему’ — прилагательное в относительном значении, ср.: *Колмацкие люди Талай-тайшина улуса чорные мужики чюрасы* [37, С. 154]; *тайшиха* ‘жена тайши’ — существительное со значением женскости, ср.: *А тайшиха де Дарыка да сын ее Ешкеп велели государю бити челом* [37, С. 154]; *тайшонок* ‘малолетний сын тайши’ — существительное со значением незрелости, ср.: *Ишимов сын царевич Аблай ..., да с ними де тайшонок молод* [37, С. 154].

Многоэлементные парадигмы встречаются реже. Так, исходное слово *боярин* обозначает высший служебный чин в Русском государстве XV–XVII вв., а также лицо, пожалованное этим чином. В этом значении в языке старорусского периода с ним соотносятся следующие производные:

- *боярский* ‘относящийся к боярину’, ср.: *Бояринъ Илья Милославской проситъ пожаловать его, поверстать въ боярскомъ чинѣ* [5, С. 238]; *бояринов* ‘относящийся к боярину, принадлежащий ему’, *Бояринъ князь Иванъ Борисовичъ Репнинъ съ Москвы выѣхалъ и будетъ вскорѣ на бояриново мѣсто князь Григорьевъ Семеновичъ Куракина ...* А. Ивер. м., 363, 1661 г. [36, Вып. 1, С. 258];
- *боярыня/болярыня* ‘жена боярина’, *болярична* ‘незамужняя дочь боярина’, ср.: *вси восплакались кнегини и болярыни, жены избѣнныхъ* [13, С. 13]; *Случися тоя дщери боляричнѣ лютымъ демономъ зѣло мучимѣ быти* [11, С. 114];
- *боярищина* ‘земельное владение, вотчина’, ср.: *И мая въ 6 д. прислалъ къ намъ изъ Колуги Илья Стрешиневъ изъ Колужскаго уѣзда посошныхъ людей розныхъ боляричинъ 42 человекъ* [5, С. 86];
- *боярство* ‘высшее сословие в Московском государстве XVI–XVII вв.’, ‘чин боярина’ ср.: *А вновь Московский царь изъ бояръ, и изъ ближнихъ, и изъ иныхъ чиновъ людей, княземъ учинити не можетъ никого, кромѣ боярств и иныхъ чиновъ*. Котошихин, 23, 1667 г. [35, Вып. 1, С. 260].

Очевидно, что производные слова в составе конкретной словообразовательной парадигмы заимствования *боярин* распадаются на несколько семантических разрядов (Е. А. Земская вводит для их обозначения термины «семантическая клетка», «семантическое место»). Такие «семантические клетки» могут объединять несколько производных с общим словообразовательным значением: например, *боярыня/болярыня, болярична* — производные с общим значением женскости.

Итак, конкретная словообразовательная парадигма с наибольшим количеством производных в сфере ориентальной лексики формируется наименованием лица *боярин* и состоит из шести производных, принадлежащих четырем словообразовательным категориям. Рассмотренная многоэлементная парадигма

дает наиболее полное представление о структуре типичных для заимствованных наименований лица словообразовательных парадигм.

Большой интерес в плане выявления потенциальных возможностей восточных слов представляют также некоторые другие заимствования в функции производного слова, имеющие в языке старорусского периода многоэлементные конкретные словообразовательные парадигмы. Рассмотрим их состав с позиций частеречной принадлежности и словообразовательного значения производных слов, например:

- *бусурманин/бесерменин* ‘мусульманин’ — пятиэлементная словообразовательная парадигма: *бусурманский, бусурманка, бусурманство, бусурманити, бусурмански*.

Бусурманский ‘относящийся к мусульманину’ — прилагательное в относительном значении, ср.: *Тех же воеводцкихъ юношъ в Казань пустившихъ, и яша всехъ, и понудивша ихъ прежде ласканиемъ отвергнущихъ веры християнския и прияти веру бусурманскую* [19, С. 110]; *бусурманка* ‘мусульманка’ — существительное со значением женскости, ср.: *Настасья вдова бусурманка* [27, С. 26]; *бусурманство* ‘мусульмане’ — существительное в собирательном значении, ср.: *И буде, государь, за мною, холопо твоимъ сыщется воровство и бусурманство и измена, и я, холоп твой, достоин без всякова милосердия смертной казни*. РД IV, 122, 1672 г. [35, Вып. 1, С. 87]; *бусурманить* ‘принуждать принять мусульманскую веру’ — глагол в значении действия, характерного для лица, ср.: *Царь турецкой у грековъ и у сербовъ седьмой годъ детей отъимаетъ, и в свою ... в бахметеву веру неволю бусурманитъ* [33, С. 341]; *бусурманиться* ‘переходить в мусульманство’ — глагол в значении действия, осуществляемого лицом, ср.: *И былъ онъ въ Царѣбградѣ и тамъ бусурманился* [39, С. 308]; *бусурмански* ‘не в соответствии с христианской моралью’ — наречие в значении ‘как бусурман’, ср.: *и того города таможенный откупщикъ ... учинилъ бусурмански, взялъ у насъ пошлину зъ животворящего креста господня и с образа пресвятыя богородицы* [40, С. 269];

- *атаман* ‘выборный или назначаемый предводитель казачьих дружин, выполняющий военные и административные функции’ —

пятиэлементная словообразовательная парадигма: *атаманский, атаманов, атаманишко, атаманство, атаманье*.

Атаманский 'относящийся к атаману' — прилагательное со значением отношения, ср.: *Да подь литовскимъ же подь Ивановъ-городомъ на приступѣ убили Сѣдова Степанова атаманскаго сына* [5, С. 7]; *атаманов* 'относящийся к атаману, принадлежащий ему' — прилагательное со значением отношения, ср.: *Казаки же слышаху, атаманов совет зело похвалишиа и рекоша: «Да будет тако!»* [34, С. 87]; *атаманишко* — существительное с экспрессивно-оценочным значением, ср.: *Бьют челом холопи твои Енисейского острогу служивые людишки: атаманишка Ивашка Галкин, десятник Илейка Понкратов* [37, С. 97]; *атаманство* 'должность атамана' — существительное со значением титула, чина того, кто назван производящей основой, ср.: *И после молебново пения выбрали себе старшину атаманством Михаила Ивановича сына по реклом Татарина* [17, С. 50]; *собр. атаманье* — существительное со значением собирательности, ср.: *А Стенька Разинъ и иные старшины и атаманье здѣ ныне, того онъ не вѣдаетъ*. Отп. Ртищева, 9. 1671 г. [36, Вып. 1, С. 56].

В составе многокомпонентных парадигм встречаются характерные для той эпохи дериваты, называющие различные виды земельных владений типа *боярщина* 'земельное владение, вотчина'. Для исследуемого периода данный словообразовательный тип был относительно продуктивным. Ср.: *князьщина* 'земельная собственность князя', *монастырщина* 'земля, принадлежащая монастырю' и др. Позднее с изменением феодального землевладения происходит угасание продуктивности данных образований [2].

Проанализировав и обобщив в ономаσιологическом ракурсе семантику производных, входящих в конкретные словообразовательные парадигмы, можно выявить типичный для рассматриваемой эпохи набор производных, образованных на базе ориентализмов определенных лексико-семантических групп. Обобщим в этом ключе анализ производных, образованных от ориентальных наименований лица:

- в сфере существительных (субстантивный блок словообразовательных парадигм) представлены производные со следующими словообразовательными значениями:

- 'лицо женского пола по отношению к соответствующему лицу мужского пола' (*арап* 'темнокожий слуга' — *арапка, боярин* — *боярыня, богатырь* — *богатырка, везирь* — *возыреня, тайша* — *тайшиха*);
- 'титул, чин, профессия того, кто назван производящей основой' (*везирство, есаульство, карачейство, пашество, толмачество*);
- значение невзрослости (*мурзич, тайшонок*);
- экспрессивно-оценочные модификаты (*атаманишко, есаулишка, мурзишко*);
- 'земельное владение, связанное с тем, кто назван производящей основой' (*боярщина*);
- собирательное значение (*атаманье, боярство, бусурманство, казачество*);
- в области имен прилагательных (адъективный блок словообразовательных парадигм) — словообразовательные значения:
- 'относящийся к лицу, названному производящей основой' (*атаман* — *атаманский, боярин* — *боярский, богатырь* — *богатырский, есаул* — *есаульский, толмач* — *толмаческий*);
- 'принадлежащий лицу' (*визирь* — *визирев, есаул* — *есаулов, калга* — *калгин, паша* — *пашин, пашев; нурадин* — *нурадинов, толмач* — *толмачев*);
- глагольная часть парадигм представлена единичными производными с предельно широким словообразовательным значением — 'действие, связанное с производящим наименованием лица' (*бусурманить, казаковать, толмачить, шаманить*);
- адвербиальный блок парадигм включает в себя единичные производные со словообразовательным значением 'наречный признак, связанный с производящим наименованием лица' (*бусурмански*).

Восточные наименования драгоценных камней обладают невысоким словообразовательным потенциалом и формируют преимущественно двух- и трехэлементные парадигмы:

- *бисер* 'жемчуг', 'драгоценный камень' — двухэлементная парадигма: *бисерие, бисерный*.

Бисерный 'относящийся к бисеру' — прилагательное со значением отношения, ср.: *Смоленской мещанинъ Игнатей Васильевъ сын Арефевъ явил ... десять венцов бисерных* [32, С. 111]; *собр. бисерие* 'то же, что бисер' — существительное со значением собирательно-

сти, ср.: слезы отъ очей твоихъ яко **бисерие** драгое исхождаху [1, С. 409];

- изумруд ‘драгоценный камень ярко-зеленого цвета’ — трехэлементная парадигма: изумрудный, изумрудовый, изумрудец.

Изумрудный ‘относящийся к изумруд’ — прилагательное со значением отношения, ср.: Четырнатцат персней алмазных и лаловых **изумрудных** золотых ожереля скатное пуговицы **изумрудные** [23, С. 189], изумрудовый ‘относящийся к изумруд’ — прилагательное со значением отношения, ср.: И вамъ изумрудъ пыта-ти **изумрудовою** трескою [41, С. 121]; уменьш. изумрудец — существительное с уменьшительным значением, ср.: У опахала съ одной стороны репей золотъ ... да на другой сторонѣ у опахала жъ въ репѣ ѣхонтики червчатые да **изумрудцы** [30, С. 120];

- яхонт ‘драгоценный камень (рубин, сапфир)’ — трехэлементная парадигма: яхонтовый, яхонтец, яхонтик.

Яхонтовый ‘относящийся к яхонту’ — прилагательное со значением отношения, ср.: пятнатцать пугвицъ золотыхъ с-ыскры съ **яхонтовыми** [25, С. 325]; уменьш. яхонтец — существительное с уменьшительным значением, ср.: Два жемчюга, два **яхонты** [16, С. 267]; яхонтик ‘то же, что яхонт’ — существительное с уменьшительным значением, ср.: 15 пугвицъ золоты съ алмазы и съ **яхонти-ки** и съ изумруды [28, С. 70] и др.

Наиболее полное представление о словообразовательных возможностях ориентализмов данной лексико-семантической группы позволяет составить анализ конкретных словообразовательных парадигм слов алмаз и жемчуг, например:

- алмаз ‘прозрачный драгоценный камень’ — семиэлементная парадигма: алмазный, алмазовый, алмазник, алмазчик, алмазец, алмазик, алмазить.

Алмазный ‘относящийся к алмазу’ — прилагательное со значением отношения, ср.: Перо золото съ розными финифты, въ немъ 55 алмазовъ и искръ **алмазныхъ** граненыхъ [28, С. 73]; алмазовый ‘относящийся к алмазу’ — прилагательное со значением отношения, ср.: Перстень золотъ съ звѣздою, въ ней камышки **алмазовые**. Кн. прих.-расх. каз. пр., 43. 1614 г. [36, Вып. 1, С. 36]; алмазник ‘кто обрабатывает и продает драгоценные камни’ — существи-

тельное со значением лица, ср.: А в Курыли же **алмазниковъ** триста ... [43, С. 28]; алмазчик ‘то же, что алмазник’ — существительное со значением лица, ср.: Да торговые люди када-щевецъ Козма Ивановъ, **алмазчикъ** Иванъ Кириловъ... ДАИ X, 372. 1695 г. [36, Вып. 1, С. 30]; уменьш. алмазец — существительное с уменьшительным значением, ср.: Запана золотая съ розными финифты, въ ней 12 **алмазцовъ** граненыхъ [44, С. 77]; алмазик ‘то же, что алмазец’ — существительное с уменьшительным значением, ср.: А на том же крстѣ четыре ѣ **алмазика** да два изумруды. Кн. переп. Вск. Печ. м., 143 об., 1652 г. [36, Вып. 1, С. 45]; алмазить ‘шлифовать драгоценные камни’ — глагол в значении процесса, имеющего отношение к тому, что названо производящей основой, ср.: И вы у мастера поучитесь, какъ **алмазятъ** камень [41, С. 121];

- жемчуг ‘драгоценное перламутровое вещество, имеющее форму зерен или шариков белого, желтого цвета с разнообразными переливами и оттенками’ — жемчужный, жемчужина, жемчужишко, жемчужок, жемчужник.

Жемчужный ‘относящийся к жемчугу’ — прилагательное со значением отношения, ср.: Опашень зуръ лазорева ... на закрпкахъ зерна **жемчужныя** [29, С. 14]; сингулятив жемчужина ‘одно зерно жемчуга’ — существительное со значением единичности, ср.: У пречистые Богородицы в очелье звезда, а в ней камень да около камени шесть **жемчюжин** [8, С. 71]; уничиж. жемчужишко — существительное с эмоционально-экспрессивным значением, ср.: Съ четверть золотника **жемчужишку** мѣлкого. А. Моск., 98. 1622 г. [36, Вып. 5, С. 87]; уменьш. жемчужок — существительное с уменьшительным значением, ср.: Шелк червчат варворки с золотом да с **жемчюшки** [16, С. 81]; жемчужник ‘торговец жемчугом или искатель жемчуга’ — существительное со значением лица, ср.: Посылалъ де онъ на Китай ... казака Онашку Нестерова, да съ нимъ **жемчужника** Ивана Федорова ДАИ XI, 217. 1684 г. [36, Вып. 1, С. 87].

Таким образом, словообразовательные значения, которые могут выражаться в дериватах, образованных на базе ориентализмов-наименований драгоценных камней, таковы:

- лицо по отношению предмету, названному производящей основой (алмазник, жемчужник);

- экспрессивно-оценочные модификаты (*алмазик, жемчужишко, яхонтик*);
- собирательное значение (*бисерие*);
- ‘относящийся к предмету, названному производящей основой’ (*алмаз — алмазный, жемчуг — жемчужный, изумруд — изумрудный*);
- ‘процесс, имеющий отношение к тому, что названо производящей основой’ (*алмазить*).

ВЫВОДЫ

Итак, в ходе исследования было установлено, что восточные заимствования оказывают определенное влияние на реализацию в русском языке XV–XVII вв. деривационных возможностей лексем тех или иных лексико-семантических групп, формируя в ряде случаев словообразовательные типики, объясняемые недостаточной освоенностью ориентальных слов. Повторяемость «семантических клеток» в конкретных словообразовательных парадигмах указывает на типовой (для восточной

лексики) характер этих «семантических мест» и позволяет выявить промежуточную деривационную модель, занимающую срединное положение между конкретными словообразовательными парадигмами и типовыми парадигмами. Называя принципы расхождения между типовыми и конкретными словообразовательными парадигмами, ученые упоминают явление так называемого «словообразовательного супплетивизма», а также структурные ограничения [15, С. 111]. Проанализированный материал убеждает в том, что фактор происхождения производного слова, например, его заимствованный характер, оказывает не менее существенное влияние на формирование типовых словообразовательных парадигм, выражающееся в ограниченной реализации словообразовательного потенциала таких слов. Большая часть конкретных словообразовательных парадигм ориентальных заимствований являются парадигмами неполными.

Список литературы:

1. Аввакум. Книга бесед // Памятники истории старообрядчества XVII века. – Л.: Изд-во АН СССР, – 1927. – Кн. I, вып. I (РИБ. Т. 39). – Стлб. 241–424.
2. Азарх Ю. С. Словообразование и формообразование существительных в истории русского языка. – М.: Наука, – 1984. – 246 с.
3. Акбари Р. М. Сопоставительный анализ деривационных возможностей слов в русском и персидском языках (на материале заимствований) // Филология и культура. Philology and culture. – № 3 (33). – Казань, – 2013. – С. 11–14.
4. Акты Московского государства, изд. Акад. наук. Т. 1. Разрядный приказ. Московский стол / под ред. Н. А. Попова. – СПб., – 1890. – 1571–1634 гг.
5. Акты Московского государства, изд. Акад. наук. Т. 2. Разрядный приказ. Московский стол / под ред. Н. А. Попова. – СПб., – 1894. – 1635–1659 гг.
6. Араева Л. А. Парадигматические отношения на словообразовательном уровне. – Кемерово: Кемеровский госуниверситет – 1990. – 78 с.
7. Габдреева Н. В. Лексика французского происхождения в русском языке: историко-функциональное исследование. – Ижевск: Изд. дом «Удмуртский университет», – 2001. – 339 с.
8. Галиуллин К. Р., Гизатулина А. Р. Казанский край: Словарь языка памятников первой четверти XVII в. – Казань: Изд-во Казан. ун-та, – 2008. – 276 с.
9. Грамотки XVII – начала XVIII в. / под ред. С. И. Коткова. – М.: Наука, – 1969. – 415 с.
10. Ерофеева И. В. Именное словообразование в лингвокультурологической парадигме летописного текста. – Казань: Казан. гос. ун-т, – 2010. – 256 с.
11. Житие и жизнь благоверных великих княжы Евфросинии Суздальския. Описано иноком Григорием // изд. ОЛДП. – СПб., – 1888. – Вып. 91. – С. 3–148.
12. Житие протопопа Аввакума, им самим написанное // Памятники истории старообрядчества XVII века. – Л.: Изд-во АН СССР, – 1927. – Кн. I, вып. I (РИБ. Т. 39). – Стлб. 1–240.
13. Задонщина // Русские повести XV–XVI вв. / составитель М. О. Скрипиль. – М., Л.: Гослитиздат, – 1958. – С. 9–15.
14. Земская Е. А. Словообразование как деятельность. – М.: Наука, – 1992. – 221 с.

15. Земская Е. А. Язык как деятельность: Морфема. Слово. Речь. – М.: Языки славянских культур, – 2004. – 688 с.
16. Исламова Э. А., Галиуллин К. Р. Казанский край: Словарь памятников XVI в. – Казань: Изд-во Казан. ун-та, – 2000. – 286 с.
17. «Историческая» повесть о взятии Азова в 1637 г. // Воинские повести древней Руси/под ред. В. П. Адриановой-Перетц. – М., Л.: АН СССР, – 1949. – С. 47–56.
18. Иудиф//Тихонравов Н. Русские драматические произведения – 1672–1725 гг. – СПб., – 1874. – Т. I. – С. 76–203.
19. Казанская история. Под ред. В. П. Адриановой-Перетц. – М.-Л.: Изд-во АН СССР, – 1954. – 194 с.
20. Косова В. А. Словообразовательные категории русского языка: проблемы теории. – Казань: ООО «Новое знание», – 2014. – 204 с.
21. Kosova V. A., Ukhanova T. V. Russian adjectives with confixes from an anthropocentric viewpoint // Journal of language and literature. – 2016. – Vol. 7. – No. 2. – P. 328–331.
22. Маринова Е. В. Иноязычные слова в русской речи конца XX– начала XXI в.: проблемы освоения и функционирования. – М.: ООО «Издательство ЭЛПИС», – 2008. – 495 с.
23. Московская деловая и бытовая письменность XVII века/изд. подгот. С. И. Котков, А. С. Орешникова, И. С. Филиппова. – М.: Наука, – 1968. – 338 с.
24. Николаев Г. А. Лекции по русскому словообразованию. – Казань: Казан. гос. ун-т, – 2009. – 188 с.
25. Отрывок из старинной описи XVII или к. XVI столетия // Савваитов П. И. Описание старинных царских утварей, одежда, оружия, ратных доспехов и конского прибора, в азбучном порядке расположенное. – СПб., – 1865. – С. 325–331.
26. Переписка царя Михаила Феодоровича // Письма русских государей и других особ царского семейства. – М., – 1848. – Т. 1. – С. 9–298.
27. Писцовые книги города Казани – 1565–1568 гг. и 1646 г. – Материалы по истории Татарской АССР // Материалы по истории народов СССР. – Л.: Изд-во АН СССР, – 1932. Вып. 2. – С. 1–130.
28. Платье и некоторые вещи царя Алексея Михайловича, – 1676 г. // Савваитов П. И. Описание старинных царских утварей, одежда, оружия, ратных доспехов и конского прибора, в азбучном порядке расположенное. – СПб., – 1865. – С. 68–74.
29. Платье царя Бориса Феодоровича Годунова, – 1589 г. // Там же. – С. 11–21.
30. Платье, головной убор и спальный уборы царицы Евдокии Лукьяновны, – 1642 г. // Там же. – С. 105–126.
31. Проскинитарий Арсения Суханова//Православный палестинский сборник.– СПб., – 1889. – Т. 7, вып. 3 (21). – С. 3–300.
32. Региональный исторический словарь второй половины XVI – XVIII в. (по памятникам письменности Смоленского края) / отв. ред. Е. Н. Борисова. – Смоленск: Смоленский гос. пед. ун-т, – 2000. – 367 с.
33. Сказание о Петре, воеводе Волосском // Сочинения И. Пересветова. – М.-Л.: Изд-во АН СССР, – 1956. – С. 331–359.
34. «Сказочная» повесть об азовском взятии и осадном сидении в 1637 и 1642 гг. // Воинские повести древней Руси / под ред. В. П. Адриановой-Перетц. – М.-Л.: АН СССР, 1949. – С. 85–112.
35. Словарь обиходного русского языка Московской Руси XVI – XVII вв. / под ред. О. С. Мжельской. – СПб.: Наука, – 2004–2006. – Вып. 1–2.
36. Словарь русского языка XI – XVII вв. – М.: Наука, – 1975–2006. – Вып. 1–9.
37. Словарь русской народно-диалектной речи в Сибири XVII – первой половины XVIII в. / сост. Г. Г. Панин. – Новосибирск: Наука, Сиб. отд-ние, – 1991. – 181 с.
38. Словарь языка мангазейских памятников XVII – первой половины XVIII в. / сост. Н. А. Цомакион. – Красноярск: КГПИ, – 1971. – 581 с.
39. Статейный список Арсения Суханова // Православный палестинский сборник. Т. 7, вып. 3 (21). Прил. 1. – СПб., – 1889. – С. 301–326.
40. Статейный список П. И. Потемкина // Демидова Н. Ф., Мясников В. С. Первые русские дипломаты в Китае. – М.: Наука, – 1966. – С. 227–315.

41. Торговая книга / предисловие И. П. Сахарова // Зап. Отделения рус. и слав. археологии Археологич. об-ва. – СПб., 1851. – Т. 1, отд. 3. – С. 106–139.
42. Умурзакова А. Ж. Тюркизмы в словообразовательной системе русского языка: Автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Алма-ата, – 1982. – 18 с.
43. Хожение за три моря Афанасия Никитина, – 1466–1472 гг. – М. – Л.: Изд-во АН СССР Ленингр. отд., – 1958. – 284 с.
44. Царская утварь и платье царя Феодора Алексеевича, – 1682 г. // Савваитов П. И. Описание старинных царских утварей, одежд, оружия, ратных доспехов и конского прибора, в азбучном порядке расположенное. – СПб., – 1865. – С. 75–102.
45. Юналеева Р. А., Гатаулина Р. Г. О словообразовательной продуктивности тюркизмов в русском языке // Советская тюркология. – 1985. – № 5. – С. 11–17.

Информация об авторе

Гилазетдинова Гелиня Хайретдиновна, доктор филологических наук, профессор
Институт филологии и межкультурной коммуникации, Казанский (Приволжский) федеральный университет
Адрес: 420008, Россия, Казань, ул. Кремлевская, 18. КФУ
E-mail: ggilaz@mail.ru

R. R. Yakhina¹¹Kazan National Research Technical University named after A. N. Tupolev – KAI

SEMANTIC MODIFICATIONS OF FOREIGN WORDS OF ENGLISH ORIGIN

Abstract

Objective: Examination of semantic acquisition of a foreign word – central and defining moment in its adaptation.

Methods: The article gives a comparative-contrastive analysis of modern words that came into the Russian language from English (anglicisms).

Results: It was found that words, when passing from one language to another one, undergo semantic changes. This article did not consider words that were borrowed without peculiar changes. They refer mainly to terminological vocabulary or highly specialized words, and also are used in language for designation of new professions.

Practical relevance: The main provisions and conclusions of this article can be used in scientific and pedagogical activities when considering the issues of borrowing and semantic acquisition of foreign words.

Keywords: anglicisms, prototype, language-receptor, language-source, narrowing, expansion.

References:

1. Amosova N. N. Leksikologiya anglyskogo yazyka, Posobiye dlya uchiteley sredney shkoly. / N. N. Amosova. – L.: Uchpedgiz., Leningr. Otdeleniye, – 1955. – 170 p.
2. Andreychenko Ye. V. Vozvrashchennaya leksika russkogo yazyka kontsa XX veka: lingvistichesky status, sotsio-kulturnaya determinirovannost, funktsionirovaniye: Avtoref. diss. kand. filol. nauk / Ye. V. Andreychenko. – Almaty, – 2007.
3. Gabdreyeva N. V. Leksika frantsuzskogo proiskhozhdeniya v russkom yazyke (istoriko-funktsionalnoye issledovaniye): Monografiya / N. V. Gabdreyeva – Izhevsk: Izdatelsky dom “Udmurtsky universitet”, – 2001. – 339 p.
4. Elizova T. K. Zaimstvovaniya anglyskogo yazyka v rusky v – 1960–70-gg. XX veka: Avtoref. diss. kand. fil. nauk. – Rostov-na-Donu, – 1978.
5. Bolshoy tolkovy slovar russkogo yazyka / Sost. i gl. red. S. A. Kuznetsov. – SPb.: Norint, – 2000. – 1536 p.
6. Bolshoy ekonomicheskyy slovar / Pod red. A. N. Azriliyana. – 5-e izd. dop. i pererab. – M.: Institut novoy ekonomiki, – 2002. – 1280 p.
7. Grachev M. A. Slovar tysyacheletnego russkogo argo: 27000 slov i vyrazheny / M. A. Grachev. – M.: RIPOL KLASSIK, – 2003. – 1120 p.
8. Elistratov V. S. Slovar russkogo argo: Materialy 1980–1990 gg.: Okolo 9000 slov, 3000 idiomaticheskikh vyrazheny. – M.: Russkiye slovari, – 2000. – 694 p.
9. Komlev N. G. Slovar inostrannykh slov. – M.: Eksmo, – 2006. – 672 s.
10. Krysin L. P. Tolkovy slovar inoyazychnykh slov. / L. P. Krysin. – M.: Izd-vo Eksmo, – 2007. – 944 p.
11. Slovar inostrannykh slov i vyrazheny / Avt.-sost. Ye. S. Zenovich. – M.: Olimp; OOO “Firma “Izd-vo AST”, – 1998–608 p.
12. Slovar molodezhnogo slenga: (Materialy 1980–2000 gg.) – 3-e izd., ispr. i dop. / Nikitina T. G. – SPb.: Folio-Press, – 2003. – 704 p.
13. Slovar po ekonomike i pravu: Ok. 3000 ponyaty. / Lozovsky L. Sh., Rayzberg B. A. – M.: Omega, – 1999. – 608 p.
14. Sovremenny tolkovy slovar russkogo yazyka. / Glavnyy redaktor S. A. Kuznetsov, SPb., – 2004.
15. Fasmer M. Etimologicheskyy slovar russkogo yazyka. – M.: OOO “Izd-vo Asterel”: OOO “Izd-vo AST”, – 2003, – 864p.
16. Chernykh, P. Ya. Istoriko-etimologicheskyy slovar sovremennogo russkogo yazyka: v 2 t. / P. Ya. Chernykh. – M.: Russky yazyk. – Media, – 2006. – T. 1–621 p.
17. Chernykh, P. Ya. Istoriko-etimologicheskyy slovar sovremennogo russkogo yazyka: v 2 t. / P. Ya. Chernykh. – M.: Russky yazyk. – Media, – 2006. – T. 2–559 p.

Information about the author

Yakhina Ruzilya Raifovna, Candidate of Philology, Associate Professor of the Department of Foreign Languages, Kazan National Technical University named after. A. N. Tupolev-KAI

Address: 420111, Kazan, ul. K. Marx, 10

Tel.: +7 (843) 231-01-09

E-mail: inyas@kai.ru

Р. Р. Яхина¹

¹ Казанский национальный исследовательский технический университет им. А. Н. Туполева – КАИ

СЕМАНТИЧЕСКИЕ МОДИФИКАЦИИ ИНОЯЗЫЧНОЙ ЛЕКСИКИ АНГЛИЙСКОГО ПРОИСХОЖДЕНИЯ

Аннотация

Цель: Рассмотрение семантического освоения иноязычного слова — центральный и решающий момент в его адаптации.

Методы: В статье проводится сравнительно-сопоставительный анализ современных слов, которые перешли в русский язык из английского языка (англицизмов).

Результаты: Выявлено, что слова при переходе из одного языка претерпевают семантические изменения. В данной статье не рассматривались слова, которые заимствуются без особых изменений. Они в основном относятся к терминологической лексике или к словам узкой специализации, а также используются в языке для номинации новых профессий.

Практическая значимость: Основные положения и выводы статьи могут быть использованы в научной, педагогической деятельности при рассмотрении вопросов заимствования и семантического освоения иноязычных слов.

Ключевые слова: англицизмы, прототип, язык рецептор, язык источник, сужение, расширение.

ВВЕДЕНИЕ

Проблема семантического освоения затрагивается во многих работах, посвященных языковым контактам. Этой проблемой занимались такие ученые, как В. М. Аристова, Ю. Архипов, Э. А. Балалыкина, Ю. А. Бельчиков, С. А. Беляева, Е. Э. Биржакова, Л. А. Войнова, Н. В. Габдреева, В. А. Дуплийчук, Т. К. Елизова, С. Ф. Кепешук, А. П. Крысин, Л. Л. Кутина, М. Мартысюк, И. И. Огиенко, А. И. Соболевский, И. В. Токарева, Р. А. Юналеева и др. при изучении заимствований разных этимологий.

Семантическое освоение иноязычного слова, по мнению многих ученых, — центральный и решающий момент в его адаптации. Слово заимствуется, приспосабливается в языке-рецепторе, занимает определенное место в семантической структуре нового языка (совокупность значений, которым обладает прототип), ассимилируется.

Особенностью настоящего этапа является то, что пласт иноязычных лексем разнороден не только по степени ассимиляции, языкам-источникам, но и способам номинации обозначаемого понятия. К иноязычным английским новообразованиям относятся лексемы, которые обладают явно выраженным этнокультурным компонентом и семантические заимствования, которые в русском языке стали обозначать не только английские понятия, как в первом случае, а реалии русской действительности.

Универсальной закономерностью является определение двух амбивалентных тенденций, характеризующих семантическую ассимиляцию: расширение и сужение понятийного поля, которое иногда (не всегда) сопровождается сокращением или сужением семантической структуры прототипа. В ряде случаев конкретные существительные при переходе в другой язык не меняют значения, например: *сэндвич*, *биг-маг*, *бейдж*, *дансинг*, *паркинг*.

Говоря о семантическом аспекте освоения заимствований, лингвисты подразумевают, прежде всего, те изменения, которые происходят со структурой их значений в заимствующем языке. Лексическое значение слова состоит из следующих компонентов:

- 1) сигнификативного, или определяющего понятийное содержание, понятие, которое отличается от других понятий;
- 2) денотативного, отражающего соотношенность слова с классом определенных денотатов;
- 3) коннотативного, содержащего эмоционально-стилистическую окрашенность слова;
- 4) этнокультурного компонента, отражающего национальную специфику восприятия слова носителем;
- 5) структурного, определяющего место лексемы в лексико-тематической группе и лексико-семантическом поле.

Н. В. Габдреевой была установлена зависимость между освоением компонентов лексического значения иноязычного слова и способами его введения в русских переводах XVIII–XX вв. Ею были описаны основные способы введения слов французского происхождения, доминирующие на каждом этапе, это глоссы, включение в синонимический ряд, корреляция и различного вида экспликации — примечания, этимологические комментарии, разъяснения (Габдреева, 2001).

Т. К. Елизова предлагает классификацию англицизмов в соответствии с характером лексико-семантической и стилистической соотношенности исконных и иноязычных слов. Эта классификация такова:

1. англицизмы, соотносимые со словами русского языка по линии дифференциации понятий: *шоу* — *зрелище* — *представление*;
2. англицизмы, соотносимые со словами русского языка как частная и общая номинация: *имидж* — *образ* — *подобие*;
3. англицизмы, семантически тождественные словам русского языка: *бобби* — *полицейский*;
4. англицизмы, семантически и стилистически эквивалентные русским словам: *компьютер* — *ЭВМ* (Елизова Т. К.).

Наши исследования по сопоставительному анализу семантической структуры, или плана содержания, прототипа и коррелятивного английского заимствования в русском языке позволяют выделить следующие тенденции:

- Заимствованное слово в русском языке имеет более широкое значение, чем в английском языке.

Прототип в английском языке употребляется в более узком значении. Происходит процесс расширения значения английского прототипа на русской почве.

- Английские слова функционируют в широком значении, обладают большим семантическим объёмом, а русские соответствия употребляются в более узком значении, т. е. наблюдается процесс сужения значения английского слова на русской почве. Под сужением, вслед за Н. В. Габдреевой, мы понимаем упрощение и сужение семантической структуры, сокращение количества значений и собственно сужение, модификацию понятийного объема.

- Сохранение значения английского слова при переходе в русский язык.

- Трансформация английского слова при заимствовании в русский язык.

В данной статье мы рассмотрим 2 процесса: расширения и сужения.

Первая группа слов, которые имеют более широкую семантическую структуру в русском языке, чем в языке-источнике, к ней относятся лексемы: *айсинг, андердог, блэк-аут, ваучер, дисконт, трафик, трейдер, форвард, буккер, фаст-фуд, кастинг, нокаут и нокдаун, пионер*.

Терминология — это особый пласт ограниченной лексики в употреблении. В процессе усвоения принимающей системой заимствованная терминологическая лексика проходит те же закономерности (процесс расширения семантического объёма прототипа), как и любое иноязычное слово.

Крекинг. В русском языке этот термин получил расширение семантики: '1. завод, установка для крекинг-процесса; 2. разложение тяжелых нефтепродуктов' (Беляева С. А., 1972: 18). В английском языке присутствует только одно значение — 'a process of breaking down certain hydrocarbons into simple ones (процесс разложения углеводорода в простые частицы)' (LDCE, 2005: 467). Слово заимствовалось в конце XX века по данным Этимологического словаря русского языка М. Фасмера (М. Фасмера, 2003), употреблялось в качестве термина в учебниках химии (70–80-е гг.) Оно не зафиксировано в Историко-этимологическом словаре современного русского языка под ред. П. Я. Черных (П. Я. Черных, 2006).

Слово *фаст-фуд* образовано от английского прототипа *fast food* < *fast* — быстро + *food* — пища, еда. Первоначально слово выступило в русском языке, обозначая иноязычную реалию действительности 'еда,

продаваемая в сети ресторанов «Макдоналдс» (чизбургеры, гамбургеры, чикен-магнакенс и т. д.) и широко использовалось среди молодежи в разговорном русском языке. Далее заимствование фиксируется в словаре иностранных слов — «быстрое питание, еда на скорую руку (Комлев, 2001: 373). *Весна, фаст-фуд и Джей Ло* (Seventeen, 2005: 49).

В дальнейшем, расширяя сферу распространения, *фаст-фуд* приобретает ещё одно значение, которое не зафиксировано современными словарями — «вредная, жирная, калорийная еда. Так что советую забыть про фаст-фуд (MINI, 2007, № 10: 12).

Значения в языке-источнике и языке-рецепторе не совпадают. Лексема расширяет своё значение в русском языке и современный толковый словарь русского языка даёт значения — «1. система стандартных закусок с быстрым обслуживанием; 2. еда, подаваемая в таких закусочных; 3. полуфабрикаты быстрого приготовления» (Кузнецов, 2007: 888). В английском Логманском толковом словаре *fast-food* — «hot food that is served very quickly in special restaurant, and often taken away to be eaten in the street» (горячая закуска, которую обычно едят на улице) (LDCE, 2005: 460).

Слово *ваучер* первоначально вошло в русский язык как экономический термин. Появление слова *ваучер* в русском обществе обусловлено проведением экономических реформ, в частности, приватизации в России начале 1990-х гг. Впервые слово было зафиксировано в Словаре по экономике и праву А. Ш. Лозовского и Б. А. Райзберга в 1990-х гг. В лексической системе русского языка лексема приобрела следующие значения — «1. приватизационный чек, документ, дающий право на участие в приватизации посредством его обмена на акции приватизируемого предприятия; 2. письменное свидетельство, поручительство, гарантия или рекомендация» по данным Словаря по экономике и праву (СПЭИП, 1999: 76). Позднее, с популярностью заграничных путешествий в России, значение слова *ваучер* в современном литературном языке расширяется и появляется ещё одно значение — «квитанция-подтверждение взноса платы за туристическую поездку» (Комлев, 2001: 72). В английском языке прототип *voucher* — «a printed piece of paper that can be used instead of money to pay for smth., or that allows you to pay less than the usual price of sth. (расписка, поручительство)» (LDCE, 2005: 1450). Семантическое расширение в данном случае является результатом вторичного семантического заимствования.

Экономический термин *дисконт* в русском языке имеет следующие значения: «1. учет векселя; 2. учётный процент, взимаемый банками при учете векселя; 3. скидки с цены товара» по данным Большого толкового словаря русского языка (БТСРЯ, 2000: 234). В английском языке семантика слова уже. *Discount* — «an account of money that is taken off the usual cost of smth.» (скидка) (OALD, 2004: 357).

К этой же группе мы относим так называемую возвращенную лексику: *акция* (ценная бумага — совр. 1. чек; 2. действия (напр., акции протеста), акт), *чартер* (аренда судов — совр. специальный рейс), *бакалавр* (первая ученая степень — совр. часть основного образования), *фермер* (крестьянин — совр. владелец или арендатор фермы), *канцелинг* (предельный срок пребывания судна в порту — совр. отмена (комп.)), *диггеры* (представители крайне левого крыла революционной демократии — совр. специалист по подземным коммуникациям, ходов сообщения и их состоянием). Эти слова объединены общим признаком — значительным периодом функционирования в русском языке: они были заимствованы в XIX–XX вв., а некоторые и ранее, однако по разным причинам были вытеснены на периферию языкового сознания. В новых исторических условиях, связанных с бурными политическими, экономическими, идеологическими и иными процессами, эти слова вновь вернулись в активное употребление в период, очерченный рамками конец XX — начало XIX века (Е. В. Андрейченко: 2–4). Так слово *пионер* известно русскому языку с начала XVIII века в значении «солдат-пехотинец, сапер». Позже, с середины XIX века, оно начинает употребляться также со значением «зачинатель, первопроходец». Значение «член детской коммунистической организации» слово *пионер* получило в 1920-е годы XX века (П. Я. Черных, 2006: 33). В современном русском языке произошло функциональное перераспределение значений: политическое редуцировалось, ушло в пассивный состав, активизировалось значение «первопроходец» и, наконец, отмечено в качестве профессионального значения — «малый бизнес», которое можно отнести к профессиональному жаргону. В Словаре русского арго Грачева М. А. отмечено значение «начинающий наркоман» (М. А. Грачев, 2003: 674). А в Словаре русского арго Елистратов В. С. фиксирует значение слова *пионер* «ирон. начинающий, неопытный, малолетний» (В. С. Елистратов, 2000: 333). Английский прототип имеет только одно значение *pioneer* — первопроходец.

Универсальной закономерностью семантической ассимиляции слов различных этимологий является сужение семантической структуры или понятийного поля. Эта группа довольно обширна по сравнению с остальными. Ее представляют следующие лексемы: *андеграунд, амбиент, аут, апгрейд, апойнтмент, аудит, аутпут, аутфит, анимация, байпас, бакалавр, баксы, баунти, биг бизнес, билборд (амер.), билд-ап, брейк, бройлер, блеф, бит, брокераж, бык, бэкграунд, варрант, вестерн, воркшоп, вэлфер, бейлиф, бек, буллит, вердикт, виперы, гандикап, гринкард, грум, джокер, грейс, инсайд, ноутбук, постер, миксер, соул, флаер* и другие слова.

Следует отметить, что заимствованная терминологическая лексика, как и повседневная иноязычные слова, претерпевает сокращение семантической структуры термина. Термин *скремблер* от английского слова *scrambler* (1.маскиратор речи; 2.цепляющееся растение; 3.аппаратура засекречивания; 4. перемешиватель; 5. высадочная сеть; 6 шифрующее устройство). В русском языке термин *скремблер* употребляется только в значении 'преобразователь структуры цифрового сигнала электросвязи'. Термин *апгрейд* — английское заимствование, которое в русском языке имеет два значения. Первое значение относится к области информатики — 'совершенствование программного обеспечения компьютера, обновление, улучшение характеристик ЭВМ' (Комлев, 2001: 32). Второе значение слова — 'усовершенствование' используется в сфере экономики. Например, Системный апгрейд оплаты труда (Справочник по управлению персоналом: 2006, № 6: 20). В английском языке слово *up-grade* имеет ряд значений — '1. to make a piece of machinery, computer system more powerful and efficient (совершенствование программного обеспечения компьютера, обновление); 2. to give sb a more important job (продвинуть по службе); 3. to give sb a better seat on a plane, room in a hotel that one that they have paid for (дать комнату, место получше по стоимости, чем заплатили); 4. to improve the condition of a building, etc in order to provide a better service (улучшить условия здания, с целью обеспечения лучшего обслуживания)' (OALD:1428). Из сопоставления мы можем отметить, что в семантическом плане прототип заимствовался частично и потерял некоторые значения при переходе в русский язык.

Рассмотрим лексему *апойнтмент*. Логманский словарь английского языка дает следующие значения

слова *appointment* — '1. a formal arrangement to meet or visit sb at particular time (согласованная встреча); 2. the act of choosing a person for a job or position of responsibility (назначение на должность); 3. a job or position responsibility (должность, место)' (LDCE, 2005: 49). В русский же язык заимствовалось только одно значение слова *апойнтмент* 'заранее согласованная встреча, прием (напр., у врача)' (Комлев, 2001: 33). Слово заимствовалось в начале XX века по данным Словаря иностранных слов Комлева. Мы имеем повышение частотности слова. В Толковом словаре иностранных слов Крысина Л. П. слово не фиксируется.

Рассмотрим следующую лексему *брейк*. Слово используется в русском языке в качестве самостоятельной лексемы и партикулы композита. Объединяющим фактором этих разнородных явлений является семантика, значение прототипа *break* — 'short period of time when you stop what you are doing and rest (перерыв)'. В словаре Л. П. Крысина и Е. С. Зеновича данная лексема имеет одно значение 'танец с характерными резкими движениями и элементами пантомимы и акробатики' (Крысин, 2007: 141). Например, *Что касается всякого андеграунда — хип-хоп, брейк, рэп и т. п., то тут классическая подготовка не требуется* (Арбат престиж, 2007, № 5: 139). Кроме выше указанного значения, в Словаре иностранных слов и выражений дается ещё значение 'в теннисе — гейм, выигранный на чужой подаче' (Зенович, 2003: 104). Там же фиксируется слово-композит *брейк пойнт*, образованное на основе слова *брейк*. Слово-композит *брейк пойнт* зафиксировано в значении 'в теннисе — ситуация, в которой игроку необходимо выиграть одно очко для выигрыша гейма на чужой подаче' (Зенович, 2003: 104).

В Словаре иностранных слов Комлева Н. Г. зафиксированы два значения-омонима — '1) спорт. в боксе: команда рефери (судьи), предписывающая участникам состязания временно приостановить борьбу и отойти на шаг назад; 2) экон., амер. быстрое и резкое падение цен'. Здесь же дается слово-композит *брейк-данс* 'бытовой танец середины 80-х годов XX в., имитирующий движения роботов и содержащий элементы акробатики, зародился в негритянских кварталах американских городов; исполняется низко над полом или на полу, отличается резкими, угловатыми и стремительными движениями' (Комлев, 2001: 66). На языке молодежного сленга есть ещё одно значение — 'любитель, фанат брейк-данса' по данным

словаря (СМС, 2003: 56). Последнее время в современном литературном языке, главным образом в его разговорной речи, наблюдается употребление нового модного словосочетания со словом *брейк* – *кофе-брейк* в значении ‘сделать короткий перерыв на чай или кофе’. В языке также существует значение *брейк* ‘сделать перерыв на работе’, но это значение ещё не зафиксировано в современных словарях и используется в разговорной речи.

В английском языке лексема *break* – ‘1. short period of time when you stop what you are doing and rest (перерыв); 2. a period of time between lessons at school (перемена); 3. a pause for advertisements in the middle of a television or radio programme (перерыв на рекламу); 4. a space or an opening between two or more things (дыра, отверстие, просвет на небе); 5. a place where sth, especially a bone in your body, has broken (перелом); 6. to split up relationship (разрыв в отношениях); 7. (AE) sudden falling of prices (внезапное падение цен); 8. an opportunity to do sth, usually to get sth. that you want or to achieve success (благоприятные обстоятельства)’ (OERD, 2003: 143). Из сопоставления данных английских и русских словарей, мы можем утверждать, что значение прототипа значительно уже, чем заимствования в русском языке.

Корт. Лексема вошла в русский язык как спортивный термин и используется в значении ‘площадка для игры в теннис’ (Крысин, 2007: 401), зафиксированный в Словаре иноязычных слов. В языке-рецепторе существует только одно значение. Если мы сравним с прототипом, то отметим, что значение шире в английском языке, чем в русском. Английское слово *court* обладает комплексом значений – ‘1. the place where legal trials take place and where crimes are judged (суд); 2. a place where games such as tennis are played (теннисный корт); 3. the official place where kings and queens live (резиденция королей и королев); 4. courtyard (двор)’ (OERD, 2003: 287–288).

Ноутбук. В языке-реципиенте лексема *ноутбук* функционирует только для обозначения портативного компьютера (Комлев, 2001: 247). В английском языке прототип *notebook* имеет более широкую семантическую структуру – ‘1. a small book of plain paper for writing notes in (блокнот); 2. exercise book (тетрадь); 3. a very small computer that you can carry with you and use anywhere (портативный компьютер)’ (OERD, 2003: 866). В английском языке используется слово *laptop* для обозначения портативного компьютера —

это лексема более употребительна в современном английском языке.

Слово *ноутбук* пришло в русский язык в конце 80-х гг., но в Историко-этимологическом словаре современного русского языка оно ещё не отмечено (П. Я. Черных, 2006).

Офис. В русском языке зафиксировано только одно значение — канцелярия, контора, служба, а также специально оборудованное помещение для такой службы (Комлев, 2001: 258). В русском языке на базе этой лексемы образовалось ещё одно слово *офис-менеджер* ‘работник офиса, начальник отдела’. В языке-источнике данная лексема имеет несколько значений – ‘1. a room, set of rooms or building where people work, usually sitting at desks (контора); 2. a room in which a particular person works, usually at a desk (канцелярия); 3. a room or building used for a particular purpose, especially to provide information or a service (бюро); 4. used in the names of some British government departments (ведомство, министерство, управление); 5. an important position of authority, especially in government; the work and duties connected with this (власть, полномочия, служба, должность)’ (LDELAC, 1992: 879).

Бэкграунд. В русском языке слово употребляется в кинематографии, как ‘1. фон, задний план; рисованное или проецированное изображение как фон при киносъёмках; 2. музыкальное или шумовое оформление’ (Комлев, 2001: 70). В Толковом словаре иностранных слов Л. П. Крысина слово не зафиксировано. Прототип *background* в языке-источнике обладает комплексом значений: ‘1. details of a person’s family, education, experience (происхождение); 2. the circumstances or past events which help explain why sth is how it is; information about these (исторические данные, истоки); 3. the part of a picture, photograph or view behind the main objects, people (задний план); 4. a position in which people are not paying attention to sb/sth or not as much attention as they are paying to sth/sb else (музыкальное или шумовое сопровождение); 5. a colour or design on which sth is painted, drawn (фон)’ (OALD, 2003: 76).

Рассматриваемая тенденция нашла отражение в том, что в языке-рецепторе *митинг* сузило сферу функционирования. Сравним значения заимствования и английского прототипа: ‘1. политическое собрание; 2. собрание, устраиваемое в поддержку или против каких-л. политических решений)’ по данным

Современного толкового словаря русского языка под ред. С. А. Кузнецова (СТСРЯ, 2007: 352). Английское слово *meeting* является, вероятно, суффиксальным производением (суф. -ing) от *meet* — ‘встречаться’. Слово *meeting* имеет следующие значения в английском языке: ‘an occasion when people come together to discuss smth (встреча, собрание), people at the meeting (люди во время встречи), sport event (спортивная встреча команд, заседание)’ (OALD: 797).

Сравнив прототип и коррелятивное слово, мы обнаруживаем, что они сохраняют форму, но лексическое значение совпадает частично. В английском языке прототип *meeting* имеет значение ‘встречи’ в широком смысле этого слова, а в русском языке только ‘политическая встреча’ – произошло сужение семантического объема в русском языке. Прототип *meeting* в английском и коррелят *митинг* в русском языках — это не одно и то же.

В русском языке слово *байер* имеет значение ‘менеджер, который делает предварительные закупки одежды для сети магазинов’. 70% закупок делают до показов – во время показа «предколлекций». После дефиле *байер* приобретает сезонные новинки в ‘специальных залах’ – шоурумах (английское заимствование — прототип *show room*). *Show room* – ‘комната для показов/менее, чем за полгода до начала показа’. Правильно отобрать вещи будущего сезона – искусство, и *байер* – специалист, имеющий профессиональное чутьё. В России институт *байеров* начал складываться в 1990-х гг., когда резко расширился рынок одежды, в основном импортной (Энциклопедия моды, 2002: 31).

В языке-источнике прототип *buyer* определяется следующими значениями: ‘1. person who buys smth., especially smth. exclusive (покупатель, особенно чего-то эксклюзивного); 2. a person whose job is to choose goods that will be sold in a large shop (закупщик товаров для больших магазинов)’. Из рассмотренного хочется отметить, что в английском языке *buyer* — это ‘покупатель’ вообще, а в русском языке слово *байер* функционирует в значении ‘покупатель товаров для дорогих бутиков’, т. е. мы наблюдаем потерю сем при переходе слова в русский язык.

Слово *секонд-хенд* – английский термин, родственный советскому понятию ‘комиссионка’, ‘комиссионный магазин’. Вторичный рынок одежды; ношенная одежда, продаваемая в специальных магазинах и на ‘блошиных’ рынках. Имеет давнюю историю – ещё в XVIII в. в Европе в специальных заведениях про-

давалась и обновлялась старая одежда. В XIX в. эта была ношенная и перелицованная портным готовая одежда. До развития швейного производства бедняки в основном покупали подержанную одежду, которую сдавали в скупку богатые люди, и это не считалось зазорным. И сегодня в странах третьего мира подержанные вещи являются одним из основных предметов торговли на ярмарках и дешевых магазинах. В России *секонд-хенд* появился в начале 90-х, когда в страну активно завозились ношенные вещи, купленные оптом на Западе. Их продавали на вес за небольшие деньги (Энциклопедия моды, 2002: 326). В русском языке *секонд-хенд* соответствует русскому слову *барахолка*, и входит в синонимический ряд русского языка. Английское слово *second-hand* имеет значения – ‘1. not new; owned by sb else before (не новое, использованное уже кем-то); 2. (of news, information) learned from other people, not from your own experience (новости, услышанные от других людей)’ (OALD: 1153). Причиной появления нового слова эвфемистическая, т. е. отсутствие в структуре ЛЗ стилистических коннотаций, присутствующих у слов *комиссионные товары*, связанных с устаревшей и ношеной одеждой.

Слово *маркер* заимствовано в XX веке по данным Этимологического словаря (М. Фасмер, 2003: 112). Язык-рецептор принял в двух значениях и в широком значении слово, которое определяется как ‘пишущее устройство с толстым стержнем, пропитанным специальным красящим составом, предназначенное для плакатных работ и т. д.’ Оно зафиксировано в Толковом словаре иноязычных слов (Крысин, 2007: 463). В узком значении оно используется в медицине вообще и психиатрии, в частности. В Большом толковом психологическом словаре фиксируется как значение ‘любой знак, который может использоваться для диагностики определенного расстройства’ (БТПС, 2000: 428).

В языке-источнике прототип *marker* имеет комплекс значений, сравним: ‘1. an object or a sign that shows the position of smth (ориентировочный знак); 2. a sign that sth exists or that shows what it is like (указатель); 3. a pen with thick felt tip (маркер); 4. a person who marks students’ work or exam papers (проверяющий письменные работы преподаватель); 5. a player who stays close to a player on the other team in order to stop them getting the ball (защитник)’ (OALD: 784).

Таким образом, семантическая структура иностранного слова при заимствовании, как правило,

изменяется, а в рассмотренных словах – сужается: многозначное слово приходит в язык-рецептор в редуцированном состоянии.

Следует отметить, что процесс сужения семантического поля доминирует над процессом расширения в английских заимствованиях.

ВЫВОДЫ

Подводя итоги, мы можем сказать, что слова при переходе из одного языка претерпевают семантические изменения. Мы не рассматривали в данной статье слова, которые заимствуются без особых изменений. Они в основном относятся к терминологической лексике или к словам узкой специализации, а также используются в языке для номинации новых профессий.

Список литературы:

1. Амосова, Н. Н. Лексикология английского языка, Пособие для учителей средней школы / Н. Н. Амосова. – Л.: Учпедгиз, – Ленингр. Отделение, – 1955. – 170 с.
2. Андрейченко Е. В. Возвращенная лексика русского языка конца XX века: лингвистический статус, социокультурная детерминированность, функционирование: Автореф. дисс. канд. филол. наук / Е. В. Андрейченко. – Алматы, – 2007.
3. Габдреева Н. В. Лексика французского происхождения в русском языке (историко-функциональное исследование): Монография/Н. В. Габдреева – Ижевск: Издательский дом «Удмуртский университет», – 2001. – 339 с.
4. Елизова, Т. К. Заимствования английского языка в русский в 1960–70-гг. XX века: Автореф. дисс. канд. филол. наук. – Ростов-на-Дону, – 1978.
5. Большой толковый словарь русского языка / Сост. и гл. ред. С. А. Кузнецов. – СПб.: Норинт, – 2000. – 1536 с.
6. Большой экономический словарь / Под ред. А. Н. Азрилияна. – 5-е изд. доп. и перераб. – М.: Институт новой экономики, – 2002. – 1280 с.
7. Грачев М. А. Словарь тысячелетнего русского арго: 27000 слов и выражений / М. А. Грачев. – М.: Рипол Классик, – 2003. – 1120 с.
8. Елистратов В. С. Словарь русского арго: Материалы 1980–1990 гг.: Около 9000 слов, 3000 идиоматических выражений. – М.: Русские словари, – 2000. – 694 с.
9. Комлев Н. Г. Словарь иностранных слов. – М.: Эксмо, – 2006. – 672 с.
10. Крысин Л. П. Толковый словарь иноязычных слов / Л. П. Крысин. – М.: Изд-во Эксмо, – 2007. – 944 с.
11. Словарь иностранных слов и выражений / Авт.-сост. Е. С. Зенович. – М.: Олимп; ООО «Фирма «Изд-во АСТ», – 1998–608 с.
12. Словарь молодежного сленга: (Материалы 1980–2000 гг.) – 3-е изд., испр. и доп. / Никитина Т. Г. – СПб.: Фолио-Пресс, – 2003. – 704 с.
13. Словарь по экономике и праву: Ок. 3000 понятий / Лозовский Л. Ш., Райзберг Б. А. – М.: Омега, – 1999. – 608 с.
14. Современный толковый словарь русского языка / Главный редактор С. А. Кузнецов, СПб., – 2004.
15. Фасмер М. Этимологический словарь русского языка. – М.: ООО «Изд-во Астерель»: ООО «Изд-во АСТ», – 2003, – 864 с.
16. Черных П. Я. Историко-этимологический словарь современного русского языка: в 2 т. / П. Я. Черных. – М.: Русский язык. – Медиа, – 2006. – Т. 1–621 с.
17. Черных П. Я. Историко-этимологический словарь современного русского языка: в 2 т./П. Я. Черных. – М.: Русский язык. – Медиа, – 2006. – Т. 2–559 с.

Информация об авторе

Яхина Рузиля Раифовна, кандидат филологических наук, доцент кафедры иностранных языков, Казанский национальный исследовательский технический университет им. А. Н. Туполева-КАИ

Адрес: 420111 г. Казань, ул. К. Маркса, 10

Тел.: +7 (843) 231-01-09

E-mail: inyas@kai.ru

Philosophy

Философия

UDC 124.2

DOI: <http://dx.doi.org/10.20534/AJH-17-3.4-77-82>D. Mentuz¹¹ Sofia University "St. Kl. Ohridski", Minsk, Belarus

EPISTEME AND SUBJECTIVITY: THE CONTEXT DOES NOT SOLVE THE "GETTIER PROBLEM"

Abstract

Objective: In this essay, I will try to track some historical and modern stages of the discussion on the Gettier problem, and point out the interrelations of the questions that this problem raises for epistemologists, with sceptical arguments, and a so-called problem of relevance.

Methods: historical analysis, induction, generalization, deduction, discourse, intuition

Results: Albeit the contextual theories of knowledge, the use of different definitions of knowledge, and the different ways of the uses of knowledge do not resolve all the issues that the sceptic can put forward, but they can be productive in giving clarity to a concept of knowledge for us. On the other hand, our knowledge will always have an element of intuition and subjectivity, however not equating to epistemic luck and probability.

Significance novelty: the approach to the context in general, not giving up being a Subject may give us a clarity about the sense of what it means to say – "I know".

Keywords: Gettier, episteme, context, Subject, knowledge.

INTRODUCTION

A classical definition of knowledge according to Plato is a justified, true belief [1]. Edmund Gettier argued however that knowledge *might be* something different from a justified, true belief (JTB) [2, 192–194]. The discussion has been going for a long time more than half a century, since Gettier published his three-page essay 'Is Justified True Belief Knowledge?' in 1963. The problem regarding the Gettier examples, alongside the sceptical challenges, is among the central tasks of epistemology. Gettier provides two examples which aim to show that knowledge is something other than a justified true belief.

The majority of philosophers agree that there is no knowledge without justification, but this is the justification precisely, which plays a central role in sceptical arguments. The sceptics do not deny that we have true beliefs;

the sceptic denies that our convictions can be justified. This leads to the assertion that when the justification of knowledge is necessary, we have no knowledge.

We will further analyse the examples that depict the historical stages in the discussion about the Gettier problem as well as the challenges about the definition of knowledge and possible dissolution of the Gettier problem. These examples lead to the understanding of the problem.

1. Classical Gettier case and the steps to possible solutions

Let us begin with the original example that Gettier used in his 1963 essay [2, 192–194].

Smith and Jones apply for the same position. *Smith has good reason to believe that Jones will get the position.* Smith also knows that Jones has 10 coins in his pocket. From this, Smith concludes that the position will go to

the person with 10 coins in his pocket. The position really does go to the person with 10 coins in his pocket, but it was not Jones. It was Smith himself, who also, without knowing it, had 10 coins in his pocket.

Smith has a real and justified belief, but one would say no knowledge. One can argue that the defect in Smith's justification is practically obvious. Smith's reasoning for his belief that the person with 10 coins would get the position is not good reasoning. Why does Smith think so? *This is because Jones will get the position.* But this is not the case. This is why it can't be a good reason either. The reasons are given in the form of X because Y, and both parts – X and Y – have to be in correct and not wrong causation, and both the parts, X and Y, have to be true in order for the sentence 'X because Y' to be true too. In this case, Y is not true, and thus the sentence X because Y is also not true [3]. Consequently, the following was suggested by Gilbert Harman in 1973 ('Thought') [4] and Keith Lehrer in 1964 ('Knowledge, Truth and Evidence') [5]: Justification should not be built on false premises. However, this does not solve the problem. Let us look at the next example about fake barns introduced by Alvin Goldman [6].

An individual, Henry, drives through a landscape and sees a barn through the car window. He concludes from this that he drove past a barn. What Henry does not know is that there are many fake barns in this area. If Henry had known about these fake barns, he would not think that he'd seen a real barn. But Henry really did see a real barn, the only real one in the area. Henry has a real justified belief, and moreover his justification is not based on wrong premises. However, we will argue that Henry does not have knowledge in this situation despite a correct causation that led him to his belief. Henry's justification can be destroyed by additional information. As a result, a condition was added to the knowledge definition by Peter Klein [7].

S knows that P, given S's justified true belief that P is resistant to additional information. Henry's justification is, however, not so. It can be destroyed by additional information. This is why Henry has no knowledge.

But the above mentioned definition is too strong and overshoots the mark as it excludes too many cases of knowledge, and as a result, we cannot name this definition with all the necessary and sufficient conditions of knowledge. It is over sufficient and over enough. Let us look at the Grabit example introduced by Keith Lehrer and Thomas Paxson [5].

The librarian sees Tom Grabit stealing a book from the library, and this way has a real and justified belief that Tom stole the book. What the librarian doesn't know is that Tom has a mentally ill father in hospital. At the hospital, Tom's father fantasises that Tom has a twin brother. This twin brother does not really exist. Tom's father just doesn't want people to think that his only son is a thief. The librarian, however, knows nothing about this. What he knows is that Tom stole a book. But his justification is not immune to additional information. It is easy to sway the librarian away from this justification. Owing to this, the condition about *any* additional information is too strong as a condition. Justification should not be immune to *any*, but **to relevant** [8] additional information. The definitions [8]:

S knows that P, if S has a true justification for P, and S is justified in believing that P when his justification cannot be undone by **relevant** additional information.

Or: S knows that P, if S in his true belief that P is **personally and factually** justified.

Or: S knows that P, if S has a **well-**justified belief that P.

One has to be clear on the terms '**well-justified**', '**relevant additional information**', and '**factually justified**' [8] to bring a fundamental reality of perspectives to the knowledge analysis. This is because of the nature of the epistemic reasons. The fact that it looks as though Tom stole a book is a good reason for the person who knows nothing of the mentally confused father and his fantasies. For the person who only knows about the father's story, this is not a good reason. The same applies to the barn example. The fact that it looks as though one is driving past a barn is a good reason for the person who knows nothing of the fake barns or for the person who knows of the fake barns and also knows that there was not a fake barn on this spot but a real one. For the person who only knows of the fake barns, the fact that it looked real is not a good reason.

The Gettier examples lay certain perspectives to us from which we as Subjects judge the justification of the another subject. And we are unsure as to how we are to judge these examples because of the relativity of the justification and in the situation we forget we are the Subjects by ourselves, it means our own perspective becomes relative.

2. Alternative knowledge definitions

How to handle the Gettier problem? The sceptical challenges also deal with the relationship between knowledge and justification. There may be two approaches for a solution to the Gettier problem — a revisionist approach and a descriptivist approach. The revisionists

generally argue in the following manner: The discussion over the Gettier examples shows that ordinary language leads to the contradictions. This is why one has to let such ordinary language not to use for philosophy, and for the goals of philosophy, to view the terms ‘true belief’ and ‘justified belief’ separately. The descriptivists, however, claim that such a separation is just a simple change of subject and does not solve the problem. According to them, one has to stick to the **normal use of language**. One encounters philosophical problems when one removes everyday expressions out of their usual context and uses them in a strictly philosophical context. The use of language in the Gettier examples is pointless. The competent speaker is, however, able to use the language competently in the relevant contexts. The question is here however, who is a competent speaker. So, if there is no pointless language, there is no Gettier problem.

Also, one has to analyse this lack of overview of the use of language in the Gettier examples. To do this, one has to analyse the ordinary use of the word ‘knowledge’. When one does this, one can see that there are two completely different situations in which the word ‘knowledge’ is used [8].

On the one hand, when we already have the knowledge, and on the other hand, when we are unknowing and are looking for good information. In these situations, we have different interests. Different knowledge analyses also have to be applied to these situations — an analysis that is not perspective-reliant, an objective knowledge analysis, when we ourselves have knowledge, and another analysis of the knowledge has to contain a level of perspective-reliance when we are unknowing [8].

3. Solution to the Gettier problem in the contextual theories of knowledge.

Stewart Cohen [9; 13] and David Lewis [10], Michael Williams [16] defend contextualism which holds that knowledge is context sensitive and the truth of ‘S knows P’ depends contextually on where the strength of standards for knowledge ascriptions may be different. Cohen states:

Contextualism has been proposed as a way to resolve stubborn epistemological paradoxes. Where P is some common sense proposition about the external world (e.g., I see a zebra) and H is some sceptical hypothesis (e.g., I see a cleverly disguised mule), the paradox takes the following form:

1. I know P.
2. I do not know not-H.

3. I know P only if I know not-H.

These propositions constitute a paradox because each is very plausible independently, and yet they are inconsistent jointly. Because our intuitions about knowledge lead to paradox, scepticism threatens [9, 69].

There is no single unified answer to the question of which alternatives and in what contexts and situations the subject must deny, and which must confirm to aspiring for knowledge, and true justified beliefs. The core of the contextualism theories of knowledge is the fact that the definition of importance or unimportance of the alternative is context sensitive. In this respect, there are two factors of the context — the subject’s context or the one who chooses between the alternatives, and the context of another one to whom the knowledge is attributed, who knows or does not know, i. e. the context of the subject to judgement. The level of standards, which are established when the judgement about knowledge or lack of knowledge is made, might also be considered as the basis for explaining contextualism.

Thus, there are two bases of contextual theories of knowledge:

1–The subject who knows or does not know, and the subject of judgement, who says that S knows P, and they are in different contexts;

2–Different standards are applied to knowledge in different contexts: a) conversational context, b) especially demanding epistemological context, and c) sceptical context.

Many contextualists, including Cohen and Lewis, argue that to overcome the sceptical argument, one should adopt various epistemic standards. According to Lewis, the problems begin with the sceptic’s high demands. And the solution lies in the ability to ignore, with supporting reasons, these alternatives proposed by the sceptic. Which ones are the relevant alternatives? Lewis proposes some rules here pertaining to actuality, belief, resemblance, reliability, conservatism, and attention [10, 695–698].

First, there is the rule of actuality. The possibility that what is actually obtained could never be ignored. Thus, we get the subject-dependent factor that S knows that P is true. E. g. Lewis states:

Actuality is always a relevant alternative; nothing false may be properly presupposed. It follows that only what is true is known, wherefore we do not have to include truth in our definition of knowledge. The rule is ‘externalist’ — the subject himself may not be able to tell what is properly ignored [10, 695].

Rule 2: Everything that the subject believes in to obtain must not be ignored.

A possibility that the subject believes to obtain is not properly ignored, whether or not he is right to believe so [10, 696].

There is the rule of resemblance. The alternatives that are very similar, i. e. the rule of resemblance, to the alternative that also cannot be ignored, e. g., the rule of actuality. The rule of resemblance is determining. The third rule is the rule that might solve the Gettier problem. In the Gettier problem, there is always an alternative that resembles actuality, which is not eliminated by the subject's evidence.

In the example of the barns, it is obvious that Henry cannot clear up his doubts concerning the alternative, which cannot be ignored. That is, it can resemble actuality when he drives through an environment full of barn facades that look exactly like barns. The rule of resemblance forbids ignoring these alternatives. But here the main problem appears with the rule of resemblance as we come to the conclusion that neither the subject of the Gettier case nor Henry, who is in the environment full of fake barns, has knowledge, and the rule of resemblance opens up to the sceptics. The sceptical hypothesis resembles actuality, and thus cannot be ignored according to Lewis' concept of resemblance.

And here Lewis proposes a radical solution — to ignore the sceptical arguments ad hoc. To call it a solution is very problematic as soon as the sceptic is simply ignored ad hoc without arguments.

One more important rule worth mentioning here is the rule of attention. The alternative that the subject paid attention to must not be ignored. As soon as the sceptic attracts our attention to the sceptical hypothesis, he cannot be ignored any more. But in everyday context, when the sceptic does not attract our attention to some alternative hypothesis, everything is all right in this situation and other conditions of the rules of actuality, belief and resemblance are taken into account.

By attracting our attention to the sceptical hypothesis in such a way, the sceptic excludes the knowledge 'S knows P', and Lewis's theory leads to the solution of the Gettier problem, but it does not solve the sceptical arguments, but mystifies them.

According to Cohen, Lewis theory can solve the Gettier problem, but the focus should be shifted from the subject of knowledge, to whom the knowledge is attributed, to the one who attributes the knowledge, that is to

the subject who judges, and in such a way to reformulate the rule of resemblance. It means that not all alternatives similar to actuality should be considered, *but only those, which are considered by the subject who judges*, that is those which resemble actuality only for the subject *who judges*. In this case, it is not necessary to ignore the sceptical alternatives ad hoc. But in this case again, we cannot solve the Gettier problem because here we need the subject-who-is-inside-the-Gettier-situation-dependent factors, but not the factors of the subject who judges.

Thus, the theory of contextualism is not so flawless. So, the problem of relevance is not solved. One can try to solve this problem in the manner presented in the works of Gerhard Ernst [8; 14], Hanfling Oswald [11], and David Clark [12] by means of analysing our interest in various situational contexts, where knowledge is an object of our interest. Here the context has two components: 1) the interest of the unknowing, and 2) the interest of the knowing [8; 14].

If we are in the situation of an unknowing person, we aspire towards a reliable subject who is a source of information for us and who could provide us with reliable information.

So, we can say about this subject, while we are in the unknowing position, that the subject S knows that P, when the conditions of JTB are executed; true justified belief — the classical terms. In this way, S can dispel our doubts that non-P. The relevant doubts in this case are those which are set up by the unknowing person.

So, what is the character of these doubts, which are set up by the subject of assumptions in his search for knowledge (by the unknowing person)? When important vital interests are affected, the level of doubt certainly increases. The second factor is the other information that the subject has, which is unknowing, and judging on that, if he/she as an unknowing subject is sufficiently convinced. That means that this unknowing person ascribes the knowledge to the subject S. He asserts that S knows that P.

The second very important context structure in the analysis of knowledge is the situation, where the person (J) who attributes the knowledge to the subject S, is the knowing one. For example, in a situation of an unfaithful spouse or in a situation of perjury that is given by the subject who ascribes the knowledge. In such a situation, the subject S who is attributed the knowledge — in the proposition S knows that P — is not compelled to eliminate the doubts. To be precise, his or her elimination of doubts for the attributing subject (let us name this subject J) does not make any sense.

According to general philosophical contexts, and particularly in the context of the Gettier-problem, people judge from one or another perspective, even when it comes to philosophical contexts. Without attracting the attention of the person judging, the contexts lead him to take a certain perspective. First version: The perspective of the unknowing, when the judging person is searching for a good subject-source to inform himself while judging from the perspective, if the informer-subject is able to eliminate his (the unknowing) doubts. And the second one: The judging person takes the place of the knowing person. The Gettier-problem is leading us to take the position of the unknowing person. Although these paradoxes specify the probability of a failure, we are beginning to willingly or not to arouse our doubts. The actor in the Gettier-case is not able to eliminate our doubts in the situation to which the Gettier-problem is leading us.

About the situation in which we want to find a reliable source of information: In a general context, we are able to take a certain perspective. In a philosophical context, it all depends on the example we are confronted with. To which perspective does this example lead us to? It is not decisive if we have any cause to doubt, because we almost always have causes for doubts. It is decisive if we do it by ourselves, as subjects who judge about knowledge, by paying attention to certain moments that allow us to doubt something.

CONCLUSION

The core of the Gettier problem is a case of deep philosophical problem. The sceptics' attacks are directed at the justification. These attacks take away knowledge from us, and make our position in the world insecure

and fluctuating. I find the approaches that concentrate purely on the philosophical contexts to solve the Gettier problems as not being real solutions. The problem has come about in the real, normal language. I find this to be a variant of sophism, which can be both destructive and enlightening. This is not destructive to the philosophy of philosophers. The philosophers are used to scepticism and most have good immunity, meaning that they can deal with scepticism in the right way.

Another situation is the space of normal language, and scepticism can have serious consequences specifically in this space, by making many unsure and weak-willed. Therefore, I find that the solution approaches which are within the parameters of normal language are productive. The approaches that only deal with purely philosophical contexts objectify the term 'knowledge' exclusively and lose an important part in which there is also knowledge, and which plays an important role in the sense of the expression of the will — subjectivity.

In my opinion, the approach that is inspired by ordinary language, the philosophy of ordinary language, could be more productive for the solutions to the so-called Gettier problems. The division of the knowledge analysis into two knowledge definitions, one perspective-reliant and one objective, independent of perspective, does not reduce that of philosophical context, which in my opinion is irreducible — subjectivity. The subjectivity of the expression of the will and the self-assessment as knowing and unknowing from the other side takes into account varying knowledge perspective-reliant and context-sensitive variants of knowledge, and both are important in my opinion.

References:

1. Platon. *Theaitetos* / in: *Platons Werke. Zweiten Teiles erster Band. Dritte Auflage*, – Berlin, – 1856. – 201 c, d.
2. Gettier, Edmund L. 'Is Justified True Belief Knowledge?' In *Epistemology: An Anthology*, edited by Ernest Sosa, Jaegwon Kim, Jeremy Fantl, and Matthew McGrath. Second ed. 192–194. Blackwell Publishing, Oxford, – 2011.
3. Amereller, Erich, and Vossenkuhl, Wilhelm. Ed. *Rationale Motivation (Rational Motivation)*. Münster: Mentis, – 2005.
4. Harman, Gilbert. *Thought*. Princeton, – 1973.
5. Lehrer, Keith and Paxon, Thomas. 'Knowledge, Truth and Evidence'. In *Analysis* 25 – (1969), – 168–175.
6. Goldman, Alvin. 'Discrimination and Perceptual Knowledge'. In *the Journal of Philosophy* 73 (1976), – 771–791.
7. Klein, Peter. 'A Proposed Definition of Propositional Knowledge'. In *the Journal of Philosophy* 68 (1971), – 471–482.
8. Ernst, Gerhard. 'What is actually a Gettier problem'. In *Das Gettierproblem: eine Bilanz nach 50 Jahren (Gettierproblem, a Balance after 50 years)*, – 69–83. Münster: Mentis, – 2013.

9. Cohen, Stewart. 'Contextualist Solutions to Epistemological Problems: Scepticism, Gettier, and the Lottery'. In *Epistemology: An Anthology*, edited by Ernest Sosa, Jaegwon Kim, Jeremy Fantl, and Matthew McGrath. 2nd ed. – 706–721, Blackwell Publishing, Oxford, – 2011.
10. Lewis, David. 'Elusive Knowledge'. In *Epistemology: An Anthology*, edited by Ernest Sosa, Jaegwon Kim, Jeremy Fantl, and Matthew McGrath. 2nd ed. – 691–706. Blackwell Publishing, Oxford, – 2011.
11. Hanfling, Oswald. 'A Situational Account of Knowledge'. In *The Monist* 68 (1985), – 40–56.
12. Clarke, D. S. Jr. 'Two Uses of "Know"'. In *Analysis* 50 (1990), – 188–190.
13. Cohen, Stewart. 'Contextualism Defended'. In *Contemporary Debates in Epistemology*, edited by Mattias Steup, John Turri, Ernest Sosa. 2nd ed. – 69–75 Wiley Blackwell, – 2014.
14. Ernst, Gerhard. *Einführung in die Erkenntnistheorie (Grounds of Epistemology)*. Darmstadt: WBG (Wissenschaftliche Buchgesellschaft), – 2011.
15. URL: <http://www.iep.utm.edu/gettier/>
16. Williams Michael. *Unnatural Doubts: Epistemological Realism and the Basis of Scepticism*. Princeton University Press, – 1996.

Information about the author

Mentuz Dimitry, PhD student, Sofia University "St. Kl. Ohridski", Faculty of Philosophy,

Address: 220030 Minsk, Belarus, Engels Str. 12–17,

Tel.: +375297039751

E-mail: mentus@yandex.ru

ORCID: <http://orcid.org/0000-0003-3994-3834>

Economics and management

Экономика и управление

UDC 332.025.1

DOI: <http://dx.doi.org/10.20534/AJH-17-3.4-83-94>E.R. Altynbaeva ¹A.B. Nikolaeva ¹O.V. Filina ¹A.V. Daragan ¹¹Kazan National Research Technical University. A.N. Tupolev – KAI, Kazan

THE ROLE OF GOVERNMENT IN INNOVATION MANAGEMENT

Abstract

Research purpose: studying of influence of a role of the state on innovative development of the country; the analysis of various applied integrated and multi-level approaches from the state on management of innovative activities; identification of the most effective tools and mechanisms of the economic agents stimulating innovative activity.

Research methods: general scientific (synthesis, deduction, induction, generalization, testing, poll, observation, forecasting, scientific abstraction, statistical analysis, logical), and also acceptances of group and classification, expert evaluation.

Results: the increasing role of the state as major regulator and stimulator of positive activity and social responsibility of private innovative business is determined. Distribution of progressive organizational and economic forms of large innovative business becomes the most important direction of state regulation in the innovative sphere, and such tools as, the regulatory legal acts and economic incentives promoting increase to quality of innovations, cost reduction on their carrying out and to growth of sotsikalno-economic return from innovations create conditions for mass distribution of various innovative forms in the country.

Scientific novelty: it is revealed that for the purpose of strengthening of competitive line items of the Russian innovative business the state shall assist the large innovative enterprises in carrying out their brendingovy policy in this connection, it is reasonable to reduce the taxation for this element of intangible assets of the entity.

Also to increase in innovative activity can serve creation of the National exchange of innovations through which public purchase and sale of the innovative entities, their assets and liabilities, innovative products, specialists of the innovative sphere will be performed.

Practical importance: implementation of large-scale, dynamic and “harmonious” upgrade of economy provides essential increase of a role of the state in this process. By means of such levers as tax benefits, accelerated depreciation, target subventions and subsidies, state orders the state shall induce corporations to development of innovative activities.

Keywords: innovations, government, management, innovation, innovative business, government support.

References:

1. Mikhailov S.N., Kulish S.M. Innovative activity as a factor of sustainable development of the subject // Bulletin of Economics, Law and Sociology. – 2012. – No. 3. – P. 54–57.

2. Komelina V. A., Mirzagalyamova Z. N., Gabbasova L. B., Lavrentiev S. Y., Kharisova G. M. Features of Students' Economic Competence Formation // *International Review of Management and Marketing*. International Review of Management and Marketing. – 2016. – 6 (1). – P. 53–57.
3. Bataykin P. A. Evaluation of the influence of the institutional environment on the directions of structural changes in the national economy // *Bulletin of Economics, Law and Sociology*. – 2011. – No. 4. – P. 18–20.
4. Shlychkov V. V. On certain aspects of the process of modernization of the Russian economy // *Bulletin of Economics, Law and Sociology*. – 2015. – No. 1. – P. 78–82.
5. Bataykin P. A., Khasanova A. Sh., Shlychkov V. V., Toumashev A. R., Toumasheva M. V. Economic Growth in the Conditions of Resource Constraints: Ordinal Approach to Optimization of Macroeconomic Production Structure. *Journal of Applied Economic Sciences* – 2016. – Vol. XI. – Iss. 3 (41). – P. 521–531.
6. Shlychkov V. V. From a competitive economy to an effective state // *Bulletin of Economics, Law and Sociology*. – 2015. – No. 2. – P. 89–96.
7. Sibgatova K. I., Mirzagalyamova Z. N., Pupysheva E. L., Mirzanagimova F. I., Shkinderova I. N., Nuriyeva E. N. The Educational Institution Teachers and the Professional Community Representatives 'Readiness Formation for the Joint Pupils' Career Guidance Implementation // *Life Science Journal*. – 2014. December 3. – DOI: 10.5539/RES.V7N1P74.
8. Gumerov A. V., Babushkin V. M., Moiseev R. E., Nikolaeva A. B., Biktemirova M. K., Nuryyakhmetova S. M., Kharisova R. R., Rukomoinikova V. P. Quality Functions Modeling Of Industrial Enterprises Products. *International Review of Management and Marketing*. – 2016. – Vol. 6. – No. 1. – P. 165–169.
9. Gabbasova L. B., Mirzagalyamov B. B. Development Trends of the World Banking Competition in the Context of Globalization // *Bulletin of economics, law and sociology*. – No. 4. – 2015. – P. 27–30.
10. Shlychkov V. V., Vedin N. V., Khasanova A. Sh. A Quarter Century of Reform of the Russian Economy: Is it Wandering in a Maze or Jogging in Place? // *Indian Journal of Science and Technology*. December – 2015. – Vol. 8 (S 10). – DOI: 10.17485/ijst/2015/v8iS10/84883
11. Altynbaeva E. R. Implementation of infrastructure projects on the basis of the mechanism of interaction between the state and private business // *Scientific review*. – 2015. – No. 19. – P. 234–237.
12. Filina O. V. Institutional regulation of competitiveness in the Russian economy // *Bulletin of the Kazan State Technical University*. A. N. Tupolev. – 2013. Issue 2. – P. 286–288.

Information about the authors

Altynbaeva Emina Romanovna, Candidate of economic sciences, associate professor of the Department of Economic Theory of the Kazan National Research Technical University. A. N. Tupolev – KAI, city of Kazan

Address: 420111, Kazan, ul. K. Marx, 10

Tel.: +7 (843) 231-01-09

E-mail: emina811@mail.ru

ORCID: 0000-0001-8206-0338

Nikolaeva Anna Borisovna, Candidate of economic sciences, associate professor of the department of economics and management at the enterprise of the Kazan National Research Technical University. A. N. Tupolev – KAI

Address: 420111, Kazan, ul. K. Marx, 10

Tel.: +7 (843) 231-01-09

E-mail: annanikolaeva@bk.ru

ORCID: 0000-0002-4145-4661

Filina Olga Vladimirovna, Candidate of economic sciences, associate professor of the department of economics and management at the enterprise of the Kazan National Research Technical University. A. N. Tupolev – KAI

Address: 420111, Kazan, ul. K. Marx, 10

Tel.: +7 (843) 231-01-09

E-mail: f.olga08@mail.ru

ORCID: orcid.org/0000-0003-0444-076x

Э. Р. Алтынбаева¹А. Б. Николаева¹О. В. Филина¹А. В. Дараган¹¹ Казанский национальный исследовательский технический университет им. А. Н. Туполева – КАИ, г. Казань

РОЛЬ ГОСУДАРСТВА В УПРАВЛЕНИИ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ

Аннотация

Цель исследования: изучение влияния роли государства на инновационное развитие страны; анализ различных применяемых комплексных и многоуровневых подходов со стороны государства на управление инновационной деятельностью; выявление наиболее эффективных инструментов и механизмов стимулирующих инновационную активность экономических агентов.

Методы исследования: общенаучные (синтез, дедукция, индукция, обобщение, тестирование, опрос, наблюдение, прогнозирование, научная абстракция, статистический анализ, логический), а также приемы группировки и классификации, экспертной оценки.

Результаты: определена возрастающая роль государства как важнейшего регулятора и стимулятора позитивной активности и социальной ответственности частного инновационного бизнеса. Именно распространение прогрессивных организационно-хозяйственных форм крупного инновационного бизнеса становится важнейшим направлением государственного регулирования в инновационной сфере, а такие инструменты как, нормативно-правовые акты и экономическое стимулирование содействующие повышению качеству инноваций, снижению затрат на их проведение и росту социально-экономической отдачи от нововведений, создают условия для массового распространения различных инновационных форм в стране.

Научная новизна: выявлено, что в целях укрепления конкурентных позиций российского инновационного бизнеса государство должно содействовать крупным инновационным предприятиям в проведении их брендинговой политики, в связи с чем, целесообразно уменьшить налогообложение для данного элемента нематериальных активов предприятия.

Также повышению инновационной активности может служить создание Национальной биржи инноваций, через которую будет осуществляться публичная купля-продажа инновационных предприятий, их активов и пассивов, инновационной продукции, специалистов инновационной сферы.

Практическая значимость: осуществление крупномасштабной, динамичной и «гармоничной» модернизации экономики предусматривает существенное возрастание роли государства в этом процессе. С помощью таких рычагов как налоговые льготы, ускоренная амортизация, целевые субвенции и субсидии, госзаказы государство должно побуждать корпорации к развитию инновационной деятельности.

Ключевые слова: инновации, государство, управление, инновационная деятельность, инновационный бизнес, государственная поддержка.

ВВЕДЕНИЕ

Практика показала, что инновационный бизнес содержит в себе определенные противоречия, способные «производить» разнообразные негативные процессы в экономике. Так, с одной стороны, представители данного бизнеса в основном рассматривают инновационную деятельность как особый «прогрессивно-модернистский» вид предпринимательства, призванный повысить научно-технический

и организационно-хозяйственный уровень их развития, рентабельность производства, качество выпускаемых товаров, конкурентоспособность, а следовательно, шансы на рыночное преуспевание.

Однако инновационные цели и задачи указанных представителей, как правило, имеют очевидную коммерческую направленность, предусматривающую извлечение прибыли путем создания и (или) распространения соответствующих инноваций [1]. При

этом в погоне за максимальной прибылью различные субъекты инновационного бизнеса нередко способны провоцировать многочисленные хозяйственные деформации, кризисные процессы, создавать и внедрять разнообразные инновации, подрывающие экономическую стабильность и национальную безопасность, противоречащие прогрессивным тенденциям общественного развития.

Для того чтобы деятельность различных субъектов инновационного бизнеса в долгосрочной перспективе не противоречила общественным интересам, государство должно обеспечить эффективное «встраивание» указанных субъектов в процесс разработки и реализации общегосударственной инновационной стратегии и политики [2; 3].

Отмеченную задачу можно решить двумя основными способами. Первый из них предполагает директивно-централизованное «нацеливание» инновационного бизнеса на создание, распространение и применение общезначимых инноваций, «обозначаемых» и «спускаемых» сверху [4]. Однако в условиях рыночной экономики (в отличие от командно-бюрократической) данный способ может применяться в весьма ограниченных пределах. Например, по отношению к предприятиям и организациям государственного сектора, получающим имущество от собственника (государства) на условиях хозяйственного ведения и оперативного управления. Или в случаях вынужденной государственной корректировки инновационного бизнеса, когда он «выходит за рамки дозволенного», создавая и распространяя ресурсорасточительные, экологически вредные и социально опасные инновации, внедряя различные «теневые» инновационные схемы управления своим имуществом, финансовыми потоками и т. д.

Второй способ основан на гибком рыночном «встраивании» инновационного бизнеса в общегосударственные инновационные процессы и программы, вытекающие из всей макроэкономической инновационной стратегии и политики [5; 6]. В этом случае государство в общем и целом сохраняет для представителей инновационного бизнеса свободу «творчества» при выборе вариантов инновационного развития. Но одновременно с помощью специальных стимулов и рычагов (налогов, госзаказов, субвенций, субсидий, амортизационных отчислений и др.) формирует у названных представителей заинтересованность в реализации таких вариантов инновационного пове-

дения, которые бы соответствовали общенародным интересам и приоритетным, ключевым направлениям развития науки, техники и технологий [7].

Рассмотренные способы можно успешно комбинировать друг с другом. Как свидетельствует опыт многих стран, одним из наиболее эффективных вариантов такого комбинирования является частно-государственное партнерство, различные формы которого в последнее время получают все большее распространение в самых разных отраслях экономики, включая инновационную сферу [8].

При организации государственного управления инновационным бизнесом очень важно учитывать масштабы деятельности конкретных субъектов рынка, занятых созданием, распространением и применением инноваций.

Наиболее сильным и активным «игроком» в рамках инновационной системы и одновременно важнейшим объектом государственного регулирования являются крупные предприятия корпоративного типа. Прежде всего они располагают большим ресурсным потенциалом и, как следствие, благоприятными возможностями генерации наиболее крупных, затратных и высокотехнологичных инноваций. Создание и выведение на рынок новых моделей авиалайнеров или автомобилей, строительство новых космических кораблей и морских судов, разработка и массовое распространение современных коммуникационных средств — все это под силу только крупному интегрированному капиталу, что, однако, не мешает ему в случае необходимости прибегать к услугам малого инновационного бизнеса.

В ходе регулирования инновационной деятельности крупного корпоративного бизнеса государству следует правильно использовать различные средства и рычаги для повышения общей инновационной активности корпораций и для обоснованного регулирования уровня специализации и диверсификации их инновационной деятельности [9; 10]. С помощью налоговых льгот, ускоренной амортизации, целевых субвенций и субсидий, выгодных госзаказов и иных рычагов государство должно побуждать корпорации к развитию тех направлений инновационной деятельности, которые, с одной стороны, наиболее полно реализуют инновационный потенциал корпоративного бизнеса, а с другой — максимально соответствуют общегосударственным интересам в области модернизации экономики.

Опыт многих высокотехнологичных компаний Японии, США и других стран показывает, что сосредоточение полных, «замкнутых» инновационных циклов в рамках крупных корпораций существенно сокращает транзакционные издержки, появляющиеся при переходе от одной стадии инновационного цикла к другой. Если научные исследования, опытно-конструкторские работы, технологическая подготовка производства, промышленные испытания и другие этапы инновационного цикла выполняются внешними (внекорпоративными) партнерами (исполнителями), то это, как правило, затрудняет координацию их деятельности, вызывает применение ими более жестких, конкурентных и «дорогостоящих» методов общения при определении цен, условий поставки, оплаты, сдачи-приемки выполненных работ и т. д.

В связи с вышеизложенным государству необходимо стимулировать корпорации к созданию в своих рамках полных, «комплексно-замкнутых» инновационных циклов. Для решения данной задачи целесообразно, например, освободить от налогообложения внутрикорпорационный оборот промежуточной инновационной продукции, создать внутри корпораций при участии государства специальные инвестиционные фонды, обеспечивающие льготное финансирование для корпоративных участников инновационных циклов, и т. д.

Разумеется, все это не означает, что крупные корпорации вообще не должны размещать за своими пределами заказы на выполнение тех или иных работ в рамках соответствующих инновационных циклов. Более того, в определенных ситуациях это не только возможно, но и необходимо, особенно если корпорация начинает активно использовать популярную сегодня «технология» аутсорсинга, освобождая себя от непосредственного участия в производстве нововведений и оставляя за собой функции инновационного интегратора (генерального заказчика) и продавца конечной инновационной продукции.

В то же время успешное развитие аутсорсинга рано или поздно должно приводить к формированию особых корпоративных структур, в рамках которых создается система участия и холдинговый механизм управления. Сказанное подтверждается опытом ряда транснациональных компаний, которые удачно дополнили аутсорсинг корпоративными объединениями заказчиков, подрядчиков, исполнителей (соисполнителей), посредников и иных субъектов, интегрированных между собой в пределах инновационных

циклов.

В учетом вышеизложенного мы полагаем, что одним из важнейших направлений государственного регулирования в исследуемой сфере выступает широкое распространение прогрессивных организационно-хозяйственных форм крупного инновационного бизнеса, призванных обеспечить наиболее эффективное воспроизводство инноваций. Государству с помощью своевременного принятия необходимых нормативных актов и посредством активного экономического стимулирования следует создать условия для массового распространения таких форм, которые бы всемерно содействовали повышению качества инноваций, снижению затрат на их проведение, росту социально-экономической отдачи от нововведений и т. д.

Положительная роль государства в регулировании инновационной деятельности корпоративного капитала может также проявиться в виде государственного участия в «адресном» размещении акций, облигаций и других ценных бумаг инновационных корпораций. Здесь очень важно, чтобы надежность и авторитет государства способствовали привлечению в корпорации наиболее серьезных и ответственных инвесторов, разделяющих основные цели государственной и корпоративной инновационной стратегии [11].

В то же время, законодательно предусматривая и экономически стимулируя создание крупных инновационных корпораций, государству следует всемерно противодействовать развитию их монополизма. Нельзя допускать, чтобы указанные корпорации искусственно завышали инновационные расходы и цены на производимые ими инновации, затрудняли доступ в инновационную сферу других субъектов, препятствовали широкому распространению нововведений, применяли «грязные» технологии подавления и поглощения более мелких и слабых участников инновационного рынка и т. д.

В целях укрепления конкурентных позиций российского инновационного бизнеса (особенно при его выходе на мировой рынок) наше государство должно содействовать крупным (а в ряде случаев средним и малым) инновационным предприятиям в проведении их брендинговой политики. Разумеется, мы не призываем к массовой «раскрутке» частных брендов за государственный счет. По всей видимости, государству следует содействовать созданию и пропаганде только важнейших национальных брендов,

принадлежащих наиболее известным и авторитетным отечественным производителям, активно участвующим в инновационных процессах, способствующим повышению конкурентоспособности российской экономики и формирующим позитивный «имидж» России в глазах мирового сообщества.

Думается, в интересах достойного представительства российских брендов на мировом рынке товарных знаков (торговых марок) государству целесообразно уменьшить налогообложение для данного элемента нематериальных активов предприятия. В соответствии с действующим законодательством стоимость товарного знака (как часть нематериальных активов) участвует в формировании налогооблагаемой базы по налогу на имущество организации. Для уменьшения этого налога многие предприятия часто идут на искусственное занижение стоимостной оценки своих товарных знаков, что в значительной степени подрывает рыночный рейтинг таких предприятий, обуславливает снижение курса их ценных бумаг и конкурентоспособности в целом.

Наиболее значительную поддержку государства в данном случае должны получать бренды крупнейших специализированных субъектов инновационной деятельности (ведущих госкорпораций, инвестиционных фондов, технопарков, бизнес-инкубаторов, венчурных компаний и др.). Это не только повысит внимание к данным субъектам со стороны возможных потребителей инноваций, потенциальных партнеров и инвесторов (включая зарубежных), но и будет способствовать развитию национальной инновационной системы и повышению инновационного «тонуса» всего нашего общества.

За последние годы в России и во всем мире произошло заметное оживление малого инновационного бизнеса, который становится все более важным объектом государственного управления. Указанный бизнес отличается очевидным своеобразием и требует от государства применения особого специфического механизма регулирования в области инновационного предпринимательства.

Малый бизнес, не располагая достаточными финансовыми резервами и «компенсирующими механизмами», объективно нуждается в быстром и постоянном доходе. Поэтому в интересах самовывживания он часто «проходит мимо» инноваций, требующих длительного затратного цикла.

Одним из главных преимуществ малого инновационного бизнеса является его повышенная

мобильность и инновационная восприимчивость. Но данный бизнес не располагает теми ресурсными возможностями, которые существуют у крупных представителей рассматриваемой сферы. Отсюда — многие малые и даже средние инновационные предприятия не могут обеспечить в своих рамках осуществление полного цикла воспроизводства инноваций и вынуждены концентрироваться на решении относительно локальных инновационных задач. Одни занимаются научными исследованиями или конструкторскими разработками, другие производят опытные образцы новой продукции и их испытания, третьи специализируются на инновационном маркетинге и продаже нововведений и т. д.

Ограниченный ресурсный потенциал вышеуказанных предприятий, как правило, обуславливает более низкий уровень их научно-технического развития и меньшую способность генерировать наиболее сложные, перспективные, высокотехнологичные и эффективные инновации.

Отмеченная ресурсная ограниченность среднего и малого инновационного бизнеса во многом обуславливает их более узкую специализацию и относительно меньшую диверсификацию, что, в свою очередь, может иметь двоякие последствия. С одной стороны, узкоспециализированные инновационные предприятия, сосредоточившие все свои ресурсы на ограниченном «поле» деятельности, всегда имеют больше шансов «вылететь» с рынка в случае динамичных изменений структуры производства и потребностей, при появлении у конкурентов идей, разработок, изобретений, технологических процессов, более прогрессивных, эффективных и востребованных обществом. В данной ситуации усиление диверсификации, несмотря на происходящее при этом некоторое нарастание распыленности бизнеса, выступает своеобразным профилактическим средством поддержания его рыночной устойчивости.

Но, с другой стороны, мировая практика последних лет показывает, что в числе наиболее успешных представителей инновационного бизнеса все чаще оказываются именно узкоспециализированные предприятия, концентрирующие свои ресурсы и усилия на решении ограниченного круга инновационных задач. Необходимо, однако, заметить, что это прежде всего относится к тем предприятиям, которые имеют устойчивый рынок сбыта своей инновационной продукции и (или) обслуживают крупные корпорации,

создавая с ними глубокие и взаимовыгодные связи, «систему участия» и т. д.

На фоне сказанного обращает на себя внимание усиливающийся в последнее время процесс вхождения многих представителей малого инновационного бизнеса «под крышу» крупных корпораций. Указанный процесс во многом «подстегивается» самим малым бизнесом, который готов во многом пожертвовать своей свободой в надежде получить сильного и надежного партнера, крупного инвестора и заказчика инновационной продукции, авторитетного гаранта и защитника своих интересов и авторских прав и т. д.

Что же касается самих корпораций, то они также заинтересованы в альянсе с малым инновационным бизнесом, который может подключаться к созданию внутрикорпорационных инновационных циклов, к развитию системы аутсорсинга и к решению других как общих, так и частных задач инновационного развития корпоративного капитала.

В то же время серьезную опасность для малых инновационных предприятий представляет монополистическое поведение крупных корпораций. Последние могут навязывать малому и среднему бизнесу дискриминационные условия сотрудничества (кабальные сделки), организовывать его преднамеренное банкротство (убыточность) и враждебное поглощение, лишать статуса юридического лица, незаконно присваивать и монополизировать права на результаты интеллектуальной деятельности и т. д.

Для преодоления этой опасности помимо проведения эффективной государственной антимонопольной политики представляются целесообразными интеграция малых инновационных предприятий, создание ими специальных инновационных сетей (кластеров), союзов, ассоциаций и иных системно-протекционистских образований, способных сохранить данных субъектов бизнеса и обеспечить их дальнейшее развитие.

Рассмотренные особенности малого инновационного бизнеса необходимо учитывать в процессе государственного регулирования его деятельности. Здесь нельзя не отметить, что государственное регулирование малого инновационного бизнеса и инновационной деятельности крупных корпораций имеют много общего. В обоих случаях государству прежде всего необходимо стимулировать позитивную инновационную активность соответствующих субъектов, оказывать им прямую и косвенную ресурсную поддержку, нацеливать их на реализацию общегосударственной

инновационной стратегии и вытекающих из нее проектов и программ, содействовать развитию наиболее прогрессивных и эффективных форм организации инновационного бизнеса, способствовать его обоснованной внешнеэкономической экспансии и т. д.

Однако наряду с общими чертами государственное регулирование малого инновационного бизнеса имеет ряд специфических особенностей. Так, например, из-за ограниченных ресурсных возможностей малых инновационных предприятий государству следует активнее поддерживать и стимулировать их деятельность.

Здесь прежде всего имеется в виду целевая финансовая поддержка конкретных представителей малого и среднего бизнеса, непосредственно участвующих в решении приоритетных задач инновационного развития нашей экономики. Указанная поддержка может осуществляться государством как путем прямого и адресного выделения из бюджета соответствующих субвенций, субсидий и ссуд, так и с помощью опосредованного финансирования через специализированные государственные организации (например, через Фонд содействия развитию малых форм предприятий в научно-технической сфере или через Российскую венчурную компанию).

Появляющиеся во втором случае организационно-финансовые посредники могут оказывать двойственное влияние на эффективность рассматриваемой государственной поддержки. С одной стороны, наличие подобных посредников позволяет усилить целевой, адресный характер финансирования, более четко контролировать использование выделяемых ресурсов и т. д. Но, с другой стороны, указанные посредники сами требуют значительных средств для их собственного содержания. Кроме того, они нередко делают свой «локально-теневой» бизнес на тех финансовых ресурсах, которые предназначены для финансовой помощи конкретным реципиентам (путем задержки перечисления этих ресурсов конечному адресату, посредством получения разнообразных «откатов» за оказываемую поддержку, с помощью открытия «блатных» высокопроцентных депозитов в «родственных» банках и т. д.).

Государственное содействие малому инновационному бизнесу может также оказываться посредством поддержки государством технопарковых и бизнес-инкубационных структур, и прежде всего тех, которые «выращивают» предпринимателей для работы

по целевым государственным инновационным заказам и программам. Указанные структуры могут под держиваться благодаря прямому бюджетному финансированию, долевого участию государства в их имуществе и уставном капитале, предоставлению налоговых и кредитных льгот и т. д.

Не меньшее значение имеет постоянная и эффективная деятельность государства, направленная на защиту прав представителей малого инновационного бизнеса перед лицом более крупных и агрессивных конкурентов, на обеспечение подлинного равноправия всех субъектов инновационной деятельности.

В процессе государственного регулирования малого инновационного бизнеса очень важно, чтобы государство «ненавязчиво» предложило (рекомендовало) данному бизнесу совокупность приоритетных «ориентиров» его развития. Эти ориентиры должны нацеливать соответствующих субъектов на осуществление своей инновационной деятельности в тех сферах, где малый бизнес является наиболее эффективным и конкурентоспособным. Именно здесь указанный бизнес следует поддерживать и стимулировать в первоочередном порядке с помощью государственных субвенций и субсидий, льготного налогообложения, выгодных госзаказов, ускоренной амортизации и т. д.

В других областях, где у малого инновационного бизнеса отсутствуют достаточные конкурентные преимущества и его усилия оказываются не столь продуктивными (прежде всего в сфере создания капиталоемких инноваций), государству целесообразно отдавать предпочтение крупным инновационным компаниям, стимулируя процессы вхождения в их состав (в качестве дочерних предприятий или внутренних структурных подразделений) малых инновационных структур.

Но в любом случае такое вхождение малых предприятий в состав крупных инновационных корпораций должно приветствоваться только в тех случаях, когда оно, во-первых, не выступает в форме враждебного монополистического поглощения, а во-вторых, приводит к снижению научно-производственных и транзакционных издержек инновационной деятельности и к образованию интеграционно-синергетического эффекта [12].

Для решения отмеченных задач можно, например, создать Национальную биржу инноваций, через которую следует осуществлять публичную куплю-продажу инновационных предприятий, их активов

и пассивов, инновационной продукции, специалистов инновационной сферы и т. д. При этом публичный характер деятельности данной биржи будет способствовать уменьшению числа спекулятивных слияний, враждебных поглощений, преднамеренных банкротств и т. д.

Разумеется, каждый представитель частного бизнеса должен иметь возможность самостоятельно устанавливать конкретные ориентиры, направления и задачи своей инновационной деятельности, принимать решения о слияниях, присоединениях и т. д. Но государству следует помочь ему правильно сориентироваться в рамках постоянно усложняющейся рыночной среды, чтобы он смог принимать обоснованные, рациональные решения, отвечающие как его собственным интересам, так и интересам инновационного развития всего общества.

В процессе регулирования инновационного бизнеса малых предприятий государство с помощью экономических и правовых рычагов должно поддерживать здоровую конкуренцию между ними, а также способствовать их действенной интеграции, проводимой в целях объединения ресурсов и преодоления научно-технической, производственной, финансово-хозяйственной и иной «раздробленности» инновационных процессов.

Конкретными формами отмеченной интеграции могли бы стать взаимное участие в уставном капитале и управлении, образование устойчивых воспроизводственно-ориентированных сетей (кластеров) родственных и взаимодополняющих друг друга предприятий, формирование временных научно-производственных групп (объединений) по типу простого товарищества для совместного решения определенных инновационных задач, совместное создание инновационных (венчурных) банков, страховых компаний, инвестиционных фондов и иных элементов инновационной инфраструктуры и т. д.

Желательно, чтобы в рассматриваемой интеграции принимало участие и государство в лице уполномоченных государственных организаций и предприятий, которые бы, с одной стороны, выполняли координационно-регулирующие функции, а с другой — участвовали в данной интеграции своим имуществом (например, через взносы в уставный капитал совместно создаваемых структур).

В интересах обеспечения более эффективного взаимодействия малых инновационных предприятий

государству (в лице прежде всего отраслевых органов инновационного управления) следует также активно участвовать в размещении их акций (долей), облигаций и иных ценных бумаг среди различных инвесторов.

Здесь важно обеспечить такую «географию» данного размещения, при которой в малый инновационный бизнес придут сильные, надежные и социально ответственные инвесторы, способствующие укреплению указанного бизнеса, развитию процессов его специализации и диверсификации, формированию замкнутых воспроизводственных «контуров» инноваций (от НИОКР до рыночной реализации нововведения) и т. д. Характеризуемое размещение ценных бумаг может происходить с помощью организуемых государством публичных конкурсов, через систему специализированных биржевых торгов, посредством предоставления инвестору возмездной и срочной государственной помощи в обмен на приобретение им соответствующих ценных бумаг и т. д.

В ряде случаев, когда инновационный бизнес малых предприятий имеет особую общественную значимость для реализации общегосударственных инновационных интересов и укрепления национальной безопасности, государству следует принимать непосредственное (долевое) участие в их имуществе (уставном капитале) и хозяйственном управлении. Это участие не означает национализации малого инновационного бизнеса и утраты им своей самостоятельности. Просто государство становится одним из учредителей данных предприятий со всеми вытекающими отсюда правами и обязанностями.

То же самое можно сказать об участии государства в деятельности частных инновационных предприятий, вышедших из «чрева» государственных структур (путем бизнес-инкубации, госучредительства и т. д.). Государство, давая «путевку в жизнь» указанным предприятиям, может оставить за собой долю в их уставном капитале и получить права на участие в управлении (наряду с другими учредителями).

В стратегически важных отраслях экономики, имеющих первостепенное значение для укрепления национальной безопасности и инновационного развития страны, следует более осторожно и ответственно осуществлять приватизацию, не допуская «дешевой» распродажи государственного имущества и передачи государственной собственности в руки социально безответственных лиц.

Сказанное прежде всего касается сложного дорогостоящего высокотехнологического оборудования, используемого в научно-технической сфере. В качестве замещающей меры здесь можно шире использовать передачу государственного имущества (в том числе на льготных условиях) в доверительное управление (или в лизинг) наиболее достойным представителям инновационного бизнеса. Это особенно важно для становления и развития малых частных инновационных предприятий, создаваемых на базе государственных предприятий (объединений), научных и учебных центров.

В ряде ситуаций целесообразно на основании специально принятого нормативно-правового акта провести выборочную «обратную» продажу имущества частных предприятий государству по цене приобретения этого имущества на момент его приватизации. Последнее предложение относится к тем представителям инновационного бизнеса, которые в процессе приватизации приобрели государственное имущество по заниженным ценам. В числе таких представителей довольно много малых предприятий инновационной сферы, образованных не в целях ведения инновационного бизнеса, а для оперативного персонифицированного распределения (и перераспределения) государственного имущества среди ограниченного круга «заинтересованных» лиц.

Однако в стремлении восстановить справедливость не надо злоупотреблять государственным вмешательством в инновационную деятельность, которая сама по себе является весьма «тонкой материей» и с повышенной «чувствительностью» реагирует на любые формы внешней агрессии. Прежде всего это касается малых предприятий, для которых хозяйственная самостоятельность, предпринимательская инициатива, свободное научно-техническое творчество традиционно имеют особо важное значение.

Известное исключение здесь составляют предприятия государственного сектора, получающие имущество от собственника (государства) на условиях хозяйственного ведения или оперативного управления, активно «подпитываемые» из бюджета и директивно нацеленные на обязательное выполнение государственных заказов и программ. Но и для этих предприятий в целях сохранения их инновационного «тонуса» необходимо сохранить определенную самостоятельность и свободу «маневра», широко использовать принципы самоокупаемости и самофинансирования и т. д. Очевидно, собственнику

(государству) следует предоставлять таким предприятиям более широкие права в области владения, пользования и распоряжения закрепленным за ними имуществом, созданной ими инновационной продукцией и доходами от ее реализации.

В интересах совершенствования государственного регулирования малого инновационного бизнеса очень важно также обеспечить скорейшее решение ряда проблем, порожденных социально безответственным и незаконным поведением некоторых предприятий (особенно малых), наносящих ущерб интересам страны.

Одна из таких проблем заключается в искусственном удлинении инновационных циклов за счет включения в их структуру дополнительных звеньев и участников, призванных не столько заниматься самими инновациями, сколько «теневым» перераспределением имущества и налоговой нагрузки в пределах инновационных циклов. Нередко среди таких «участников» оказываются разнообразные малые «промежуточные» фирмы-однодневки, обычно создаваемые по групповой корпоративной инициативе в рамках крупного бизнеса. Указанные фирмы посредством заключения совокупности притворных сделок формально принимают на себя большую часть имущественных обязательств реальных участников инновационной деятельности (перед бюджетом, подрядчиками, банками и другими кредиторами), но обычно исчезают до исполнения данных обязательств.

Другой взаимосвязанной проблемой следует считать искусственное завышение затрат по производству конечных инновационных продуктов, особенно в тех случаях, когда создание этих продуктов полностью или частично финансируется за счет бюджетных или кредитных ресурсов. Такое завышение, с одной стороны, способствует уменьшению налога на прибыль для инновационных предприятий, а с другой — позволяет вывести часть ресурсов за пределы инновационного цикла посредством привлечения фиктивно-избыточных «подрядчиков», «исполнителей» и других лиц, превращающих упомянутую сумму завышения в персонифицированный доход для «архитекторов» описанных схем.

Еще одной проблемой, требующей пристального государственного внимания и содействия, является необходимость устранения имеющихся противоречий и диспропорций между различными участниками и этапами внутри инновационных

воспроизводственных циклов, включающих в себя сложный комплекс взаимосвязанных работ по созданию, распространению и использованию инноваций.

Эта проблема не так остро стоит перед крупными инновационными корпорациями, имеющими разветвленную холдинговую структуру и систему переплетенных друг с другом (с помощью акций, долей, встречных займов и т.д.) дочерних предприятий. Но для более мелких и менее «структурированных» предприятий, не имеющих подобной взаимосвязи, сложилась более негативная ситуация. Неисполнение или ненадлежащее исполнение различными участниками инновационного цикла своих взаимных обязательств, несвоевременная и неполная оплата промежуточных инновационных продуктов при их переходе на каждый последующий этап инновационного воспроизводства, пониженная заинтересованность в проведении стартовых инновационных мероприятий, массовые взаимные нарушения прав интеллектуальной собственности и т.д. — все это в совокупности с ранее рассмотренными проблемами требует более действенного государственного регулирования.

Необходимо обеспечить эффективную защиту прав собственности для участников инновационной деятельности и одновременно ужесточить их ответственность за нарушение своих обязательств перед государством и партнерами по инновационному циклу, ввести дифференцированное налогообложение с учетом реальной инновационной нагрузки и доходности тех или иных предприятий, создать благоприятные экономические и правовые условия для интеграции всех форм инновационного бизнеса при параллельном ужесточении антимонопольной политики в данной сфере, противодействовать «теневому» инновационному бизнесу путем более жесткого его ограничения и дополнительного стимулирования социально позитивных инновационных процессов и т.д.

ВЫВОДЫ

Нетрудно заметить, что многие рассмотренные нами вопросы государственного регулирования инновационной деятельности по своему содержанию и значению выходят не только за рамки крупного или малого инновационного бизнеса, но и за пределы инновационной системы в целом. Все это говорит о необходимости всестороннего комплексного и многоуровневого подхода со стороны государства к решению стоящих перед ним проблем инновационного развития.

Список литературы:

1. Михайлов С. Н., Кулиш С. М. Инновационная деятельность как фактор устойчивого развития субъекта // Вестник экономики, права и социологии. – 2012. – № 3. – С. 54–57.
2. Комелина В. А., Мирзагалямова З. Н., Габбасова Л. Б., Лаврентьев С. Я., Харисова Г. М. Особенности формирования экономической компетентности студентов // Международный обзор управления и маркетинга. Международный обзор управления и маркетинга. – 2016. – 6 (1). – Р. 53–57.
3. Батайкин П. А. Оценка влияния институциональной среды на направления структурных сдвигов в национальной экономике // Вестник экономики, права и социологии. – 2011. – № 4. – С. 18–20.
4. Шлычков В. В. Об отдельных куртах процесса модернизации российской экономики // Вестник экономики, права и социологии. – 2015. – № 1. – С. 78–82.
5. Батайкин П. А., Хасанова А. Ш., Шлычков В. В., Тумашев А. Р., Тумашева М. В. Экономический рост в условиях ресурсных ограничений: Постановочный подход к оптимизации макроэкономической структуры производства // Прикладные экономические науки – 2016. – Том. XI. – Изд. 3 (41). – С. 521–531.
6. Шлычков В. В. От конкурентноспособной экономики к эффективному государству // Вестник экономики, права и социологии. – 2015. – № 2. – С. 89–96.
7. Сибгатова К. И., Мирзагалямова З. Н., Пупышева Е. Л., Мирзанагимова Ф. И., Шкиндерова И. Н. Нуриева Е. Н. Подготовка преподавателей образовательных учреждений и подготовка представителей профессиональных сообществ для реализации рекомендаций карьеры совместных учеников. // Журнал естественных наук. – 2014. 3 декабря. – DOI: 10.5539/RES.V7N1P74.
8. Гумеров А. В., Бабушкин В. М., Моисеев Р. Е., Николаева А. Б., Биктемирова М. К., Нурияхметова С. М., Харисова Р. Р., Рукомойникова В. П. Моделирование качества продукции промышленных предприятий. Международный обзор управления и маркетинга. – 2016. – Т. 6. – № 1. – С. 165–169.
9. Габбасова Л. Б., Мирзагалямов Б. Б. Тенденции развития Всемирного банковского конкурса в контексте глобализации // Вестник экономики, права и социологии. – № 4. – 2015. – Р. 27–30.
10. Шлычков В. В., Ведин Н. В., Хасанова А. Ш. Квартальный век реформы российской экономики: блуждает в лабиринте или бег трусой? // Индийский журнал науки и техники. Декабрь – 2015 год. – Том 8 (S 10). – DOI: 10.17485/ijst/2015/v8iS10/84883
11. Алтынбаева Э. Р. Реализация инфраструктурных проектов на основе механизма взаимодействия государства и частного бизнеса // Научное обозрение. – 2015. – № 19. – С. 234–237.
12. Филина О. В. Институциональное регулирование конкурентоспособности в российской экономике // Вестник Казанского Государственного Технического Университета им. А. Н. Туполева. – 2013. Выпуск 2. – С. 286–288.

Информация об авторах

Алтынбаева Эмина Романовна, кандидат экономических наук, доцент кафедры экономической теории Казанского национального исследовательского технического университета им. А. Н. Туполева-КАИ, г. Казань
Адрес: 420111 г. Казань, ул. К. Маркса, 10
Тел.: +7 (843) 231-01-09
E-mail: emina811@mail.ru
ORCID: 0000-0001-8206-0338

Николаева Анна Борисовна, кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики и управления на предприятии Казанского национального исследовательского технического университета им. А. Н. Туполева – КАИ
Адрес: 420111 г. Казань, ул. К. Маркса, 10
Тел.: +7 (843) 231-01-09
E-mail: annanikolaeva@bk.ru
ORCID: 0000-0002-4145-4661

Филина Ольга Владимировна, кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики и управления на предприятии Казанского национального исследовательского технического университета им. А. Н. Туполева – КАИ

Адрес: 420111 г. Казань, ул. К. Маркса, 10

Тел.: +7 (843) 231-01-09

E-mail: f.olga08@mail.ru

ORCID: orcid.org/0000-0003-0444-076x

UDC 336.7

DOI: <http://dx.doi.org/10.20534/AJH-17-3.4-94-101>

O.V. Andreeva¹

L.B. Gabbasova²

B.B. Mirzagalamov²

A.D. Minlibayev²

¹*Kazan (Privolzhsky) Federal University, Kazan*

²*Kazan National Research Technical University. A.N. Tupolev – KAI, Kazan*

ANALYSIS OF THE COMPETITIVE POSITION OF THE BANKING SERVICES IN THE REPUBLIC TATARSTAN

Abstract

Research purpose: in today's conditions of Russia of one of urgent there is a problem of detailed studying of a role and the place of banking services in general set of transactions of commercial banks.

Research methods: during the research general scientific methods (the analysis of theoretical base), generalization and synthesis, methods of comparisons were used.

Results: competitive line items of credit institutions in the Republic of Tatarstan on the following indicators are considered: number of credit institutions, share of banks in a corporate credit portfolio, in a segment of consumer loans, private deposits; the structure of internal divisions of the operating credit institutions is provided.

Scientific novelty: bank rating of RT in the lending market of private clients, and also the entities and the organizations is determined.

Practical importance: theoretical and practical provisions of a research can be applied in educational process in the economic directions and in activities of credit institutions.

Keywords: The banking system of the Republic of Tatarstan, the corporate loan portfolio, the market of consumer loans, the optimization of internal divisions of credit institutions, rating RT banks in the lending market for private and corporate customers.

References:

1. Khasanova A.Sh. Assessment of Efficiency of Capital Investment Project Implementation of Resource-saving Technology for the Real Sector of the Economy in Tatarstan Republic // Mediterranean Journal of Social Sciences MCSER Publishing, – Rome-Italy. – 2015. – Vol. 6. – No 2. – S 3. – P. 155– 61.

2. Bataykin P. A., Khasanova A. Sh., Shlychkov V. V., Toumashev A. R., Toumasheva M. V. Economic Growth in the Conditions of Resource Constraints: Ordinal Approach to Optimization of Macroeconomic Production Structure // Journal of Applied Economic Sciences – 2016. – Vol. XI. – Iss. 3 (41). – P. 521–531.
3. Gabbasova L. B., Mirzagalyamov B. B. Development Trends of the World Banking Competition in the Context of Globalization // Bulletin of economics, law and sociology. – No. 4. – 2015. – P. 27–30.
4. URL: <http://www.tatcenter.ru/article/139734/> – magazine “Tatarstan Business Centre”. Unique banking center.
5. Gabbasova L. B., B. B. Mirzagalyamov The banking system of the Republic of Tatarstan: Trends and Development Tools // Bulletin of Economics, Law and Sociology. – 2014. – No. 4. – P. 33–36.
6. Shlychkov V. V., Nestulayeva D. R., Alafuzov I. G. Small business about a vector of social and economic development of economy of Russia: a look from the region // The Review of Economy, the Law and Sociology. – 2015. – No. 2. – P. 97–103.
7. URL: <http://experttr.ru/economy/122-v-tatarstane-vse-spokojno-rejting-bankov-2014.html> – magazine “Expert Tatarstan”. Rating Banks in – 2014: in Tatarstan, all is quiet.
8. URL: <http://realnoevremya.ru/analytics/15754-publishing-real-time> – publishing “real time.” Bank RT market: minus 200 branches and a half years.
9. URL: <http://www.banki116.ru/pages/banki-tatarstana> – Informational and analytical portal of the Republic of Tatarstan banks.
10. URL: <http://www.cbr.ru> – the official website of the Central Bank of the Russian Federation.
11. URL: http://www.frankrg.com/index.phpnew_div_id=145-officialwebsiteFrankResearchGroup, retail banking markets
12. URL: <http://www.banki.ru> – information portal of the Banking Act.
13. O consumer credit (loan): Federal Law of 21.12.2013g. # 353-FZ (ed. By 21.07.2014g.) // Reference legal system “Consultant Plus”
14. Mazitova R. K. Competitive potential of the Russian economy as a WTO member // Proceedings of the Free economic society of Russia. – 2014. – Vol. 187. – P. 353–361.

Information about the author

Andreeva Olga Vadimovna, Candidate of economic sciences, associate professor of the department of banking of the Kazan (Privolzhsky) federal university, Kazan

Address: 420008, Kazan, ul. The Kremlin, 18.

Tel.: +7 (843) 233-71-09

E-mail: andreeva-ov@list.ru

Gabbasova Lyaysan Bilgusovna, Candidate of economic sciences, associate professor of the Department of Economic Theory of the Kazan National Research Technical University. A. N. Tupolev – KAI, Kazan

Address: 420111, Kazan, ul. K. Marx, 10

Tel.: +7 (843) 231-01-09

E-mail: gabbalb@rambler.ru

Mirzagalamov Bulat Bilgusovich, Graduate student of the Department of Economic Theory of the Kazan National Research Technical University. A. N. Tupolev – KAI, Kazan

Address: 420111, Kazan, ul. K. Marx, 10

Phone: +7 (843) 231-01-09

E-mail: gabbalb@rambler.ru

Minlibaev Alexander Damirovich, Kazan National Research Technical University. A. N. Tupolev – KAI, Kazan

Address: 420111, Kazan, ul. K. Marx, 10

Tel.: +7 (843) 231-01-09

E-mail: post-britpop@yandex.ru

О. В. Андреева¹**Л. Б. Габбасова²****Б. Б. Мирзагалямов²****А. Д. Минлибаев²**¹ Казанский (Приволжский) федеральный университет, г. Казань² Казанский национальный исследовательский технический университет им. А. Н. Туполева – КАИ, г. Казань

РЫНОК БАНКОВСКИХ УСЛУГ В РЕСПУБЛИКЕ ТАТАРСТАН

Аннотация:

Цель исследования: в современных условиях России одной из актуальных становится проблема детального изучения роли и места банковских услуг в общей совокупности операций коммерческих банков.

Методы исследования: в ходе исследования использовались общенаучные методы (анализ теоретической базы), обобщение и синтез, методы сравнений.

Результаты: рассмотрены конкурентные позиции кредитных организаций в Республике Татарстан по следующим индикаторам: количество кредитных организаций, доля банков в корпоративном кредитном портфеле, в сегменте потребительских кредитов, частных вкладов; представлена структура внутренних подразделений действующих кредитных организаций.

Научная новизна: определен рейтинг банков РТ на рынке кредитования частных клиентов, а так же предприятий и организаций.

Практическая значимость: теоретические и практические положения исследования могут быть применены в учебном процессе по экономическим направлениям и в деятельности кредитных организаций.

Ключевые слова: банковская система Республики Татарстан, корпоративный кредитный портфель, рынок потребительских кредитов, оптимизация внутренних структурных подразделений кредитных организаций, рейтинг банков РТ на рынке кредитования частных и корпоративных клиентов.

ВВЕДЕНИЕ

Республика Татарстан хорошо развивается и достаточно высоко позиционирует себя в Российской Федерации. Безусловно, это привлекает внимание банков, особенно крупных, из Топ-10. Поэтому и конкуренция за клиентов в республике, одна из самых высоких в стране.

Следует также отметить, что в Республике Татарстан достаточно диверсифицированная экономика и высокая концентрация перерабатывающих производств. Все это позволяет предлагать более интересные и сложные банковские продукты: услуги, связанные с валютными рисками, внешнеэкономической деятельностью, факторингом, то есть спектр предложений клиентам может быть гораздо шире, чем в других регионах. Финансовые рынки в условиях глобализации чувствительны к конъюнктуре мировых рынков нефти и энергоносителей. Нестабильность на финансовых рынках подрывает интерес иностранных инвесторов в российскую экономику. В этих условиях повышается значимость внутренних

источников инвестиций, в том числе ресурсов банковского сектора [1].

Коммерческие банки обеспечивают перелив капиталов из наименее эффективных отраслей и предприятий национальной экономики в наиболее эффективные и конкурентоспособные. Банковская система является одной из важнейших структур рыночной экономики. В условиях развития инновационной экономики на банках лежит задача инвестиционного обеспечения внедрения ресурсосберегающих технологий [2]. Достижение экономического роста в условиях ограниченности ресурсов предполагает конкурентное их использование хозяйствующими субъектами, исходя из принципов экономической эффективности [3].

Банковская система Татарстана — одна из самых стабильных в России. Об этом заявляют, как региональные, так и федеральные эксперты [4].

Особенности экономического и социального развития Республики Татарстан определяют емкость и структуру регионального банковского рынка. К та-

ким особенностям региона можно отнести наличие развитого промышленного и крупного топливно-энергетического комплексов, динамично развивающиеся сельское хозяйство и строительство, а также относительно высокий уровень жизни населения [5, С. 33; 6].

Банковская система Республики Татарстан находится на третьем месте в России после Москвы и Центрального Федерального округа по объему активов и является крупнейшей в Приволжском федеральном округе. Масштабы банковского бизнеса в Татарстане за последние годы значительно выросли. Банковская система Татарстана занимает в России уникальное положение. Республика — это крупный региональный банковский центр. В России в настоящее время осталось мало региональных банков, которые претендуют на какой-либо федеральный масштаб. В Казани к таким банкам относится «АК БАРС» Банк. По количеству независимых финансовых институтов республика является лидером в РФ.

Сегодня в Республике Татарстан функционирует достаточное количество банков. Одни банки преиму-

щественно занимаются выдачей кредитов в Республике Татарстан, в других же можно открыть вклады, оформить кредитные карты и т. д. Банки Республики Татарстан — это филиалы банков России, коммерческие организации, банки, возникшие в городах нашей республики.

Стоит отметить, что кредитные учреждения Республики Татарстан зачастую имеют в одном городе сразу несколько дополнительных офисов и клиенту не придется ехать в другую часть города, для того, чтобы решить свои вопросы, будь это оплата счетов, штрафов, оформление кредитов, кредитных карт, оформление ипотеки или прием вкладов населения и т. д. [7].

Несмотря на то, что к настоящему моменту в регионе работает более 70 кредитных организаций не из Республики Татарстан, местные банки сильны здесь как ни в одном другом субъекте РФ. По данным Банка России, на 1 января 2015 года на них приходится 41% корпоративного кредитного портфеля. В кредитах, выданных малому и среднему бизнесу, их доля еще выше – 55% (в начале 2010 года соответствовала 75%) (рис. 1).

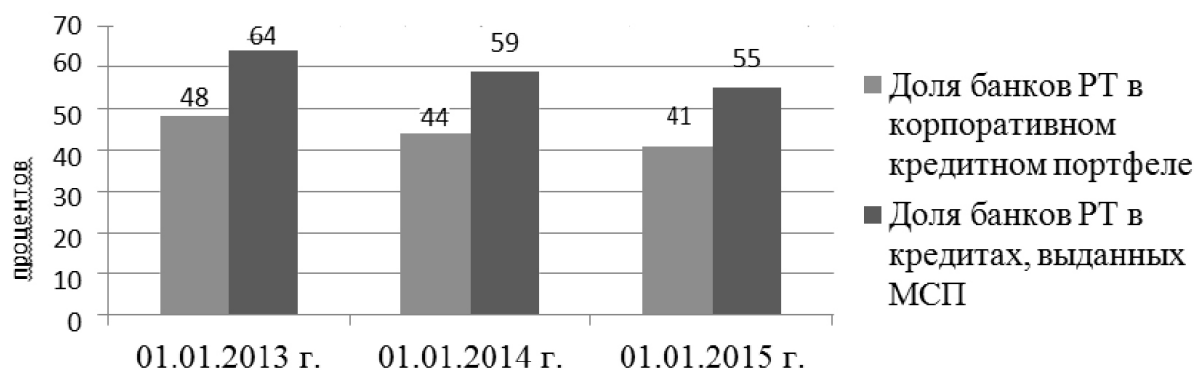


Рисунок 1. Доля банков Республики Татарстан на рынке кредитования юридических лиц, %

Суммарно банки Казани могут предложить своим клиентам 1372 кредитные программы, а именно 363 программы ипотечного кредитования, 423 авто-

кредита, 276 кредитных карт и 310 потребительских кредитов.

Таблица 1. – Количество кредитных организаций в Республике Татарстан по состоянию на 01.01.2016 г. [8]

Группа банков	Количество банков, единиц	Количество офисов, единиц	Доля в РТ, %
Всего	98	1368	
Банки Татарстана	22	533	39
Сбербанк	1	478	35
Прочие	75	357	26

На рынке потребительских кредитов доля местных банков превышает 28%, в сегменте частных вкладов – почти 50%. Местным банкам принадлежит 39%

всех банковских офисов – также первое место, не считая московского региона и Дагестана. Подробнее данная информация представлена в таблице 1.

Республика Татарстан занимает лидирующие позиции по количеству банковских офисов на душу населения – она идет вровень с Москвой: 42,6 офиса на 100 тысяч жителей.

Следует отметить еще один важный момент: в регионе не только большое количество банков, они еще и достаточно крупные. Девять из них входят в число топ 200 (больше только в Санкт-Петербурге – 11)

и два банка – в первую сотню. Предметом гордости местного Национального банка может служить отсутствие отозванных лицензий за последние 15 лет – это уникальный факт для крупного региона [9].

Динамика количества внутренних структурных подразделений действующих кредитных организаций (филиалов) в РТ [9] представлена на рисунке 2.

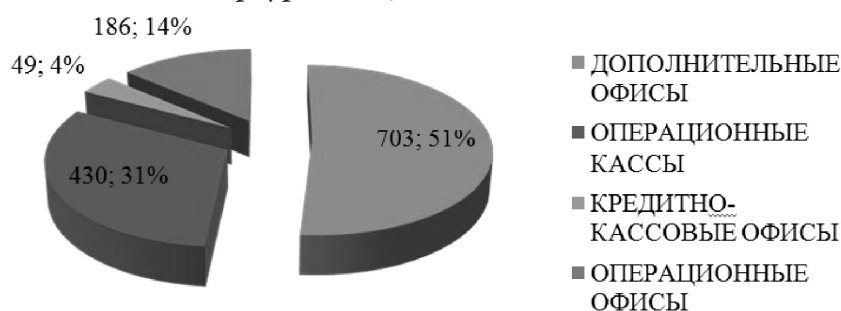


Рисунок 2. Динамика количества внутренних структурных подразделений действующих кредитных организаций (филиалов) в РТ [8; 11]

Как мы видим на рис. 2, количество банковских отделений сократилось в последнее время значительно. Так, за период с 1 января 2014 года по 1 января 2016 года число офисов сократилось на 171 отделение или на 12%. Это может являться свидетельством того, что банки оптимизируют свое обслуживание, добиваясь максимального результата и удовлетворения спроса клиентов за счет меньшего числа отделений. К тому же в последние годы значительно повысилась доля интернет-обслуживания, что также способствовало снижению числа отделений.

Структура внутренних структурных подразделений действующих кредитных организаций (филиалов) в РТ представлена на рис. 3.

Как мы видим, на рисунке 3 наибольший объем банковских отделений в Республике Татарстан приходится на дополнительные офисы – 60% всех структурных подразделений. Вторыми по популярности (по встречаемости) в Республике Татарстан являются операционные кассы – 36%. Такая картина вырисовывается исходя из потребностей населения Республики Татарстан. Наиболее удобными для них являются дополнительные офисы (стандартные филиалы банковских организаций) и операционные кассы (кассы экспресс-обслуживания с ограниченным набором услуг). Кредитно-кассовые офисы и операционные офисы занимают лишь четыре процента всех структурных подразделений кредитных организаций.

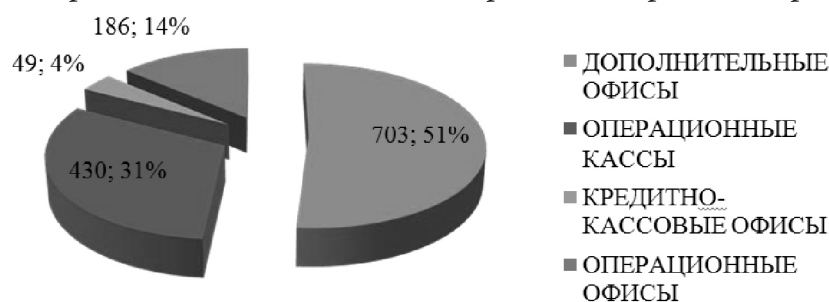


Рисунок 3. Структура внутренних подразделений действующих кредитных организаций (филиалов) в РТ на 01.01.2016 г. в процентах [10]

Рассмотрим реальную ситуацию на рынке банковских услуг в Республике Татарстан. Компания FrankResearchGroup ежемесячно оценивает емкость ключевых рынков розничных банковских услуг: кредиты частным клиентам (все сегменты), нецелевые

кредиты наличными, ипотека, автокредиты, кредитные карты и т. д.

Для оценки емкости рынков и построения рейтинга крупнейших игроков используются следующие источники: Центральный Банк РФ, банки, Росстат,

независимые исследовательские компании: GfK, Автостат, РБК и др., СМИ, экспертные интервью. Наиболее популярной и масштабной услугой является потребительское кредитование — кредитные карты.

Рассмотрим ситуацию на рынке предоставления услуг по кредитованию частных клиентов – таблица 2.

Таблица 2. – Крупнейшие участники рынка кредитования частных клиентов (все сегменты) по состоянию на 01.01.2016 г. [10]

Рейтинг банков в РТ	Портфель, млрд. руб.	Доля, %
Ак Барс	232,676	32,3
Татфондбанк	88,143	17,8
Интехбанк	19,698	4,4
Акибанк	16,479	3,7
Энергобанк	15,882	3,6
Спурт Банк	15,119	3,4
Девон-Кредит	12,303	2,8
Аверс	10,863	2,4
БТА-Казань	10,570	2,4
Татсоцбанк	5,970	1,3
Банк Казани	4,885	1,1
Камский Коммерческий Банк	3,930	0,9
Автоградбанк	3,413	0,8
Заречье	3,323	0,7
Татагропромбанк	1,515	0,3

Довольно крупный по величине активов и популярный банк «Татсоцбанк» в отношении кредитования физических лиц ведет консервативную политику, и наращивает портфель только за счет обеспеченных кредитов или кредитования клиентов в рамках зарплатных проектов (овердрафты на карту). Поэтому по данному сегменту существенного роста у него не наблюдается, его показатели кредитного портфеля – 5,970 млрд. рублей (1,3%).

Для усиления собственных конкурентных позиций каждый банк разрабатывает внутреннюю систему кредитования и ищет все более оптимальные кредитные пакеты.

Как мы видим из данных, представленных в таблице 2, наибольшая доля кредитования частных клиентов в Республике Татарстан приходится на Ак Барс банк, его доля в кредитовании частных клиентов более 30%. На втором и третьем месте расположились Татфондбанк (17,8%) и Интехбанк (4,4%).

В Республике Татарстан можно встретить такие виды потребительских кредитов, как: «кредит наличными», «обновление», «быстрое решение», «малые города», «кредиты на развитие личного подсобного хозяйства», «свой круг», «свой бизнес», «золотой возраст», «кредит наличными-партнер», «за хорошую кредитную историю», «наличными» и т. д.

На рынке корпоративного кредитования также наблюдается положительная динамика.

Объем выданных кредитов предприятиям и организациям банками Республики Татарстан представлен в таблице 3.

Таблица 3. – Объем выданных кредитов предприятиям и организациям банками Республики Татарстан [12]

Место	Название банка	На 01.01.2016 г., в тыс. руб.	На 01.01.2015 г., в тыс. руб.	Изменение, в тыс. руб.	Изменение, в %
1	2	3	4	5	6
1	Ак Барс	190 365 925	177 876 173	12 489 752	7,02
2	Татфондбанк	86 797 666	67 641 814	19 155 852	28,32
3 ⁺⁵	Аверс	19 394 624	10 009 283	9 385 341	93,77
4 ⁻¹	Интехбанк	18 920 211	17 529 047	1 391 164	7,94
5 ⁻¹	Энергобанк	15 476 084	15 175 475	300 609	1,98

1	2	3	4	5	6
6 ⁻¹	Акибанк	12 594 993	13 062 780	-467 787	-3,58
7 ⁻¹	Спурт Банк	12 570 504	11 733 326	837 178	7,14
8 ⁺²	Татсоцбанк	10 398 606	4 929 732	5 468 874	110,94
9	Тимер Банк	10 108 010	8 504 478	1 603 532	18,86
10 ⁻³	Девон-Кредит	7 023 626	10 226 310	-3 202 684	-31,32

У банков Республики Татарстан (без двух крупнейших — «Ак Барс» банка и «Татфондбанка», которые надо рассматривать отдельно в силу того что на них приходится порядка 80% активов), прирост корпоративного портфеля обгоняет потребительский. Но прирост меньше, чем в целом по стране. У двух крупнейших татарстанских банков показатели значительно выше, также выше они у крупных московских банков. Основными потребителями кредитных продуктов по-прежнему являются представители оптово-розничной торговли, арендного и строительного бизнеса. В настоящее время экономика страны ориентируется на отрасли, в которых назрела необходимость реализации процесса импортозамещения. Таким образом, перспективными отраслями для банка являются машиностроение, IT-технологии, пищевая промышленность и сельское хозяйство.

Есть банки, в которых корпоративное кредитование обгоняет потребительское. Значительно увеличил объем корпоративного кредитования Татсоцбанк — прирост составил более 110%. Кредитный портфель банка в корпоративном кредитовании ориентирован на производство (19%), торговлю (24%), услуги (14%), строительство (4%), транспорт (11%), прочие отрасли (28%). Снижение отмечается и в кредитовании физических лиц. В связи с вступлением в силу нового Федерального закона «О потребительском кредитовании» от 21.12.2013 г. № 353-ФЗ [12] и усилением надзора Банка России в части проверки документов, подтверждающих доход и финансовое состояние заемщика, а также целевое использование

кредита, руководством банка было принято решение о более избирательном подходе к выдачам потребительских кредитов.

Корпоративные клиенты в Республике Татарстан — это компании среднего и крупного бизнеса, с годовым оборотом от 300 млн. рублей. Для корпоративного сегмента банк сформировал широкую продуктовую линейку. В комплексных пакетных предложениях банков должны быть не только кредиты, но и расчетные инструменты. Например, есть клиенты, которым интересны РКО и инкассация, есть производственные предприятия с отраслевой спецификой или с широкой географией, когда головная компания в Казани, а сеть по стране и за ее пределами. В работе со средним и крупным бизнесом пакетов нет — каждый раз набор услуг подбирается индивидуально. Даже в случае, на первый взгляд, аналогичных сделок на деле они имеют важные отличия, зависящие от объемов, региона, специфики клиента и т. д. Крупные компании, как правило, задают высокий уровень требований и понимания необходимых для них финансовых инструментов [13, С. 359]. Средние компании чаще оперируют проблемами, которые нужно решить, — и банк начинает работать в том числе в роли консультанта, подбирающего наиболее эффективный инструмент для решения поставленной задачи. Зачастую клиент, пришедший в банк со своим видением решения проблемы, в результате использует инструменты, предложенные банком, поскольку те оказываются более эффективными.

Список литературы:

1. Хасанова А. Ш. Оценка эффективности проекта капитальных инвестиций Реализация ресурсосберегающих технологий для реального сектора экономики Республики Татарстан // Средиземноморский журнал общественных наук MCSER Publishing, – Рим-Италия. – 2015. – Vol. 6. – Нет 2. – С 3. – Р. 155–61.
2. Батайкин П. А., Хасанова А. Ш., Шлычков В. В., Туумашев А. Р., Туумашева М. В. Экономический рост в условиях ресурсных ограничений: ординальный подход к оптимизации структуры макроэкономического производства // Прикладные экономические науки. – 2016. – Вып. XI. – Iss. 3 (41). – Р. 521–531.
3. Габбасова Л. Б., Мирзагалямов Б. Б. Тенденции развития мирового банковского соревнования в контексте глобализации // Вестник экономики, права и социологии. – № 4. – 2015. – С. 27–30.

4. URL: <http://www.tatcenter.ru/article/139734/> – журнал «Деловой центр Татарстана». Уникальный банковский центр.
5. Габбасова Л. Б., Мирзагалямов Б. Б. Банковская система Республики Татарстан: тенденции и инструменты развития // Вестник экономики, права и социологии. – 2014. – № 4. – С. 33–36.
6. Шлычков В. В., Нестулаева Д. Р., Алафузов И. Г. Малый бизнес о векторе социально-экономического развития экономики России: взгляд из региона // Обзор экономики, права и социологии. – 2015. – № 2. – С. 97–103.
7. URL: <http://experttr.ru/economy/122-v-tatarstane-vse-spokojno-rejting-bankov-2014.html> – журнал «Эксперт Татарстан». Рейтинг банков в – 2014 г.: в Татарстане все спокойно.
8. URL: <http://realnoevremya.ru/analytics/15754-публикация-«реального-времени»>. Рынок Банка РТ: минус 200 филиалов и полтора года.
9. URL: <http://www.banki116.ru/pages/banki-tatarstana> – Информационно-аналитический портал банков Республики Татарстан.
10. URL: <http://www.cbr.ru> – официальный сайт Центрального банка Российской Федерации.
11. URL: http://www.frankrg.com/index.phpnew_div_id=145-officialwebsiteFrankResearchGroup, рынки розничных банковских услуг
12. URL: <http://www.banki.ru> – информационный портал Закона о банках.
13. О потребительский кредит (кредит): Федеральный закон от 21.12.2013 г. № 353-ФЗ (ред. От 21.07.2014 г.) // Справочная правовая система «Консультант Плюс»
14. Мазитова Р. К. Конкурентный потенциал российской экономики как члена ВТО // Труды Вольного экономического общества России. – 2014. – Vol. 187. – С. 353–361.

Информация об авторах

Андреева Ольга Вадимовна, кандидат экономических наук, доцент кафедры банковского дела Казанского (Приволжского) федерального университета, г. Казань

Адрес: 420008, Казань, ул. Кремлевская, 18.

Тел.: +7 (843) 233-71-09

E-mail: andreeva-ov@list.ru

Габбасова Ляйсан Бильгусовна, кандидат экономических наук, доцент кафедры экономической теории Казанского национального исследовательского технического университета им. А. Н. Туполева – КАИ, г. Казань

Адрес: 420111 г. Казань, ул. К. Маркса, 10

Тел.: +7 (843) 231-01-09

E-mail: gabbalb@rambler.ru

Мирзагалямов Булат Бильгусович, аспирант кафедры экономической теории Казанского национального исследовательского технического университета им. А. Н. Туполева – КАИ, г. Казань

Адрес: 420111 г. Казань, ул. К. Маркса, 10

Тел.: +7 (843) 231-01-09

E-mail: gabbalb@rambler.ru

Минлибаев Александр Дамирович, Казанский национальный исследовательский технический университет им. А. Н. Туполева – КАИ, г. Казань

Адрес: 420111 г. Казань, ул. К. Маркса, 10

Тел.: +7 (843) 231-01-09

E-mail: post-britpop@yandex.ru

O. G. Goncharenko ¹V. A. Anischenko ¹¹*Academy of State Prison Service, Chernigov, Ukraine*

CONCEPTUALIZATION OF APPROACHES TO DEFENSE “PERSONNEL MANAGEMENT” IN THE CONTEXT OF THE PECULIARITIES OF THE CRIMINAL-EXECUTIVE SYSTEM

Abstract

The purpose: the writing of scientific work is justified by studying the basic concepts that define the essence of personnel management (as a complex set of professional and personal qualities of employees that enable them to perform their tasks) and the content of the notion of human resources (as a key factor in performance) in order to streamline management impact and Interaction between employees in penitentiary institutions of the penal-executive system.

Methods of research: To conduct a scientific study, methods of both empirical and theoretical research were used. Thus, to study the evolutionary development of scientific categories, methods of observation and comparison were used; Economic and mathematical modeling was used to deduce the regular formation of human resources; To analyze the essence of personnel management and human resources, methods of analysis and synthesis were used.

The results of the research: can be applied to the formation of the human resources of penal enforcement agencies and institutions, in order to increase the economic efficiency of its use and create conditions for the full implementation of their potential labor opportunities.

Scientific novelty: consists in the allocation of specific categories of personnel management and human resources, as the main resource and the key factor that determines the social and economic efficiency of the criminal-executive system.

Practical significance: lies in the formed provisions, which make it possible to determine the approaches to solving theoretical and practical problems of realization by the personnel of the penal-executive system of their labor opportunities at the expense of technologies for effective use and development of human resources. Diagnostic and attestation assessment of staff allows you to determine the degree of implementation of professional and personal qualities, while performing official duties.

Keywords: personnel of the penitentiary system, human resources, professional and personal qualities, personnel assessment, social and economic efficiency.

References:

1. Aksenov A. A. (1996) Problemy gosudarstvennogo upravleniya v ugolovno-ispolnitelnoy sisteme Rossii. Sostoyaniye i perspektivy (organizatsionno-pravovoy aspekt) [Problems of state administration in the criminal-executive system of Russia. State and prospects (organizational and legal aspect)] Institut ekonomiki i prava MVD – No. 6. – P. 70–71. [in Russia].
2. Akulov B. K. (1998) Harakteristike sub'ekta strategicheskogo menedzhmenta [To the characteristic of the subject of strategic management] Problemy teorii i praktiki upravleniya. – No. 4. – P. 112–115. [in Russia].
3. Armstrong M. (2005) Praktika upravleniya chelovecheskimi resursami: uchenik [The practice of human resources management:]. SPb.: Piter. – P. 831. [in Russia].
4. Ansoff I. (2009) Strategicheskoe upravlenie [Strategic Management]. – M.: Progress. – P. 519. [in Russia].
5. Vyatkina T. G. (2012) Osoblivosti zastosuvannya taktichnogo upravlinnya resursami v umovah reallizatsiyi strategiyi pidpriemstva [The application features tactical management of resources in terms of implementing enterprise strategy] Staliy rozvitok ekonomii. – No. 2 (19). – P. 74–79. [in Ukrainian].

6. Daft Richard L. (2006) *Teoriya organizatsii* [Theory of Organization]. – M.: YuNITI-DANA. – P. 523 s. [in Russia].
7. Druker P. (2007) *Upravlenie v obschestve buduschogo* [Management in the society of the future]. – M.: OOO «I. D. Vilyams». – P. 347. [in Russia].
8. Egorshin A. P. (2011) *Motivatsiya trudovoy deyatel'nosti* [Motivation of work]. – M.: Infra-M. – P. 377. [in Russia].
9. *Institutsionalnaya ekonomika: novaya institutsionalnaya ekonomicheskaya teoriya* [Institutional Economics: A New Institutional Economic Theory]. – M.: INFRA-M., – 2005. – P. 415. [in Russia].
10. Karloff B. (2011) *Delovaya strategiya* [Business strategy]. – M.: Ekonomika. – P. 239. [in Russia].
11. Kovalev A. G. (1957) *Psihologicheskie osobennosti cheloveka* [Psychological features of man] L.: Izd-vo LGU. – P. 264. [in Russia].
12. Kutukov S. A. (2010) *Ugolovno-ispolnitelnaya sistema kak chast obschestva: sotsialnyie funktsii i problemy vzaimodeystviya* [Criminal-executive system as a part of society: social functions and interaction problems] *Ugolovno-ispolnitelnaya sistema: pravo, ekonomika, upravlenie*. – No. 1. – P. 17–19. [in Russia].
13. Parker G. (2000) *Formirovanie komandyi: Sbornik uprazhneniy dlya trenerov* [Team formation: Collection of exercises for coaches] – M.: Akademicheskii Proekt. – P. 880. [in Russia].
14. Marshal A. (1993) *Printsiipy ekonomicheskoy nauki* [Principles of economic science] – M.: Progress. – P. 594. [in Russia].
15. Maslov E. V. (2008) *Upravlenie personalom predpriyatiya* [Personnel management: training] – M. – P. 312. [in Russia].
16. Mintsberg G. (2001) *Strategicheskii protsess. Kontseptsii, problemy, resheniya* [Strategic Process. Concepts, problems, solutions] – S-Pb: Piter. – P. 567. [in Russia].
17. Mizyuk B. M. (2012) *Doslidzhennya trudovogo potentsialu kryz prizmu teorii suspil'nogo rozvitku* [The study of the labor potential in the light of theories of social development] *Formuvannya rinkovih vidnosin v Ukraini*. – No. 2. – P. 176–181. [in Ukrainian].
18. Sotnikova S. I. (2006) *Upravlenie kareroy* [Career management: teaching materials] – P. 408. [in Russia].
19. Togochinskiy A. M. (2015) *Teoriya i praktika formirovaniya sotsialnoy kompetentnosti slushateley i kursantov vislih uchebnykh zavedeniy MVS Ukrainy: mogografiya* [Theory and practice of the formation of social competence of students and cadets of visless educational institutions of the Ministry of Internal Affairs of Ukraine] Chernigov: Desna Poligraf. – P. 488. [in Ukrainian].
20. *Upravlenie personalom organizatsii* (2005) [Personnel management of the organization] – M.: INFRA-M. – P. 638. [in Russia].
21. *Upravlenie – eto nauka i iskusstvo* [Management is a science and art]. – M.: [b.i.]. – P. 120. [in Russia].
22. Chorniy G. M. (2011) *Dialektika zagalnih i konkretnih upravlinskih funktsiy* [The dialectics of general and specific management functions] *Ekonomika APK*. – № 12. – P. 93–97. [in Ukrainian].
23. Shultz T. *Investment in Human Capital*. N. Y., London, – 1971, – P. 26–28; Shultz T. *Human Capital in the International Encyclopedia of the Social Sciences*. N. Y., – 1968, – Vol. 6.
24. Williamson O. *The Economic Institutions of Capitalism: Firms, Markets, Relational Contracting*. N. Y., – 1985.

Information about the authors

Goncharenko Oksana G., doctor of Economics, Associate Professor, Head of the department of humanitarian and socio-economic subject, Academy of State Penitentiary Service

Address: 7/176 Savchuka Str., 14013, Chernigiv, Ukraine

Tel.: +3 (097) 535-08-91

E-mail: gusochka2004@mail.ru

ORCID: orcid.org/0000-0002-4485-0846

Anyshchenko Viktoriya Alexandrovna, candidate of Technical Sciences, Associate Professor, Head of Scientific and Research Center, Associate Professor of Department of Administrative, Civil, Economic Law and Process Academy of State Penitentiary Service

Address: 4/101 V. Chornovola St., 14005, Chernihiv, Ukraine,
Tel.: +3 (050) 448-07-37
ORCID: orcid.org/0000-0002-5062-3789

О.Г. Гончаренко ¹

В.А. Анищенко ¹

¹ Академия Государственной пенитенциарной службы г. Чернигов, Украина

КОНЦЕПТУАЛИЗАЦИЯ ПОДХОДОВ К ДЕФЕНИЦИИ «УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ» В КОНТЕКСТЕ ОСОБЕННОСТЕЙ УГОЛОВНО-ИСПОЛНИТЕЛЬНОЙ СИСТЕМЫ

Аннотация

Цель: написание научного труда обосновано изучением основных понятий, которые определяют сущность управления персоналом (как комплексную совокупность профессиональных и личностных качеств сотрудников, которые позволяют выполнять поставленные задачи), и содержание понятия кадрового потенциала (как ключевого фактора эффективности деятельности) с целью упорядочения управленческого воздействия и взаимодействия между сотрудниками в пенитенциарных учреждениях уголовно-исполнительной системы.

Методы исследования: Для проведения научного исследования были использованы методы как эмпирического, так и теоретического исследования. Так, для исследования эволюционного развития научных категорий были использованы методы наблюдения, сравнения; для выведения закономерного формирования кадрового потенциала было использовано экономико-математическое моделирование; для рассмотрения сущности управления персоналом и кадрового потенциала использовались методы анализа и синтеза.

Результаты исследования: могут применяться при формировании кадрового потенциала органов и учреждений исполнения наказаний уголовно-исполнительной системы, с целью повышения экономической эффективности его использования и создания условий для полной реализации сотрудниками своих потенциальных трудовых возможностей.

Научная новизна: заключается в выделении специфических категорий управления персоналом и кадрового потенциала, как основного ресурса и ключевого фактора, определяющего социальную и экономическую эффективность функционирования уголовно-исполнительной системы.

Практическая значимость: лежит в сформированных положениях, которые дают возможность определить подходы к решению теоретических и практических проблем реализации персоналом уголовно-исполнительной системы своих трудовых возможностей за счет технологий эффективного использования и развития кадрового потенциала. Диагностическая и аттестационная оценка персонала позволяет определить степень реализации профессиональных и личностных качеств, при выполнении служебных обязанностей.

Ключевые слова: персонал уголовно-исполнительной системы, кадровый потенциал, профессиональные и личностные качества, оценка персонала, социальная и экономическая эффективность.

ВВЕДЕНИЕ

Уголовно исполнительная система, как социально-экономическая система, которая состоит из органов и учреждений исполнения наказаний, изолирует от общества преступников, тем самым предоставляет ему общественную услугу. В современных условиях для повышения эффективности работы учреждений и органов, исполняющих наказания, на структурные

подразделения уголовно-исполнительной системы возложены задачи, которые предполагают совершенствование ее управления, с учетом требований организационной структуры, реализация которых возлагается на кадровый потенциал [1].

Формирование, развитие и рациональное использование кадровых ресурсов является основой кадровой политики организации, а с учетом специфики

государственного управления кадровые ресурсы уголовно-исполнительной системы, выступают ее ключевым фактором. Повышение эффективности использования кадровых ресурсов уголовно-исполнительной системы является важнейшим фактором ее успешного реформирования.

До конца прошлого века понятие «управление персоналом» в практике уголовно-исполнительной системы отсутствовало, а употреблялась категория «организация работы с кадрами уголовно-исполнительной системы». Системы управления персоналом каждой организации имели функциональную подсистему управлений кадрами и социальным развитием коллектива, но большую часть объема работ по управлению кадрами выполняли линейные руководители подразделений [12].

Учитывая ограниченность информационной базы и закрытость к исследованиям уголовно-исполнительной системы, довольно ограниченное количество исследований проводится в данном направлении. Однако, концептуализация вопросов управления трудовыми ресурсами и формирования кадрового потенциала, базируется на трудах известных зарубежных ученых, основоположников теории управления, таких как М. Армстронг, А. Ансофф, Р. Дафт, П. Друкер, Г. Паркер, А. Маршалл и других. На современном этапе исследования теории управления и мотивации персонала в концептуальном аспекте уголовно-исполнительной системы посвящены труды Т. Вяткиной, А. Егоршина, А. Ковалева, С. Кутукова, Б. Мизюка, А. Тогочинского, Г. Чорного.

Содержание управления в уголовно-исполнительной системе характеризовались выполнением классических функций управления, таких как планирование, принятие и реализация решений, организация взаимодействия, мотивация, контроль и др., а также связанных с мерой организованности и целенаправленности управленческих процессов. Организованность и целенаправленность влияет на формирование и развитие кадрового потенциала уголовно-исполнительной системы. В связи с этим рассмотрим особенности понятия кадровый потенциал уголовно-исполнительной системы, который на сегодняшний день исследуется в пенитенциарной практике не достаточно полно.

Результаты исследования

Сегодня научное направление «управление персоналом» формируется на стыке теории и организации управления, психологии, социологии, конфликтологии, этики, экономики труда, трудового права, политики и ряда других наук [2]. А. Маршалл рассматривая составляющие экономического развития отмечал, что капитал и труд взаимодействуют в производстве национального дивиденда и получают с него свои доходы у соответствии со своей производительностью [14]. Исследование литературных источников показывает разные толкования категории «управление персоналом». Одни ученые акцентируют внимание на организацию управления с использованием целей и методов, с помощью которых можно их достичь, другие наоборот, акцентируют внимание на функциональную сторону управления. В таблице 1 приведены трактования исследуемой категории известными учеными.

Таблица 1. – Систематизация категории «управление персоналом»

Автор	Трактовка
1	2
А. Файоль [21]	Персонал составляет следующий иерархический ряд: рабочие, мастера, заведующие мастерскими, заведующие отделами, начальники служб, директор.
Т. Шульц [23]	Как совокупность сформированных и развитых в следствии инвестиций в производительные способности, личные качества и мотивацию индивидов, которые находятся у их собственности, используются в экономической деятельности, способствуют увеличению производительности труда, и влияют на увеличение доходов собственника и национального дохода.
М. Армстронг [3]	Это стратегический и целостный подход к управлению наиболее ценными активами организации, а именно людьми, которые индивидуально и коллективно вносят свой вклад в достижение организационных целей.
Г. Беккер [24]	определил как управление совокупностью навыков, знаний и умений человека.
Е. Маслов [15]	Непрерывный процесс, направленный на целевое изменение мотивации людей, чтобы добиться от них максимальной отдачи, и высоких конечных результатов.

1	2
С. Сотникова [18]	Самостоятельный вид деятельности специалистов –менеджеров, главной целью, которых является повышение производительности, творческой отдачи и активности персонала.
А. Кибанов [20]	Комплекс управленческих (организационных, экономических, правовых) мероприятий, обеспечивающих соответствие количественных и качественных характеристик персонала и направленности его трудового поведения целям и задачам предприятия (организации).

Наука по управлению персоналом выделяет на сегодня, несколько подходов в определении сущности этой категории. Первый подход рассматривает управление персоналом, как использование рабочей силы (или трудовых ресурсов). Особое место отводится труду, как функции человека, который можно измерить затратами времени и заработной платой. Техническая подготовка работника способствует повышению его производительности труда и увеличению оплаты, что является критерием эффективности деятельности работника [4]. Второй подход рассматривает управление персоналом, как составную часть социо-экономической системы, которая производит и реализует материальные или общественные блага, управление, которой осуществляется руководителем и функционирует как трудовой коллектив или персонал [7]. Третий подход, рассматривает управление персоналом, как управление человеческими ресурсами, которые необходимы также для организации, как сырье, основной и оборотный капитал, информация или предпринимательский талант [16]. Четвертый подход рассматривает управление персоналом, как управление человеком. Сущность этого подхода состоит в том, что в центре организации стоит личность (человек), которая находится у взаимосвязи с коллективом, организацией и ее менеджментом [10].

Рассматривая управление персоналом как специфическую функцию менеджмента, в центре которой выделяется человек, как личность, современные концепции управления персоналом основываются на принципах и методах административного управления, а также на концепции всестороннего развития личности и теории человеческих отношений [13].

Система управления персоналом уголовно-исполнительной системы состоит из формирования стратегических целей деятельности. Организационной структуры управления, функциональных взаимосвязей, а также персонала, способного принимать обоснованные управленческие решения с целью выполнения поставленных перед ними задач по изо-

лированию от общества преступников. Системное, планомерно организованное воздействие организационных, экономических и социальных мер по формированию и распределению трудовых ресурсов на уровне учреждений исполнения наказаний пенитенциарной системы называется управлением персоналом уголовно-исполнительной системы.

Экономическая и социальная эффективность управления персоналом определяется реализацией стратегических и тактических целей, при условии сокращения затрат на подготовку, переподготовку и использование персонала. Следует отметить, что специфическими особенностями деятельности персонала пенитенциарных учреждений является работа с особой категорией граждан — осужденными, особые условия прохождения службы (правовая регламентация, служебная дисциплина, порядок приема и похождения службы). Системное, планомерно организованное воздействие на персонал пенитенциарных учреждений, и обеспечение его всестороннего развития, а также успешное решение поставленных перед ним задач называется управлением персоналом подразделения уголовно-исполнительной системы. Совокупность качеств, которые присущи конкретному человеку, характеристики кадрового состава организации являются компонентами кадрового потенциала, оценку которого необходимо проводить комплексно [11].

Кадровые ресурсы характеризуются показателем численности персонала, который необходим для достижения стратегических целей деятельности организации. В уголовно исполнительную систему существует штатная и фактическая (или списочная) численность персонала. Также используются показатели численности сотрудников по категориям, функциям и видам деятельности. Б. Мизюк считает, что кадровый потенциал следует оценивать с помощью количественных и качественных характеристик [17]. Количественные характеристики представлены показателями численности кадрового персонала, объемами выработки,

использования рабочего времени, производительности труда. Качественные характеристики персонала оцениваются по деловым характеристикам (знания, квалификация, навыки, опыт), и личностным особенностям (физические и психологические характеристики, интересы, поведение) [22]. Но поскольку трудовой потенциал работника, явление не постоянное, а может, как увеличиваться, так и уменьшаться, а также накапливаться и повышаться в результате получения новых знаний, умений и навыков [8]. На формирование трудового потенциала работников влияют объективные (ухудшение условий труда, здоровья работника, ужесточение условий труда и др.) и субъективные (ухудшение социально-психологического климата, принятие неверных управленческих решений) факторы [9]. На формирование уровня кадрового потенциала, его снижения или повышения, влияют субъективные факторы.

Структура кадрового потенциала объединяет две составляющие, первая (объективная) — это уровень развития трудового потенциала работника, куда входят потенциальные возможности персонала, и вторая (субъективная) — степень практической реализации этих возможностей и качеств персонала в процессе трудовой деятельности. Поэтому, согласование между собой этих составляющих, является главной задачей кадровой политики. Это позволяет создать условия для реализации персоналом своих трудовых возможностей и применения современных кадровых технологий в процессе его управления.

Немало важной в организации является проблема неэффективного использования кадрового потенциала и его не соответствия поставленным стратегическим целям организации. Во — первых, затраты на подготовку и переподготовку кадрового потенциала могут превышать полученный экономический эффект от использования их труда. Во-вторых, текучесть кадров, как показатель «неудовлетворенности персонала содержанием труда и отсутствие социально-психологических условий для высвобождения трудового потенциала» [5].

Проблемы управления кадровым потенциалом пенитенциарной системы предусматривает использование сформированных, наукой и практикой структуры, компоненты, оценку и развитие аттестованного и вольнонаемного персонала органов и учреждений исполнения наказаний уголовно-исполнительной системы. С. Кутуков выделяет в профессиональных компетенциях персонала уголовно-исполнительной системы соответствие квалификационным

требованиям, личностные качества, мотивацию, а также ограничения и запреты, в том числе и возрастные [12]. А. Тогочинский в профессиональных компетентностях сотрудников уголовно-исполнительной системы выделяет, умение обрабатывать и анализировать информацию, способность к работе в команде, само организованность и использование современных методов принятия управленческих решений [19].

Комплексная совокупность профессиональных, личностных и деловых качеств сотрудника, которая позволяет эффективно решать поставленные задачи формирует трудовой (служебный) потенциал персонала уголовно-исполнительной системы. Кадровый потенциал уголовно-исполнительной системы предусматривает, способность персонала пенитенциарных учреждений достигать поставленных стратегических целей, используя служебный потенциал сотрудников, действующую организационно-функциональную структуру, штатное расписание и применение инновационных технологий по управлению персоналом.

Государственная кадровая политика в уголовно-исполнительной системе имеет специфические особенности, которые выражаются в принципах деятельности уголовно-исполнительной системы [1]:

1. системности – отражается во взаимосвязи и взаимозависимости системы управления персоналом, поскольку человеческие ресурсы образуют единый кадровый ресурс органов и учреждений исполнения наказаний;

2. организационного проектирования – предусматривает оптимизацию численности персонала, внедрение инновационных технологий, унификацию требований к персоналу, совершенствование кадровой работы;

3. адаптивности – предусматривает обязательность, преемственность, согласованность, ротацию и оценку результатов деятельности персонала;

4. эффективности – предусматривает регламентацию, наличие резерва кадров, критерии отбора кадров, подготовку руководящих кадров.

Структура кадрового потенциала уголовно-исполнительной системы состоит из во-первых, служебного потенциала каждого сотрудника, который состоит из совокупности качеств, необходимых для служебной деятельности (деловых, профессиональных и личностных). Во-вторых, кадрового состава персонала и социально-экономической результативности его деятельности (среднесписочная числен-

ность и структура персонала, показатели служебной деятельности, показатели, характеризующие экономическую и социальную эффективность).

Уровень кадрового обеспечения уголовно-исполнительной системы зависит от:

1. оценки кадрового потенциала, которая предусматривает диагностику и аттестацию персонала, и способствует принятию обоснованных решений по управлению кадрами и применению современных кадровых технологий в уголовно-исполнительной системе;

2. разработки оптимальных штатных расписаний, организационно-функциональных структур с учетом нормативов штатной численности персонала, и использования научно обоснованных принципов работы с кадрами, что обеспечит реализацию персоналом своих потенциальных возможностей;

3. оптимизации организационной структуры, количественного и качественного состава персонала пенитенциарных учреждений, повышения эффективности его использования и продвижения по служебной лестнице, обучения и переподготовки.

Уровень кадрового обеспечения уголовно-исполнительной системы дополняется еще объективными и субъективными показателями. К объективным показателям можно отнести степень подготовленности персонала к выполнению должностных инструкций и служебных обязанностей, субъективным — отношение к службе, мотивацию, способность и желание работать в пенитенциарных учреждениях.

Поэтому оценка кадрового потенциала уголовно — исполнительной системы должна осуществляться по двум направлениям — диагностическом и аттестационном. Реализацию персоналом своих профессиональных и личностных качеств, выполнение служебных обязанностей и эффективности деятельности позволяет определить с помощью аттестационной оценки. Выявить потенциальные возможности сотрудников, необходимые для выполнения возложенных функций можно с помощью диагностической оценки персонала. Наиболее оптимальной для уголовно-исполнительной системы,

на наш взгляд, является комплексная оценка персонала пенитенциарных учреждений и межрегиональных управлений по вопросам исполнения наказаний и пробации Министерства юстиции Украины. Немало важным является вопрос оценки уровня развития кадрового потенциала уголовно-исполнительной системы. Оптимальным считается такой уровень развития кадрового потенциала, если: во-первых, численность и структура кадров соответствует поставленным перед пенитенциарной системой задачам; во-вторых, квалификация персонала позволяет реализовать принятые управленческие решения; в-третьих, личностные, физические и психофизиологические характеристики отвечают специфике служебной деятельности. Поэтому модель управления персоналом уголовно-исполнительной системы являет собой совокупность технологий по управлению кадрами, которые применяются с целью эффективности использования потенциала сотрудников. На современном этапе развития уголовно-исполнительной системы, в основе управления персоналом должен быть положен принцип эффективного использования кадрового потенциала.

ВЫВОДЫ

Современная кадровая политика уголовно-исполнительной системы должна быть нацелена на развитие кадрового потенциала, и может реализовываться в таких направлениях:

1. кадровая структура и штатное расписание учреждений исполнения наказаний должна способствовать выполнению поставленных задач и обеспечивать социальную и экономическую эффективность их деятельности;

2. кадровый потенциал уголовно-исполнительной системы и личностные качества каждого сотрудника должны отвечать современным требованиям и обеспечивать выполнение должностных инструкций;

3. с целью эффективного использования личностного потенциала сотрудников обеспечить условия для их профессионального развития, служебного продвижения, приобретения новых знаний, компетентностей, умений и навыков.

Список литературы:

1. Аксенов А. А. Проблемы государственного управления в уголовно-исполнительной системе России. Состояние и перспективы (организационно-правовой аспект)/А. А. Аксенов. – Рязань: Институт экономики и права МВД РФ, – 1996. – С. 70–71.
2. Акулов Б. К характеристике субъекта стратегического менеджмента/Б. Акулов, М. Рудаков//Проблемы теории и практики управления. – 1998. – № 4. – С. 112–115.

3. Армстронг М. Практика управления человеческими ресурсами: учебник: пер. с англ./М. Армстронг. – 8-е изд. – СПб.: Питер, – 2005. – 831 с.
4. Ансофф И. Стратегическое управление/И. Ансофф; [пер. с англ.]. – М.: Прогресс, – 2009. – 519 с.
5. Вяткіна Т. Г. Особливості застосування тактичного управління ресурсами в умовах реалізації стратегії підприємства/Т. Г. Вяткіна, П. С. Вяткін//Сталий розвиток економіки. – 2012. – № 2, (19). – С. 74–79.
6. Дафт Ричард Л. Теория организации: [учебн. для студ. Вузов]/Ричард Л. Дафт; [пер. с англ. под ред. Е. М. Короткова]. – М.: Юнити-Дана, 2006. – 523 с.
7. Друкер П. Управление в обществе будущего/П. Друкер; пер. с англ. – М.: ООО «И. Д. Вильямс», – 2007. – 347 с.
8. Егоршин А. П. Мотивация трудовой деятельности: [учеб. пособ.]/А. П. Егоршин. – [3-е изд., перераб. и доп.]. – М.: Инфра-М, – 2011. – 377 с.
9. Институциональная экономика: новая институциональная экономическая теория: [учебн.]/[Под общей ред. А. А. Аузана]. – М.: ИНФРА-М., – 2005. – 415 с.
10. Карлофф Б. Деловая стратегия/Б. Карлофф; [пер. с англ.]. – М.: Экономика, – 2011. – 239 с.
11. Ковалев А. Г. Психологические особенности человека (В 2-х т.)/А. Г. Ковалев, В. Н. Мясищев. – Л.: Изд-во ЛГУ, – 1957. – Т. 1. – 264 с.
12. Кутуков С. А. Уголовно-исполнительная система как часть общества: социальные функции и проблемы взаимодействия/С. А. Кутуков//Уголовно-исполнительная система: право, экономика, управление. – 2010. – № 1. – С. 17–19.
13. Паркер Г. Формирование команды: Сборник упражнений для тренеров/Т. Парсон. – М.: Академический Проект, – 2000. – 880 с.
14. Маршал А. Принципы экономической науки/А. Маршал. – М.: Прогресс, – 1993. – 594 с.
15. Маслов Е. В. Управление персоналом предприятия: учеб. пособие/под. ред. П. В. Шеметова. – М., – 2008. – 312 с.
16. Минцберг Г. Стратегический процесс. Концепции, проблемы, решения/Г. Минцберг, Д. Куинн, С. Гошал. – С-Пб.: Питер, – 2001. – 567 с.
17. Мізюк Б. М. Дослідження трудового потенціалу крізь призму теорій суспільного розвитку/Б. М. Мізюк, С. С. Гринкевич//Формування ринкових відносин в Україні. – 2012. – № 2. – С. 176–181.
18. Сотникова С. И. Управление карьерой: учеб. пособие/С. И. Сотникова. – М., – 2006. – 408 с.
19. Тогочинский А. М. Теория и практика формирования социальной компетентности слушателей и курсантов высших учебных заведений МВС Украины: монография/А. М. Тогочинский. – Чернигов: Десна Полиграф, – 2015. – 488 с.
20. Управление персоналом организации Учебник/под ред. А. Я. Кибанова. – 3-е изд., доп. и перераб. – М.: ИНФРА-М, – 2005. – 638 с.
21. Управление – это наука и искусство/[А. Файоль и др.]. – М.: [б. и.], – 1992. – 120 с.
22. Чорний Г. М. Діалектика загальних і конкретних управлінських функцій/Г. М. Чорний. М. П. Ястреб, І. А. Міщенко//Економіка АПК. – 2011. – № 12. – С. 93–97.
23. Shultz T. Investment in Human Capital. N. Y., London, – 1971, – P. 26–28; Shultz T. Human Capital in the International Encyclopedia of the Social Sciences. N. Y., – 1968, – Vol. 6.
24. Williamson O. The Economic Institutions of Capitalism: Firms, Markets, Relational Contracting. N. Y., – 1985.

Сведения об авторах:

Оксана Григорьевна Гончаренко, докторе экономических наук, доцент, начальник кафедры гуманитарных и социально-экономических дисциплин, Академия Государственной пенитенциарной службы

Адресс: 14013, г. Чернигов улица Савчука д.7, кв. 176 Украина

Тел: 097 535 08 91

E-mail: gusochka2004@mail.ru

ORCID: orcid.org/0000-0002-4485-0846

Виктория Александровна Анищенко, кандидат технических наук, доцент, начальник научно-исследовательского центра, доцент кафедры административного, гражданского и хозяйственного права и процесса, Академия Государственной пенитенциарной службы

Адрес: 14005, Украина, г. Чернигов, улица В. Черновола д.4, кв. 101.

Тел.: 050 448 07 37

ORCID: orcid.org/0000-0002-5062-3789

UDC 657.6

DOI: <http://dx.doi.org/10.20534/AJH-17-3.4-110-116>

N. G. Kondrashova¹

¹ *Kaluga branch of federal state-funded educational institution of higher education "Financial University under the Government of the Russian Federation", Kaluga, Russia*

IMPROVEMENT THE SYSTEM OF REGULATION OF AUDIT ACTIVITY IN RUSSIA

Abstract

Objective: research of the development of audit activity in Russia for determination the model of the system of regulation and the directions of its improvement.

Methods: analysis, observation, generalization, abstraction, analogy, comparison.

Results: revealed premises of reforming the system of regulation of the Russian audit services at the present stage of development; defined the new model of regulation, as a mixed model, which was presented elements of state regulation, self-regulation and mixed regulation; revealed deficiencies of functioning this system and proposed of directions further its improvement.

Scientific novelty: on the basis of analysis of formation and development of audit activity was defined the model of system of regulation, revealed its components, gave recommendations on its improvement.

Practical significance: main provisions and inferences of the article can be used in research and pedagogical activity at the consideration questions of audit activity regulation.

Keywords: the system of audit activity regulation; mixed model regulation; state regulation; self-regulation.

INTRODUCTION

At the present stage audit is becoming an important institution of a market economy in the Russian Federation. With the adoption of the new edition of the Federal Law of 30.12.2008 No. 307-FZ "About audit activity" begins a new stage of development of audit in Russia. 2009 year is becoming transitional from the previously effective state regulation to a new system of regulation of audit activity.

The problem of improvement and development of the system of regulation audit activity in Russia is connected with the objective necessity of increase the audit quality for satisfaction the requirements of society in authentic information on the financial condition of organizations.

The basic part

The issues of regulation of audit activity in Russia have recently become increasingly important. Specialists are discussing ways and methods of improvement the regulation system. [1, P. 293–294; 2, P. 9–11; 3, P. 32; 4, P. 40–42; 5, P. 11–15; 6, P. 35–37; 7, P. 31–34; 8, P. 92–93].

Audit activities in our country appeared recently in connection with economic reforms. The first impetus to the establishment of audit firms has given education in the USSR joint ventures, for which the audit was made mandatory for confirmation of the annual reporting. The first self-supporting company — Stock Company "Inaudit" was founded in 1987 on the basis Ruling of Council of Ministers. It had performed a wide range of services for enterprises, institutions and organizations. It is analy-

sis and audit of the companies with proposals to improve their work, consultation on accounting, internal financial controls, regulations of foreign trade, foreign exchange transactions.

Other firms began to emerge in 1989–1991. This is Joint Stock Companies “Contact”, “Rufaudit”, “Lenaudit”, “Mosaudit”, “Baltic audit”. Conducting verifications of financial and business enterprises of any organizational-legal form and types of property in order to confirm the reliability of their financial reporting, consultation on various issues of financial, legal, economic and commercial activities was envisaged in the founding documents of those firms.

Despite the lack of legislative base, in the country rapidly had been developing audit. By 1992 already, there were 800 audit firms. Actively preparations were underway for the auditors. Largest institutions of higher education of the country (Moscow State University, Academy of National Economy and other institutions) participated in it.

Federal Law of 07.08.2001 No. 119-FZ “About audit activity” has given a legislative basis profession of auditor [9, P. 3]. There were formed systems of attestation and licensing and were carried works on the preparation of auditing standards [10; 11].

Authorized federal agency for regulation of audit activities, the Russian government, Russian President have exercised the legal regulation of audit in the Russian Federation. The functions of the Authorized federal agency for regulation of audit activities assigned to the Ministry of Finance [12, P. 76]. The main functions of Ministry of Finance were:

- adoption of regulations governing the audit activities;
- development of federal rules (standards) of audit activities;
- organization of a system of attestation, education and training of auditors;
- supervision of compliance with federal audit rules (standards) of audit activities;
- monitoring compliance with federal rules (standards) of audit activities;
- conducting public registers of attestation auditors, audit organizations, professional associations and educational centers;
- accreditation of professional auditing associations.

The Council by audit activities was created under the Ministry of Finance of the Russian Federation and must had to reflect the opinions of professional participants

of the auditing market. The Council has facilitated the formation of an effective system of regulation of audit activities and has influenced the formation and development of the market of audit services. The Council was formed from representatives of accredited associations of auditors, officials of the Department of State Control and Audit of Finance Ministry and assistants of scientific and educational institutions. The main directions activities of this public collegial body:

- preparation and preliminary consideration of draft normative documents on audit activities;
- development of draft federal auditing rules;
- generalization of auditing practices and preparation of proposals on improvement of legal regulation of audit activities.

All actual issues of audit activities considered with the participation of professional audit associations: audit chambers, associations, institutions. They have implemented advanced domestic and foreign experience of audit activities, have helped its members to decide audit problems, have protected their interests. They have established compulsory rules of professional activities and ethics, have controlled maintenance these rules. Professional associations must pass accreditation in order to receive right to exercise training of auditors and participate in their attestation.

Quality of audit had remained low, in spite of presence legislative base. At that time Russia was at the stage of formation market of audit services and there was lack of understanding by external users aims and purposes of the audit. Many audit firms are checking the rightness of composition of financial and tax reporting in lieu of the carrying audit procedures. Audit was substituted by tax consulting.

The current stage of development of auditing in Russia began with the adoption of the Federal Law of 30.12.2008 No. 307-FZ “About audit activity”. This was the beginning of reforming the system of regulation of auditing services.

Premises of the reforming is to increase the accuracy and reliability of financial information on the activities of businesses and increase user confidence to this information.

New edition of the Federal Law “About audit activity” No. 307-FZ came into force on 01 January 2009. The main idea of this law is the development of self-regulation of audit profession and the ensure public supervision of its development. Terminology of the basic concepts of

audit, audit activity, related services have been clarified. If the previously existing Federal Law from 07.08.2001 No. 119-FZ equated two different concepts of “Audit” and “Audit activities”, then the Federal Law No. 307-FZ has distinguished between these concepts. This law defined the audit as one of their kinds of services, making up the concepts of audit activity, along with other audit services.

Audit activity – an activity for the holding audit and the provision of audit-related services, conducted by audit firms and individual auditors.

The new law defined the composition of services, which are permitted to provide by the auditors [13]:

1. Audit – an independent test of the accounting (financial) reporting person of audit in order to express an opinion about trustworthiness on such reporting.

2. Audit-related services:

- review inspection of the accounting (financial) reporting;
- agreed-upon procedures regarding financial information;
- compilation of financial information.

3. Other services, associated with audit activities:

- organization, recovery and maintenance of accounting records, drafting of accounting (financial) reporting, accounting consulting;
- tax consulting, organization, recovery and maintenance of tax accounting, preparation of tax computations and declarations;
- analysis of financial and business activity organizations and individual entrepreneurs, economic and financial consulting;
- management consulting;
- legal assistance, legal advice, representation interests in the organs of state power;
- automation of accounting and introduction of information technology;
- development and analysis of investment projects, preparation of business plans;
- conducting scientific and experimental work in areas, related to audit activities;
- training in areas, related to audit activities.

In Russia, at this stage, the audit activity is regulated the system of normative documents:

1. Federal laws:

- Federal Law of 30.12.2008 No. 307-FZ “About audit activity” [13];
- Federal Law of 01.12.2007 No. 315-FZ “About the self-regulatory organizations” [14];

– Other federal laws and normative acts.

2. Federal audit standards, approved by Decree of the Government of the Russian Federation. Since 2017 year was realized the transition to international standards of audit activity [15, P. 59];

3. Orders of the Finance Ministry Russian Federation;

4. Code of Professional Ethics for Auditors of Russia (report of Finance Ministry on 31.05.2007 No. 56);

5. Normative acts of self-regulatory organizations of auditors:

- Internal standards, acting in self-regulatory organizations of auditors;
- Codes of professional ethics of auditors, acting in self-regulatory organizations of auditors;
- Methods, rules of external quality control audit of members of self-regulatory organizations of auditors.

6. Internal documents of audit activity, acting in the audit organization.

The reforming of system audit activity regulation takes place on several fronts:

- the creation of the system of public oversight of the auditing profession;
- the transition from licensing to self-regulation;
- the transition to a new system of attestation, education and training of auditors.

The main work in reforming the system of regulating the auditing activities in Russia is focused on creating a system of public oversight, to replace the system of state regulation. From 01 January 2009, state regulation of audit activity has reduced to the formation of public policy and legal regulation in the auditing sphere, keeping the state register of self-regulatory organizations of auditors, market analysis of audit services. 01 January 2010 happened redistribution of functions of state regulation from the Government of the Russian Federation to the authorized federal body, from the authorized federal body to the Council for audit activities, from the Council for audit activities to the self-regulatory organizations of auditors. To ensure the public interests was created a new Council for audit activities under the Federal Law No. 307-FZ. In the Council were included 10 representatives of users of accounting (financial) reporting, 2 representatives of the Russian Finance Ministry, 1 representative of the Russian Ministry of Economic Development, 1 representative of the Bank of Russia and 2 representatives of the self-regulatory organizations of auditors. Chairman of the Council is representative of the users of accounting (financial) reporting. The Council for audit activities car-

ries out public oversight of audit activities. Council is not a legal entity and does not perform direct control functions of audit activity. Activity of Council is open. Information about its meetings and decisions is publishing on the official website of the Russian Finance Ministry.

Thus, the transition to a new model of regulation of auditing services in Russia, was ended the creation of a multi-level oversight system behind audit activities.

2009 year is becoming transitional from the previously effective state regulation to a new system of regulation of audit activity [16, P. 140]. During this year was implemented the transition from licensing audit activity to self-regulation [17, P. 18]. Professional auditing associations, accredited by the Ministry of Finance of the Russian Federation, were transformed into self-regulatory organizations of auditors.

Self-regulatory organization of auditors is a nonprofit organization, created on the terms of membership in order that provide conditions of the implementation audit activity. The nonprofit organization becomes self-regulatory organization of auditors from the date of its incorporation into the state register of self-regulatory organizations of auditors.

State register of self-regulatory organizations of auditors was opened 1 October 2009 and posted on the official website of the Russian Finance Ministry on the Internet. Information out of the control copy of the register of auditors and audit firms self-regulatory organizations of auditors were first posted on the official website of the Russian Finance Ministry on the Internet 31 December 2009.

Until 2017 year in Russia there was five self-regulatory organizations of auditors: non-profit partnerships “Audit Chamber of Russia” (ACR), “Institute of Professional Auditors” (IPA), “Moscow Audit Chamber” (MAC), “Russian Collegiums of Auditors” (RCA), “Auditing Association Commonwealth” (AAC).

Self-regulatory organizations auditors carry out external quality control of work auditors. Subject of external control is compliance with the auditors of the Federal Law “About audit activity”, other legislative acts on audit activity, legal acts, Code of professional ethics of auditors Russia.

The third area of reform of the regulation of audit activities in Russia is to move to a new system of attestation, education and enhance skills of auditors. Law 307-FZ with 01.01.2011 provides for the transfer functions for the organization of system of attestation, education and enhance skills of auditors from the authorized federal body to self-regulatory organizations (the organization of vocational teaching) and a new body — united attesta-

tion commission (the attestation). Requirements of educational and qualifications of applicants for the qualification certificate are changing. The auditor should have any higher education accredited educational institution and work experience related to audit activities or conducting book-keeping is not less than 3 years. The last two years of work should be in the audit organization. In addition, the new law provides for one kind of the qualification certificate of auditor. Earlier, there were four kinds of auditor’s qualification certificate: in field the general audit, in the audit of exchanges, bank audit, audit of insurers.

Thus, the transition to a new system of attestation in Russia is characterized by the formation of a chain of continuous education and training of auditing personnel: basic education — higher educational establishment — probation period at the audit organization (auditor’s assistant) — Training Center self-regulatory organization auditor, qualified examination – the work of the audit organization (auditor) – an annual refresher training in the Training Center.

The development of self-regulation auditing profession had occurred during 2009. Professional auditing associations accredited by the Ministry of Finance of the Russian Federation were transformed into self-regulatory organization auditor.

As a result of the reform system of regulatory of audit services in Russia was formed a new mixed model of regulation of audit activities, represented by elements of state regulation [18, P. 4], self-regulation and mixed regulation.

The functions of state regulation of auditing activity realizes by the authorized federal body (AFB) – The Ministry of Finance of the Russian Federation, in which was established a special Department regulation of accounting, financial reporting and audit activity (state financial control, audit activity, accounting and reporting).

In addition, independent of the audit profession quality control activity of audit firms realizes by the authorized federal body for control and supervision (Federal service of financial supervision, Federal exchequer).

The functions of the business community — self-regulation realizes by self-regulatory organizations of auditors. Functions of mixed regulation of audit activity realizes by the Board of the audit activity at the authorized federal body.

State control (supervision) over the activities of self-regulating organizations of auditors in 2014–2015 allowed reveal violations and shortcomings in the implementation requirements of the Federal Law “On audit activity”, in particular, the organization of activities of

self-regulating organizations of auditors and internal control over it. Namely: a formal approach in conducting self-regulating organizations of auditors external inspections of quality work of members, the low responsibility of quality controllers, a possibility to avoid inspections by crossing to another self-regulatory organization of auditors, the low efficiency of the control of self-regulating organizations of auditors, a formal approach to the reception in the members and the examination of complaints on the action of members, insufficient application of measures of influence to the heads of audit organizations

and auditors, who have committed violations of the established requirements.

The large number of self-regulating organizations of auditors (SROA) with a limited quantity of subjects of audit activity (table 1) gives rise to competition between self-regulating organizations of auditors for the members, causing them to unreasonably reduce the amount of membership fees and requirements to control the quality of work of the members.

The number of auditors in the self-regulating organizations in the 2012–2015 years is shown in table 1 [19].

Table 1. – The number of audit organizations and auditors in Russian Federation

Indices	2012	2013	2014	2015
Audit organizations, thousands	4,8	4,7	4,5	4,4
Individual auditors, thousands	0,9	0,8	0,8	0,7
Auditors – total, thousands	24,1	23,0	22,2	21,5

Source: Report of the Ministry of Finance Russian Federation “Main audit market indicators in the Russian Federation in 2015”

A formal approach to the admission to membership in a self-regulating organization of auditors is creating the risks of falling in the audit profession of persons with a dubious reputation.

During state control revealed the weakness, the insufficiency of financial base of self-regulating organizations of auditors, because the main source of income of these organizations are the entrance and membership fees. The expenses of self-regulating organizations of auditors on the maintenance of management personnel amounted to 65 per cent in 2015, therefore SROA do not suffice the resources to implement education, research, methodical activity, to render support its members [20].

Therefore, with the 1-th January 2017 year the minimum requirements for the quantity of members of the SROA has increased up to 2 thousand companies, or not less than 10 thousand auditors in each SROA. In the market for audit services remained two self-regulatory organizations — non-profit partnerships: Association “Russian Union of auditors” and the Association “Sodruzhestvo”.

In addition, the Russian Ministry of Finance in 2015 elaborated and posted the standard inspection program on the official Russian website in the “Internet” to provide methodical assistance to the self-regulating organizations of auditors, as well as to prevent possible infringements and deficiencies.

Further improvement the new model of regulation should be in the direction of improvement of self-regulation and reorganization SROA:

- the creation of budget committees;
- the organization of the system of internal control;
- obligatory rotation of leading staff, including the executive bodies;
- the introduction of reporting to members;
- holding of general meetings and others.

This allow to increase the effectiveness and transparency of self-regulating organizations of auditors, reduce the number of infringements and deficiencies at the realization of their functions.

CONCLUSION

In this study was considered the development regulation of audit activities in Russia. Audit activities include carrying audits of financial statements and the provision of related services with audit.

The current stage of development of auditing in Russia began with the adoption of the Federal Law of 30.12.2008 No. 307-FZ “About audit activity”. This was the beginning of reforming the system of regulation of auditing services. The aim of the reform is to increase the accuracy and reliability of financial information on the activities of businesses and increase user confidence in the information.

The main work in reforming the system of regulating the auditing activities in Russia is focused on creating a system of public oversight, to replace the system of state regulation. To ensure the public interests was created a new Council for audit activities. This Council for audit activities carries out public oversight of audit activity.

The transition to a new model of regulation of auditing services in Russia, was ended the creation of a multi-level supervision system for audit activities. 2009 year is becoming transitional from the previously effective state regulation to a new system of regulation of audit activity. During this year was implemented the transition from licensing audit activity to self-regulation. Professional auditing associations, accredited by the Ministry of Finance of the Russian Federation,

were transformed into self-regulatory organizations of auditors.

As a result of the reform system of regulation audit services in Russia was formed a new mixed model of regulation of audit activities, represented by elements of state regulation, self-regulation and mixed regulation. Further improvement the new model of regulation should be in the direction of improvement of self-regulation and reorganization self-regulatory organizations of auditors.

References:

1. Andrianov V. D. Jevoljucija osnovnyh koncepcij regulirovaniya jekonomiki ot teorii merkantilizma da teorii samo-reguljacii (The evolution of the basic concepts of economic regulation from mercantilism theory to the theory of self-regulation), V. D. Andrianov, – M.: JSC Publishing House “Economy”, – 2008, – 326 p. (in Russ.).
2. Audit (Audit): textbook; A. E. Suglobov, B. T. Zharylgasova, V. Ju. Savin etc.; Ed. prof. A. E. Suglobova. M.: Publishing and Trading Corporation “Dashkov & Co”, – 2015, – 368 p. (in Russ.).
3. Brovkina N. D. Osnovy finansovogo kontrolja (Basics of financial control): Textbook / N. D. Brovkina, Ed. M. V. Mel’nik; Finance Academy under the Government of the Russian Federation. – M.: Magistr, – 2011, – 384 p. (in Russ.).
4. Bulyga R. P. Audit biznesa. Praktika i problemy razvitiya (Business audit. Practice and problems of development: Monograph / R. P. Bulyga, M. V. Mel’nik; Ed. R. P. Bulyga. – M.: UNITY-DANA, – 2013, – 263 p. (in Russ.).
5. Kondrashova N. G. Institucional’naja koncepcija v praktike formirovaniya sistemy kontrolja kachestva v malyh auditorskih organizacijah (Institutional concept in practice of the formation of the system quality control in small audit organizations): monograph/N. G. Kondrashova. – Moscow: RUSAJNS, – 2017, – 110 p. (in Russ.).
6. Mel’nik M. V., Pantelev A. S., Zvezdin A. L. Reviziya i kontrol’ (Revision and control): Textbook / Ed. prof. M. V. Mel’nik. – M.: KNORUS, – 2009, – 640 p. (in Russ.).
7. Podol’skij V. I., Savin A. A. Audit (Audit): textbook / Ed. V. I. Podol’skij. – M.: Jurajt-Izdat, – 2013, – 592 p. (in Russ.).
8. Seleznev A. Z. Kontrol’ finansovyh potokov (The control of financial torrents): textbook. / Ed. prof. V. Ju. Katsanova. – M.: INFRA-M, – 2010, – 304 p. (in Russ.).
9. Krikunov A. V. Regulirovanie auditorskoj dejatel’nosti: sovremennyy jetap (Regulating auditing activities: the current stage), Audit statements, – 2010, – No. 7, – P. 3–10. (in Russ.).
10. Collings S. Interpretation and Application of International Standards on Auditing. New Jersey: John Wiley & Sons, – 2011, – 648 p.
11. Handbook of International Standards on Auditing and Quality Control. – New York: IFAC, – 2009, – 830 p.
12. Nechuhaeva O. V. Istochniki pravovogo regulirovaniya auditorskoj dejatel’nosti v Rossijskoj Federacii (Sources of legal regulation of audit activity in the Russian Federation), Herald of Moscow University Russian Interior Ministry, – 2015, – No. 2, – P. 75–80 (in Russ.).
13. Federal Law of 30.12.2008 – No. 307-FZ “About audit activity” (in Russ.).
14. Federal Law of 01.12.2007 – No. 315-FZ “About the self-regulatory organizations” (in Russ.).
15. Smagina A. Ju. Problemy pravovogo regulirovaniya auditorskoj dejatel’nosti v RF v svjazi s primeneniem mezh-dunarodnyh standartov audita (Problems of legal regulation of audit activity in the Russian Federation in connection with the application of international auditing standards, Taurian scientific reviewer, – 2016, – No. 10–1 (15), – P. 56–60 (in Russ.).
16. Nemykina O. E., Kuznecov R. E. Modeli gosudarstvennogo regulirovaniya auditorskoj dejatel’nosti (Models of state regulation of audit activity), Society: politics, economics, law, – 2016, – No. 11, – P. 140–142 (in Russ.).
17. Petrenko A. S., Avakjan A. S. Pravovoe regulirovanie auditorskoj dejatel’nosti (Legal regulation of audit activity), Innovative science, – 2015, – No. 12–1, – P. 17–19 (in Russ.).

18. Loseva N. A., Prohorov I. V. Regulirovanie auditorskoj dejatel'nosti v Rossii (The regulation of auditor activity in Russia), Audit statements, – 2013, – No. 10, – P. 3–11 (in Russ.).
19. Report of the Ministry of Finance Russian Federation “Main audit market indicators in the Russian Federation in 2015” [Electronic resource]. URL: http://minfin.ru/ru/performance/audit/audit__stat/MainIndex (in Russ.).
20. Report of the Ministry of Finance of Russia “About the realization of the Ministry of Finance of state control (supervision) over the activities of self-regulating organizations of auditors and the effectiveness of this control (supervision) in 2015” [Electronic resource]. URL: <http://minfin.ru/ru/performance/audit/monitoring/Reports> (in Russ.).

Information about the authors

Kondrashova Natalia G., candidate of economic sciences, docent department of “Accounting, analysis and audit” of the Kaluga branch of federal state-funded educational institution of higher education “Financial University under the Government of the Russian Federation”.

Address: 248016, Russian Federation, Kaluga Oblast, the city of Kaluga, ul. Lenina, 59, apt. 90,

Tel.: +7 (953) 314-79-55

E-mail: nataljakond1771@mail.ru.

ORCID: <http://orcid.org/0000-0003-3548-0182>

UDC 339.187.62

DOI: <http://dx.doi.org/10.20534/AJH-17-3.4-116-122>

V. S. Lukashov¹

L. K. Ulybina¹

¹ I. T. Trubilin Kuban State Agrarian University, Krasnodar, Russia

LEASING AS AN INVESTMENT INSTRUMENT FOR MODERNIZATION OF THE RUSSIAN ECONOMY AT THE PRESENT STAGE

Abstract

Objective: to determine the main trends in the development of the leasing market in Russia and its current state.

Methods: theoretical analysis of literature sources and periodical Russian and foreign publications, normative legal documents Internet materials, roundtable discussions and conferences analyzed and generalization of the leasing market in tabular format. Methods of statistical data processing, expert evaluation and visualization of data were used in the article.

Results: the development of leasing market is associated with the intensive development of production activity of enterprises of all forms of ownership. Growth and expansion of the leasing market is an appropriate fact of the processes of globalization and integration, both production and financial sphere.

Scientific novelty: the Russian leasing market develops simultaneously with the world market. Leasing remains one of the fastest growing instruments for investing in the financial services market and one of the priority financing mechanisms for most enterprises in the country.

Practical significance: the using of data to understand the current situation in the leasing market and the possibility of planning and forecasting in the sector of the real economy of Russia.

Keywords: leasing, lessor, lessee, diversification, securitization, bonds, bills, risk management.

References:

1. Obzor lizinga v Rossii. Rossiyskaya assotsiatsiya lizingovyih kompaniy, – 2015. URL: <http://www.assocleasing.ru/>

2. Okorokova O. A. Investirovanie v osnovnoy kapital v RF / O. A. Okorokova, S. E. Trunina // V sbornike statey mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii: Fundamentalnyye problemy nauki. – 2016. – P. 203–209.
3. Okorokova O. A. Investitsionnaya deyatelnost strahovykh institutov v usloviyakh riska i v neopredelennosti / O. A. Okorokova, L. K. Ulyibina // Ekonomicheskie nauki. – 7 (125). – 2015. – P. 75–84.
4. Okorokova O. A. Investitsionnaya politika Rossii v usloviyakh globalizatsii / O. A. Okorokova, Ya. L. Burkova // Innovatsionnaya nauka. – 2016. – No. 3–1. P. 34–37.
5. Okorokova O. A. Problemy i perspektivy razvitiya lizinga v Rossii / O. A. Okorokova, T. Yu. Hohlova // V sbornike statey mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii: Nauchno-metodologicheskie i sotsialnyye aspekty psikhologii i pedagogiki. – 2016. – P. 66–70.
6. Ofitsialnyy sayt kompanii AO “Rosagrolizing”: godovye otchety URL: <https://www.rosagroleasing.ru/company/reports/stakeholders/>
7. Ofitsialnyy sayt ministerstva selskogo khozyaystva i pererabatyivayushey promyshlennosti Krasnodarskogo kraya. URL: <http://www.dsh.krasnodar.ru/>
8. RosBiznesKonsalting RBK Plyus “Lizing – opora rosta” 12 dekabrya – 2016 god, – No. 230.
9. Ryinok lizinga po itogam – 2016 goda. Reytingovoe agentstvo “Ekspert” URL: <https://raexpert.ru/researches/leasing/2016/>
10. Ulyibina L. K. Lizing kak alternativnyy instrument investirovaniya v ekonomiku strany / Ulyibina L. K., Lukashov V. S. // Ekonomika i predprinimatelstvo. – 2015. – No. 12–2 (65–2). – P. 117–121.
11. Ulyibina L. K. Mirovyie tendentsii innovatsionnykh lizingovykh otnosheniy / Ulyibina L. K., Lukashov V. S. // Ekonomika i predprinimatelstvo. – 2016. – No. 11–2 (76–2). – P. 65–68.
12. Federalnyy zakon No. 164-FZ “O finansovoy arende (lizinge)” ot 29 oktyabrya – 1998 s izmen. i dop.

Information about the authors

Lukashov Vladimir Sergeevich, post-graduate student of the Department of Finance, I. T. Trubilina Kuban State Agricultural University

Address: 350044, Krasnodar, Kalinina str., 13, +7 (918) 457-85-95

Email: airvovan17@yandex.ru

Ulybina Lyubov Konstantinovna, Doctor of Economics, Professor of the Department of Finance, I. T. Trubilina Kuban State Agrarian University

Address: 350044, Krasnodar, Kalinina str., 13, +8 (918) 446-16-42

Email: ulibinalk@mail.ru

ORCID: orcid.org/0000-0001-8178-607

В. С. Лукашов¹

Л. К. Улыбина¹

¹ Кубанский государственный аграрный университет им. И. Т. Трубилина, г. Краснодар, Россия

ЛИЗИНГ КАК ИНВЕСТИЦИОННЫЙ ИНСТРУМЕНТ МОДЕРНИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ РОССИИ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

Аннотация

Цель исследования: определить основные тенденции развития рынка лизинга России и его текущее состояние.

Методы исследования: в данной работе был использован теоретический анализ литературных источников и периодических российских изданий, нормативно-правовых документов, использованы материалы сети интернет, круглых столов и конференций, проведена оценка и обобщение лизингового рынка в формате таблиц. Были использованы методы статистической обработки данных, экспертной оценки и визуализация данных.

Результаты: развитие рынка лизинга связано с интенсивным развитием производственной деятельности предприятий всех форм собственности. Рост и расширение лизингового рынка является закономерным фактом процессов глобализации и интеграции, как производства, так и финансовой сферы.

Научная новизна: российский рынок лизинга развивается одновременно с мировым. Лизинг остается одним из самых быстро развивающихся инструментом инвестирования на рынке финансовых услуг и одним из приоритетных механизмов финансирования большинства предприятий страны.

Практическая значимость: использование данных для понимания текущей ситуации на рынке лизинга и возможности планирования и прогнозирования в секторе реальной экономики России.

Ключевые слова: лизинг, лизингодатель, лизингополучатель, диверсификация, секьюритизация, облигации, векселя, риск-менеджмент.

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность проблемы. В настоящий момент лизинг остается одним из самых распространенных инструментов воспроизводства и обновления основного капитала компаний, особенно эффективен и финансово выгоден с применением мер государственной поддержки. Развитие лизинга в стране позволит увеличить эффективность и развить промышленную, аграрную политику страны, что приведет в свою очередь к улучшению качества и увеличению объемов производимой продукции, работ, услуг и вывести страну на уровень передовых стран.

Оценка макроэкономических факторов, влияющих на развитие инвестиционной привлекательности. По данным Росстата, снижение ВВП России в 2016 г. замедлилось до $-0,2\%$ (годом ранее $-2,8\%$), при этом объем промышленного производства показал положительную динамику ($1,1\%$) после падения на $3,4\%$ в 2015 г. Инвестиции в основной капитал РФ

по итогам прошлого года, по оценкам Минэкономразвития, сократились, хотя отрицательная динамика замедлилась до -3% и ожидается, что в 2017 г. объем инвестиций увеличится на $3,5\%$ в сравнении с 2016 г. Официальные статистические данные свидетельствуют о замедлении сокращения экономики России, на что уже отреагировал лизинговый рынок, продемонстрировав восстановительный рост. Адаптация российской экономики в 2015–2016 гг. к сложным геополитическим процессам позитивно повлияет на планы предприятий по обновлению основных фондов в 2017 г., что повлечет дальнейший рост рынка лизинга в России. Эксперты считают, что сумма новых лизинговых договоров составит 10% в общем объеме инвестиций в основной капитал в текущем году, объем нового бизнеса за 2017 г. вырастет на 15% и составит около 850 млрд. рублей, данный показатель станет самым высоким за всю историю развития лизингового рынка в России.



Рисунок 1. Объем инвестиций в основной капитал РФ и объем нового бизнеса, млрд. руб. на основании данных РАЕ Эксперт

В сегментах ж / д техники и авиатранспорта ожидаемый рост составит около 5%. Драйвером рынка в 2017 г. останется автосегмент, общий объем сделок по нем вырастет на 15% (по прогнозам), а прочие сегменты покажут рост на уровне 10%. Регулирование лизинговой отрасли начнет оказывать влияние на динамику нового бизнеса не ранее 2018 г.

По данным Эксперт РА, в 2016 г. на топ-20 лизинговых компаний приходится 78% нового бизнеса, при этом лидеры рынка уже сейчас адаптировались к новым реалиям экономики страны. Принимая во внимание стабилизацию экономики, увеличение линейки привлекательных лизинговых продуктов, в т. ч. за счет снижения стоимости банковского кредитных ресурсов для лизингодателей, агентство прогнозирует рост объемов нового бизнеса и в 2018 г.

Кроме того, со следующего года обязанность внесения сведений лизинговых компаний в реестр субъектов лизинговой деятельности, классификация компаний по величине собственного капитала позволит узнать реальное количество участников лизингового рынка и его масштабы. В перспективе 2020-х г. драйвером рынка может стать сегмент потребительского лизинга, который на текущий момент занимает не более 1% нового бизнеса. При снижении размера лизинговых платежей (в том числе за счет исключе-

ния НДС) лизинг для физических лиц может оказать существенную поддержку рынку, так как ожидается увеличение экономической активности в структурах малого и среднего бизнеса.

Для российских лизинговых компаний проблемой по-прежнему остается слабая диверсификация по источникам финансирования деятельности. Так, на банковские кредиты стабильно приходится 55–60% профинансированных средств. При этом постепенное принятие банками стандарта «Базель III» подталкивает их к более консервативной и гибкой политике по кредитованию и управлению ликвидностью, что продолжит ограничивать объемы банковского финансирования лизинговых компаний. Основной целью реформы лизинговой отрасли является диверсификация пассивной базы лизингодателей путем интенсивного использования кредитных линий банков и секьюритизации активов через выпуск облигаций и векселей. К примеру, в Китае в 2014 г. после изменений в законодательстве стала действовать секьюритизация лизинговых активов, а уже за 2015 г. китайские лизинговые компании выпустили облигации, обеспеченные активами, на сумму около 70 млрд. юаней. При этом за 1 полугодие 2016 г. лизингодатели из Китая осуществили более 60 облигационных выпусков на сумму не менее 55 млрд. юаней.

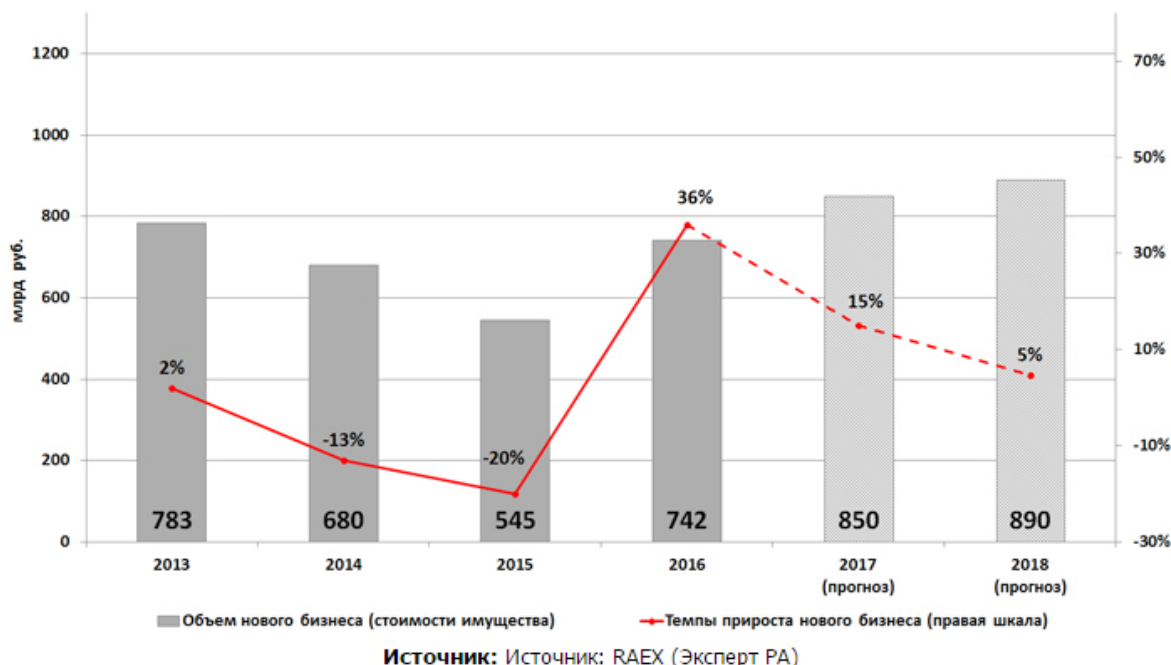


Рисунок 2. Темпы прироста нового бизнеса, % на основании данных РАЕ Эксперт

На данный момент готовятся изменения в ФЗ «О финансовой аренде (лизинге)», которые должны разделить лизинговые компании на три класса

в зависимости от их специализации с установлением дифференцированных требований по размеру собственных средств. Для универсальных лизинговых

компания минимальная величина капитала составит 70 млн. рублей, для компаний, специализирующихся на сделках с МСБ, – 20 млн. рублей, для специализированных (компании для конкретных проектов) – 1 млн. рублей. Согласно бухгалтерской отчетности лизингодателей, подавляющее большинство компаний превышает минимальные требования.

Так, по данным МСФО, по итогам 2015 г. на крупнейших лизингополучателей у компаний, работающих с корпоративными клиентами, в среднем приходится от 15 до 25% чистых инвестиций в лизинг до вычета резерва под обесценение, или от 8 до 18% от общего дохода по финансовому лизингу. В этой связи возникновение проблем у клиента при высокой концентрации портфеля быстро приводит к снижению качества значительной части активов лизингодателя. По этой причине, несмотря на низкую долю просроченных платежей в лизинговых портфелях (5% на начало 2017 г., по оценкам агентства), для них ха-

рактерен значительный уровень реструктуризации (18–20% на начало 2017 г.), данный показатель свидетельствует о снижении оборачиваемости (отношение полученных лизинговых платежей к портфелю) портфелей у отдельных компаний на протяжении последних двух лет. Поэтому, несмотря на введение регулирования, кредитоспособность крупнейших игроков по-прежнему будет зависеть от финансовых возможностей материнских структур.

Тенденции развития и основные показатели рынка лизинга в РФ.

Сумма новых лизинговых договоров по итогам 2016 г. выросла на 39% и достигла 1,2 трлн. рублей, лизинговый портфель прекратил стагнировать и составил 3,2 трлн. рублей на начало 2017 г. (против 3,1 трлн. рублей на 2016 г.), несмотря на рекордный объем полученных лизинговых платежей за прошедший год.

Таблица 1. – Основные показатели рынка лизинга в РФ за 2012–2016 гг., млрд. руб.

Основные показатели	2012	2013	2014	2015	2016	Темп прироста 2016 к 2015, %
Объем нового бизнеса (стоимость имущества)	770	783	680	545	742	36,1
Сумма новых договоров лизинга	1320	1300	1000	830	1150	38,6
Совокупный лизинговый портфель	2530	2900	3200	3100	3200	3,2
Номинальный ВВП России	61798,3	62588,9	63038,4	61249,4	61097,5	–0,25
Доля нового объема лизинга в ВВП, %	1,2	1,3	1,1	0,9	1,2	–
Концентрация на Топ 10 компаний в сумме новых договоров, %	63,0	65,0	66,4	66,0	62,2	–
Индекс розничности ¹ , %	28,0	34,7	43,9	44,0	45,2	–

¹ Стоит также отметить, что впервые с 2013 г. доля лизингового бизнеса в ВВП на фоне его сокращения

достигла 1,2%, что последний раз наблюдалось в докризисные 2011–2013 гг.

¹ Индекс розничности рассчитывается как суммарная доля розничных сегментов в объеме нового бизнеса. К розничному сегменту относятся легковой и грузовой транспорт, строительная и сельскохозяйственная техника.



Рисунок 3. Доли различных источников финансирования в структуре портфеля лизинговых компаний, %

Активизация региональных сделок позитивно сказалась на розничном сегменте, который вырос на 33% (против сокращения на 12,5% годом ранее) и достиг

около 375 млрд. рублей за 2016 г. В результате доля сегмента МСБ в объеме нового бизнеса за прошлый год составила около 51% (годом ранее 52%).

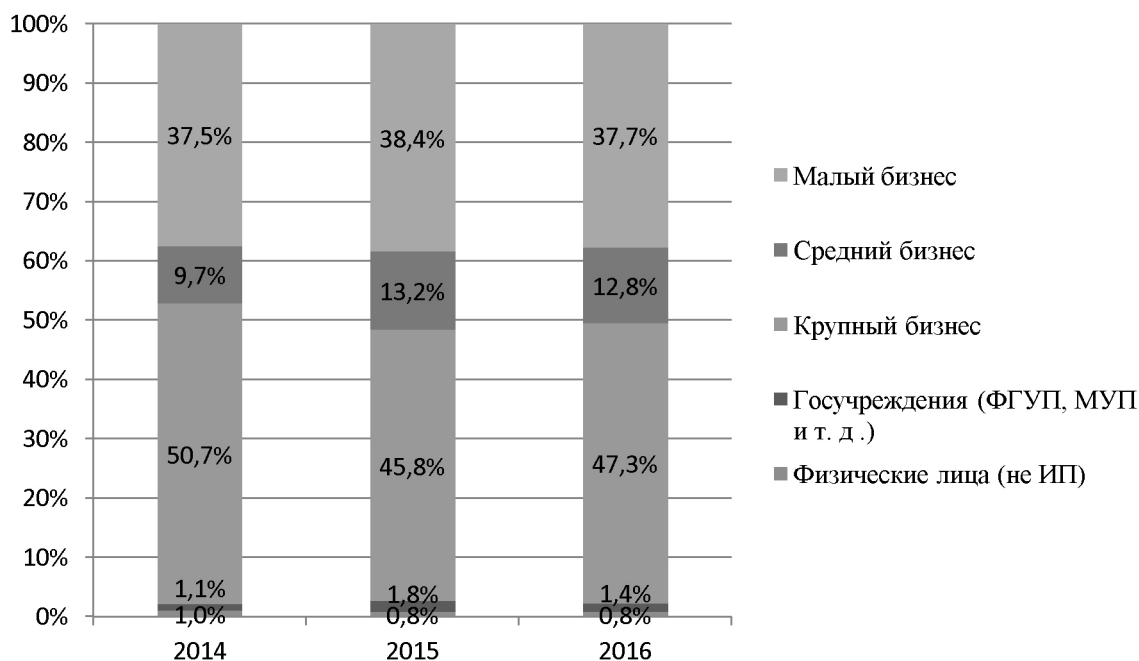


Рисунок 4. Структура клиентов по размеру бизнеса в портфеле лизинговых компаний, %

Количество лизинговых сделок в 2016 г., по данным РАЕ Эксперт, составило не менее 145 тыс. (+12% к 2015 г.). Вместе с тем средняя сумма сделки на рын-

ке за прошедший год выросла с 6,7 до 8,2 млн. рублей, что обусловлено заключением крупных сделок в конце года.

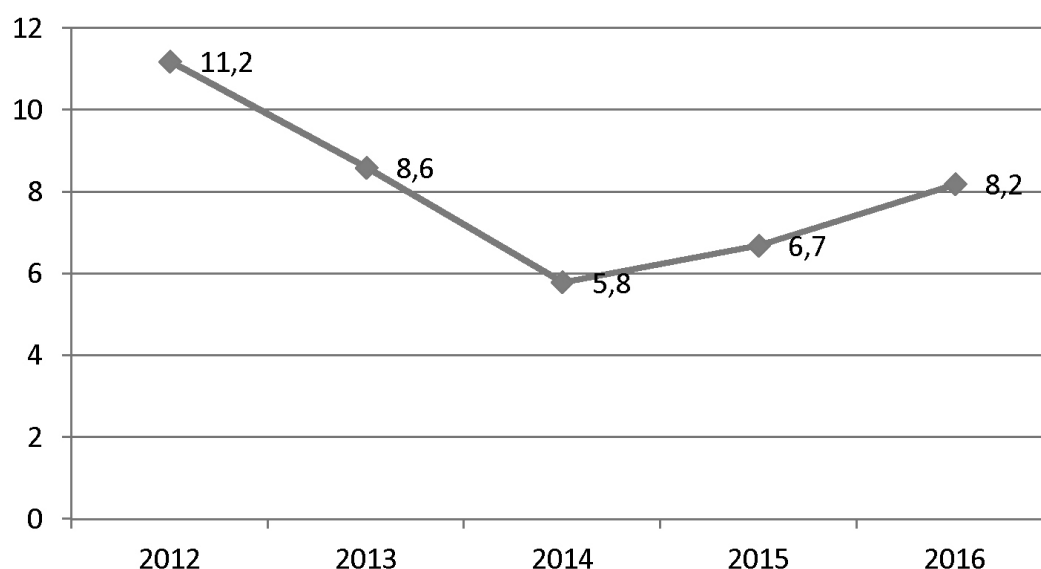


Рисунок 5. Средний сумма лизинговой сделки за 2012–2016 гг., млн. руб.

В территориальном распределении нового бизнеса в 2016 г. по сравнению с 2015 г. доля Москвы снизилась на 17%. Доли Санкт-Петербурга и Уральского ФО выросли за 2016 год на 7 и 3% соответственно.

На Центральный ФО (без Москвы) приходится около 9% лизингового бизнеса, против

7% годом ранее. Стоит отметить, что увеличение доли нового бизнеса за пределами РФ до 4% (годом ранее менее 1%) связано, прежде всего, с передачей самолетов в лизинг российским авиаперевозчикам, зарегистрированные в иностранных юрисдикциях.

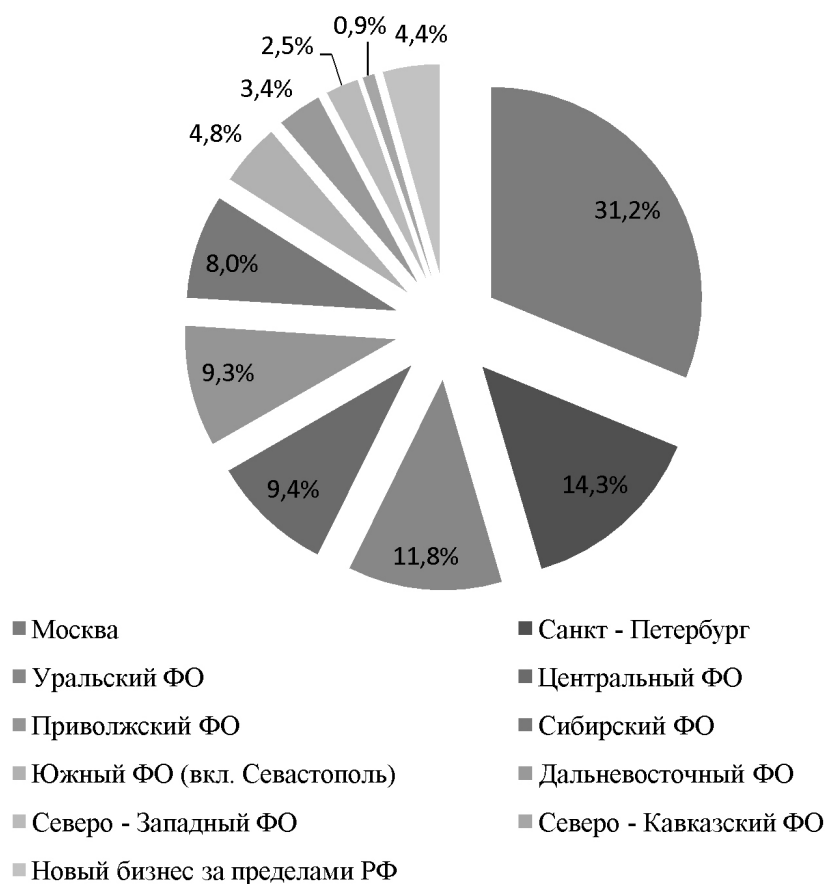


Рисунок 6. Распределение нового бизнеса по федеральным округам за 2016 г., %

Результаты исследования. Учитывая высокую степень износа основных фондов (47,7% на конец 2015 г., согласно Росстату), использование лизинга в качестве одного из самых эффективных инструментов модернизации экономики России необходимо. В этой связи реформирование рынка должно быть продуманным и сбалансированным, чтобы избежать риска его существенного замедления. Удельный вес внедрения лизинга в ВВП страны крайне низок и составляет в 2015 году – 0,35%, например данный показатель в Китае – 1,37%, в Германии – 1,71, США – 2,08.

Выводы. Ключевое влияние на лизинговую отрасль по-прежнему будет оказывать инвестиционная активность в экономике России, которая после двухлетней рецессии только стала показывать признаки стабилизации. Ситуация в экономике в свою очередь повлияет на объемы и направленность госпрограмм по субсидированию лизинга на ближайшие

годы. С одной стороны, регуляторные меры, будут поддерживать рост лизингового бизнеса, в том числе за счет повышения уровня корпоративной культуры и риск-менеджмента, а также усиления прозрачности рынка. С другой стороны, для отрасли по-прежнему будут характерны риски высокой концентрации на клиентах и крупнейших сегментах, которая показывает существенную зависимость лизингодателей от тенденций в отдельных отраслях экономики. Необходимо продолжить курс на внедрение международных стандартов, развитие нормативно-правовой базы и законодательства в сфере инвестиционной политики страны, совершенствование механизма финансовой поддержки малого и среднего бизнеса со стороны государства в виде дотаций и субсидий, что сделает лизинговые продукты более привлекательным по сравнению с другими финансовыми инструментами.

Список литературы:

1. Обзор лизинга в России. Российская ассоциация лизинговых компаний, – 2015. URL: <http://www.assocleasing.ru/>
2. Окорочкова О. А. Инвестирование в основной капитал в РФ / О. А. Окорочкова, С. Э. Трунина // В сборнике статей международной научно-практической конференции: Фундаментальные проблемы науки. – 2016. – С. 203–209.
3. Окорочкова О. А. Инвестиционная деятельность страховых институтов в условиях риска и в неопределенности / О. А. Окорочкова, Л. К. Улыбина // Экономические науки. – 7 (125). – 2015. – С. 75–84.
4. Окорочкова О. А. Инвестиционная политика России в условиях глобализации / О. А. Окорочкова, Я. Л. Буркова // Инновационная наука. – 2016. – № 3–1. – С. 34–37.
5. Окорочкова О. А. Проблемы и перспективы развития лизинга в России / О. А. Окорочкова, Т. Ю. Хохлова // В сборнике статей международной научно-практической конференции: Научно-методологические и социальные аспекты психологии и педагогики. – 2016. – С. 66–70.
6. Официальный сайт компании АО «Росагролизинг»: годовые отчеты URL: <https://www.rosagroleasing.ru/company/reports/stakeholders/>
7. Официальный сайт министерства сельского хозяйства и перерабатывающей промышленности Краснодарского края URL: <http://www.dsh.krasnodar.ru/>
8. РосБизнесКонсалтинг РБК Плюс «Лизинг – опора роста» 12 декабря – 2016 год, – № 230.
9. Рынок лизинга по итогам – 2016 года. Рейтинговое агентство «Эксперт» URL: <https://raexpert.ru/researches/leasing/2016/>
10. Улыбина Л. К. Лизинг как альтернативный инструмент инвестирования в экономику страны / Улыбина Л. К., Лукашов В. С. // Экономика и предпринимательство. – 2015. – № 12–2 (65–2). – С. 117–121.
11. Улыбина Л. К. Мировые тенденции инновационных лизинговых отношений / Улыбина Л. К., Лукашов В. С. // Экономика и предпринимательство. – 2016. – № 11–2 (76–2). – С. 65–68.
12. Федеральный закон № 164-ФЗ «О финансовой аренде (лизинге)» от 29 октября – 1998 с измен. и доп.

Информация об авторах

Лукашов Владимир Сергеевич, аспирант кафедры финансов, Кубанский государственный аграрный университет им. И. Т. Трубилина

Адрес: 350044, г. Краснодар, ул. Калинина, 13, +7 (918) 457-85-95

Email: airvovan17@yandex.ru

Улыбина Любовь Константиновна, доктор экономических наук, профессор кафедры финансов, Кубанский государственный аграрный университет им. И. Т. Трубилина

Адрес: 350044, г. Краснодар, ул. Калинина, 13, +8 (918) 446-16-42

Email: ulibinalk@mail.ru

ORCID: orcid.org/0000-0001-8178-7607

UDC 332.1

DOI: <http://dx.doi.org/10.20534/AJH-17-3.4-124-130>R. K. Mazitova¹

¹ *Kazan National Research Technical University. A. N. Tupolev – KAI, town of Kazan*

COMPETITIVE POTENTIAL OF THE RUSSIAN ECONOMY AS A WTO MEMBER

Abstract

Objective: the analysis of benefits and shortcomings of Russia's accession to the World Trade Organization from line items of the Russian regions.

Methods: in work general scientific methods of knowledge were applied: generalization, logical method, analysis, method of the economic analysis, method of expert evaluations.

Results: long-term effects and failures in connection with change of reservoir of the regional market are determined; need of reforming of public administration is proved.

Scientific novelty: recommendations about a process optimization of providing competitiveness of regional producers are offered.

Practical importance: industries in which it is necessary to carry out large-scale work on upgrade, reconstruction and creation of production capacities for ensuring release of competitive products are provided before Russia becomes a part of the World Trade Organization.

Keywords: the world trade organization (WTO), world markets, foreign investment, investment climate, international trade, international regulatory framework, export, import.

References:

1. Altynbaeva E. R. Implementation of infrastructure projects on the basis of the mechanism of interaction between the state and private business // Scientific review. – 2015. – No. 19. – P. 234–237.
2. Filina O. V. Institutional regulation of competitiveness in the Russian economy // Bulletin of the Kazan State Technical University. A. N. Tupolev. – 2013. – Issue 2. – P. 286–288.
3. Khasanova A. Sh. Assessment of the Efficiency of the Capital Investment Project of the Resource-saving Technology for the Real Sector of the Economy in the Republic of Tatarstan // Mediterranean Journal of Social Sciences MCSER Publishing, – Rome-Italy. – 2015. – Vol. 6. – No 2. – S. 3. – P. 155–161.
4. Shlychkov V. V. Potential Opportunities of the Russian Economy // The Review of Economy, the Law and Sociology. – 2013. – No. 2. – P. 94–98.

5. Gumerov A. V., Babushkin V. M., Moiseev R. E., Nikolaeva A. B., Biktemirova M. K., Nuryyakhmetova S. M., Kharisova R. R., Rukomoinikova V. P. Quality functions modeling of industrial enterprises products // International Review of Management and Marketing. – 2016. – Vol. 6. – No. 1. – P. 165–169.
6. Shlychkov V. V. Theory and methodology of resource potential management: the author's abstract. Dis. ... doc. econom. Sciences. – Yoshkar-Ola, – 2007.
7. Bataykin P. A., Khasanova A. Sh., Shlychkov V. V., Toumashev A. R., Toumasheva M. V. Economic Growth in the Conditions of Resource Constraints: Ordinal Approach to Optimization of Macroeconomic Production Structure. Journal of Applied Economic Sciences – 2016. – Vol. XI. – Iss. 3 (41). – P. 521–531.
8. Bataykin P. A. Development and implementation of the behaviourist paradigm of regulation of the modern Russian economy. – Moscow: Economics, – 2014. – 298 p.
9. Gabbasova L. B., Mirzagalyamov B. B. Development Trends of the World Banking Competition in the Context of Globalization // Bulletin of economics, law and sociology. – 2015. – No. 4. – P. 27–30.
10. Gabbasova L. B., B. B. Mirzagalyamov The banking system of the Republic of Tatarstan: Trends and Development Tools // Bulletin of Economics, Law and Sociology. – 2014. – No. 4. – P. 33–36.
11. Daragan A. V. ETF as a New Investment Tool of the Russian Stock Market // Bulletin of the Kazan State Technical University named after A. N. Tupolev. – 2014. – Issue 1. – P. 154–156.
12. Khasanova A. Sh., Mirzagaljamova Z. N., Fatykhova L. I. Guidelines for the effective development of. // Bulletin of Economics, Law and Sociology. – 2016. – No. 4. – P. 107–112.
13. Shlychkov V. V., Nestulayeva D. R. Modern concepts of assessing the effectiveness of industrial enterprise management // Bulletin of the Kazan State University.

Information about the author

Mazita Rosa Kadyrovna, Doctor of Economics, Professor of the Department of Economic Theory of the Kazan National Research Technical University. A. N. Tupolev

Address: 420111, Kazan, ul. K. Marx, 10

Tel.: +7 (843) 231-01-09

E-mail: khasanovaas@mail.ru

Р. К. Мазитова¹

¹ Казанский национальный исследовательский технический университет им. А. Н. Туполева – КАИ, г. Казань

КОНКУРЕНТНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ КАК ЧЛЕНА ВТО

Аннотация

Цель исследования: анализ преимуществ и недостатков вступления России в ВТО с позиций российских регионов.

Методы исследования: в работе применялись общенаучные методы познания: обобщение, логический метод, анализ, метод экономического анализа, метод экспертных оценок.

Результаты: определены долгосрочные эффекты и провалы в связи с изменением емкости регионального рынка; обосновывается необходимость реформирования государственного управления.

Научная новизна: предложены рекомендации по оптимизации процессов обеспечения конкурентоспособности региональных товаропроизводителей.

Практическая значимость: представлены отрасли в которых необходимо провести широкомасштабную работу по модернизации, реконструкции и созданию производственных мощностей для обеспечения выпуска конкурентоспособной продукции прежде чем Россия станет частью всемирной торговой организации.

Ключевые слова: Всемирная торговая организация (ВТО), мировые рынки, иностранные инвестиции, инвестиционный климат, международная торговля, международная нормативная база, экспорт, импорт.

ВВЕДЕНИЕ

Вступление в ВТО дает стране множество экономических преимуществ: возможность получения лучших в сравнении с существующими недискриминационных условий для доступа российских товаров на мировые рынки; доступ к международному механизму разрешения торговых споров; возможность создания более благоприятного климата для иностранных инвестиций, так и активизации российских инвесторов за рубежом; возможность создания условий для повышения качества и конкурентоспособности продукции в результате конкуренции с возросшим потоком иностранных товаров, услуг и инвестиций на отечественном рынке; возможность участия в выработке правил международной торговли с учетом своих национальных интересов и улучшения имиджа в качестве полноправного участника международной торговли. Речь идет о реализации серьезных инфраструктурных проектов реализации участия России в ВТО [1] При этом данные преимущества не содержат какой-либо информации для количественной оценки ожидаемых выгод.

Бесспорно, преимущества, связанные с возможностью юридического разрешения торговых конфликтов, следует считать важными, но для возможностей их использования и вхождения в ВТО равноправным участником нужно провести соответствующую подготовку и войти в ВТО с нормативной базой, соответствующей международной. Тогда Россия получит возможность участия в выработке правил международной торговли с учетом российских интересов, так как вступление новых членов в ВТО улучшает позицию всех стран-участников только в том случае, если новые участники не ослабляют существующую систему правил. В то же время есть опасение выполнения (или невыполнения) этих правил и то, что такие крупные игроки, как США и ЕС, с помощью мер «нового протекционизма» могут проводить агрессивную торговую политику «вскрытия рынков», не нарушая правил ВТО. Таким образом можно смело утверждать, что нет ни одного конкретного производства, на хозяйственной деятельности которого в то или иной степени не скажется членство в ВТО. Последствия либерализации международной торговли в первую очередь ощутят предприятия как экспортоориенти-

рованные, так и импортоконкурирующие. Во вторую очередь — предприятия, не вошедшие в эти две группы, потому что цены внутреннего рынка, тарифы естественных монополий, технические нормы и стандарты, правила использования интеллектуальной собственности, государственные субсидии, условия спроса в секторах экономики, потребляющих продукцию этих предприятий, условия государственных закупок продукции предприятий — все эти параметры не могут остаться неизменными после вхождения в ВТО. Принципиально новая институциональная среда призвана обеспечить решение всех перечисленных проблем [2].

С учетом отраслевой структуры производства, потребления и государственного субсидирования реакции региональных субъектов хозяйствования на воздействие регуляторов ВТО в краткосрочном периоде будут выглядеть следующим образом. Производители ожидают выигрыш или ущерб в зависимости от того:

1) какую продукцию они производят — экспортируемую, конкурирующую или не конкурирующую с импортом;

2) пользуются или нет мерами государственной поддержки, не допускаемыми в рамках ВТО (экспортные субсидии, субсидии для стимулирования импортозамещения, налоговые льготы, схемы валютного удержания, включающие дополнительное вознаграждение за экспорт);

3) существуют ли проблемы со сбытом продукции на внешний рынок, и если да, то связаны ли эти проблемы с условиями спроса на данный товар или с действием протекционистских мер против этого товара. Если производитель импортоконкурирующей продукции ранее получал государственную поддержку, а в новых условиях ее лишается, то его проигрыш усугубляется. Если проблемы экспортера на внешнем рынке не связаны с ограничительными мерами, то ослабление этих мер будет для него безразлично. Если, например, предприятие производит товары исключительно для внутреннего рынка, но получает государственные субсидии, то оно может пострадать от снижения уровня этой поддержки в результате сокращения доходов государственного бюджета. Как потребители промежуточных продуктов, предпри-

ятия оценивают будущий баланс плюсов и минусов с учетом того:

- 1) зависят ли они от импорта сырья и полуфабрикатов или ориентируются на внутренний рынок;
- 2) считают ли существующие импортные пошлины чрезмерно высокими или нет;
- 3) могут ли они поддерживать конкурентный уровень издержек;
- 4) с кем они конкурируют в своей отрасли — с импортерами или отечественными производителями.

Последствия для потребителей конечного продукта определяются структурой расходов индивидуума с учетом уровня его доходов и предпочтений, то есть соотношением экспортируемых, импортируемых и импортоконкурирующих товаров в потреблении, следует ли тогда ему ожидать снижения расходов на потребление при прежнем качестве или росте качества при прежней цене. При высокой доле экспортируемых товаров цена потребления вырастет. С точки зрения источников доходов, реакция потребителя будет зависеть от того, является ли существенной в его доходах доля социальных трансфертов, возможность получения которых может уменьшиться в случае сокращения доходов бюджета от налогообложения внешней торговли.

Долгосрочные эффекты от участия в ВТО связываются с увеличением емкости рынка в результате снижения торговых ограничений. Другое важное следствие роста рынка — возможность одновременного присутствия на нем большего числа фирм более крупных размеров, чем в рамках защищаемого рынка, что позволяет сохранять уровень конкуренции, необходимый для эффективного производства. Поскольку крупные транснациональные корпорации уже пришли на российский рынок, дальнейший рост конкуренции возможен только за счет прихода средних фирм. Статистический анализ благосостояния позволяет оценить воздействие снятия торговых барьеров для государства, бюджет которого формируется за счет налогов. Снижая ставки таможенных тарифов, государство теряет часть доходов от налогообложения внешнеэкономической деятельности. Однако в долгосрочном плане, как показали результаты исследования, произойдет экономический рост, который будет компенсировать сокращение налогооблагаемой базы.

Для различных отраслей: черной металлургии, алюминиевой, авиа- и автомобильной промышленно-

сти, химической промышленности, сельского хозяйства, банковского дела и услуг страхования в условиях ВТО в целом, можно отметить, что членство России в ВТО должно содействовать изменению характера конкурентоспособности товаров отечественного производства и вести к увеличению их производства. Это предполагает усиления инвестиционной деятельности в реальный сектор экономики [3]. В отечественной экономике возникают проблемы, ввиду недостаточной конкурентоспособности продукции ключевых отраслей экономики [4]. В этой связи актуализируется функция моделирования качества продукции на промышленных предприятиях [5; 6]. Сохранится или даже усилится дифференциация социально-экономического положения регионов. Например, в социально-экономической жизни экспортоориентированных сырьевых регионов, таких как Тюменская область, Ямало-Ненецкий округ от вступления во Всемирную торговую организацию практически ничего не изменится. В отношении Москвы, Санкт-Петербурга, Пермской, Свердловской областей, республик Татарстан и Башкортостан от вступления в ВТО будут позитивные сдвиги. С учетом того, что было сказано выше, вступление России в ВТО закрепит результаты, которые достигнуты в ходе предшествующей либерализации внешнеэкономической деятельности. Для Чувашии эффект от вступления в ВТО можно определить как положительный. Начиная 1999 г. по настоящее время отмечена положительная динамика роста валового регионального продукта (ВРП) и состояние экономики республики оценивается как стабильное, с положительной динамикой роста основных макроэкономических показателей. Для полноправного вхождения в мировой рынок необходимо реализовать целевую программу управления качеством, которая позволила бы значительно повысить качество и конкурентоспособность выпускаемой продукции.

В отношении России в целом также отмечается макроэкономическая стабилизация, о чем свидетельствуют положительные результаты проведения социально-экономической политики и изменения в отношении иностранных инвестиций [7; 8].

Подключение России к глобальным организационным, экономическим и технологическим изменениям в финансовых системах стран мира требует укрепления конкурентоспособности национальной банковской системы [9].

Основными странами-инвесторами в российскую экономику остаются Кипр, Нидерланды, Люксембург,

Германия, Великобритания, Соединенные Штаты Америки и Франция. На долю этих государств приходится порядка 80% от общего объема накопленных иностранных инвестиций, в том числе на долю прямых инвестиций — порядка 78%. Иностранный капитал преимущественно направляется в отрасли промышленности. Следующими по инвестиционной привлекательности объектами остаются торговля и общественное питание, общая коммерческая деятельность по обеспечению функционирования рынка.

В одном из ключевых направлений структурных реформ важное место должна занять проводимая в настоящее время реформа системы государственного управления, направленная на сокращение избыточного вмешательства государства в экономику. Ощутимые результаты уже достигнуты в реализации административной реформы в части оптимизации структуры федеральных органов исполнительной власти и устранении дублирующих и избыточных функций. В самые короткие сроки в рамках административной реформы должны быть приняты меры по деbüroкратизации экономики и устранению административных барьеров для ведения предпринимательской деятельности. В частности, в целях повышения эффективности лицензирования необходимы сокращение количества лицензируемых видов деятельности, уточнение полномочий лицензирующих органов и защита прав предпринимателей. Законопроект, принятый Государственной Думой Российской Федерации в первом чтении 2004 г. предусматривает решение перечисленных проблем.

Пристального внимания требует реформа технического регулирования, которая должна быть направлена на создание условий для успешного развития бизнеса, гармонизацию существующих внутри страны стандартов с международными. Первый шаг сделан — принят базовый закон, сейчас готовятся соответствующие подзаконные акты.

В рамках реформы правоприменения должна быть проведена работа по разработке механизмов обеспечения защиты прав собственности, в том числе защиты прав инвесторов и акционеров, разрешения корпоративных конфликтов, арбитражного и третейского судопроизводства. Следует продолжать судебную реформу, направленную на повышение эффективности судебного разбирательства и обеспечение независимости судебных органов.

Особое внимание должно уделяться защите ин-

теллектуальной собственности. В июле 2004 г. вступил в силу федеральный закон о внесении изменений в Федеральный закон «Об авторских и смежных правах», направленный на обеспечение соответствия Конституции Российской Федерации международным договорам, защиту авторских и смежных прав, что обеспечит расширение возможностей противодействия незаконному использованию прав, защиту прав потребителя, а также увеличение объемов легального оборота. Одним из условий защиты прав субъекта экономической деятельности должно быть эффективное антимонопольное законодательство, направленное на поддержание конкуренции. В этих целях следует продолжать работу над совершенствованием превентивного контроля за злоупотреблением доминирующим положением на рынке. При этом первостепенное внимание должно уделяться контролю за экономической концентрацией, что должно повысить активность на финансовом рынке и способствовать совершенствованию механизмов движения финансовых ресурсов.

В целях инвестиционного обеспечения экономики необходимо продолжать реформирование финансовой инфраструктуры и системы финансового посредничества [10].

В сентябре 2011 г. Правительством Российской Федерации утвержден план мероприятий по развитию финансовых рынков. Серьезное место в этом плане развитию новых инвестиционных инструментов Российского фондового рынка [11]. План предусматривает внесение соответствующих изменений в законодательство о финансовых рынках и направлен на расширение использования производных финансовых инструментов, развитие принципов саморегулирования, унификацию требований по формированию собственного капитала, размещению средств, составу и структуре активов финансовых институтов.

Необходимо проделать большую работу в области регламентации деятельности профессиональных участников рынка ценных бумаг с точки зрения снижения рисков, развития новых финансовых инструментов для привлечения внешних и внутренних инвесторов, упрощения системы регистрации ценных бумаг, развития системы раскрытия информации эмитентами для инвесторов.

Следует продолжить работу над совершенствованием акционерного законодательства в части защиты прав акционеров: приняты законопроекты, предусма-

тривающие внесение поправок в Федеральный закон «Об акционерных обществах», устанавливающие право обжалования в суде принятого советом директоров общества решения, а также механизм защиты прав миноритарных акционеров.

Все перечисленные мероприятия и положительные сдвиги социально-экономического положения страны свидетельствуют о перспективах вступления России в ВТО полноправным членом.

Однако существуют опасения, связанные с глобализацией рынка и подвластности его американской модели глобального устройства мира. Для вступления России в ВТО необходимо иметь глобальную модель будущего страны, которая и определит подходы всех стран для вступления в ВТО. Это значит по частям, автономно, невязанно, т. е. без единого плана видения решать проблемы неэффективно и опасно. Для того чтобы избежать негативных последствий, Россия должна иметь перспективный десятилетний план, являющийся частью глобального плана. Глобальный план предполагает то, что Россия должна быть великой постиндустриальной державой, то есть иметь группу отраслей научно-технического прорыва [12; 13]. Они должны быть в состоянии выдавать

современные научно-технические изделия на мировом уровне и диктовать цены на мировых рынках, что предполагает великую державу. В то же время в России есть отрасли, которые в ходе дальнейшего развития должны интегрироваться с западными отраслями, так как в своем развитии они сильно отстали, в частности автомобилестроение.

Проблема возникает и в том плане, что в России есть отрасли, которые необходимо поддержать любой ценой для сохранения самостоятельности страны. Например, сельское хозяйство и продовольственный комплекс.

Существует группа отраслей, обреченных на гибель, и здесь главная задача — смягчить социальные последствия разрушения этих отраслей на основе изучения схемы их развития.

При этом Россия вступает в ВТО не на любых условиях, а она должна получить наиболее выгодные условия членства в этой организации. Возвращаясь к вышесказанному, необходимо отметить, что прежде чем вступать в ВТО, необходимо провести широкомасштабную работу по модернизации, реконструкции и созданию производственных мощностей, чтобы обеспечить выпуск конкурентоспособной продукции.

Список литературы:

1. Алтынбаева Э. Р. Реализация инфраструктурных проектов на основе механизма взаимодействия государства и частного бизнеса // Научное обозрение. – 2015. – № 19. – С. 234–237.
2. Филина О. В. Институциональное регулирование конкурентоспособности в российской экономике // Вестник Казанского Государственного Технического Университета им. А. Н. Туполева. – 2013. – выпуск 2. – С. 286–288.
3. Khasanova A. Sh. Оценка эффективности проекта капитальных инвестиций Реализация ресурсосберегающей технологии для реального сектора экономики в Республике Татарстан // Средиземноморский журнал социальных наук Издательство MCSER, – Рим-Италия. – 2015. – Vol. 6. – Нет 2. – С. 3. – Р. 155–161.
4. Шлычков В. В. Потенциальные возможности российской экономики // Обзор экономики, права и социологии. – 2013. – № 2. – Р. 94–98.
5. Гумеров А. В., Бабушкин В. М., Моисеев Р. Е., Николаева А. Б., Биктемирова М. К., Нурияхметова С. М., Харисова Р. Р., Рукомойникова В. П. Качественное моделирование функций промышленных предприятий // Международный обзор управления и маркетинга. – 2016. – Т. 6. – № 1. – С. 165–169.
6. Шлычков В. В. Теория и методология управления ресурсным потенциалом: автореф. дис. ... док.эконом. наук. – Йошкар-Ола, – 2007.
7. Батайкин П. А., Хасанова А. Ш., Шлычков В. В., Тумашев А. Р., Тумашева М. В. Экономический рост в условиях ресурсных ограничений: ординарный подход к оптимизации макроэкономической структуры производства // Прикладные экономические науки – 2016. – Vol. XI. – Изд. 3 (41). – С. 521–531.
8. Батайкин П. А. Разработка и реализация бихевиористской парадигмы регулирования современной российской экономики. – М.: Экономика, – 2014. – 298 с.
9. Габбасова Л. Б., Мирзагалямов Б. Б. Тенденции развития Всемирного банковского конкурса в контексте глобализации // Вестник экономики, права и социологии. – 2015. – № 4. – Р. 27–30.

10. Габбасова Л. Б., Б. Мирзагалямов Банковская система Республики Татарстан: тенденции и инструменты развития // Вестник экономики, права и социологии. – 2014. – № 4. – Р. 33–36.
11. Дараган А. В. ЕТФ как новый инвестиционный инструмент Российского фондового рынка // Вестник Казанского Государственного Технического Университета им А. Н. Туполева. – 2014. – Выпуск 1. – С. 154–156.
12. Хасанова А. Ш., Мирзагалямова З. Н., Фатыхова Л. И. Ориентиры эффективного развития России // Вестник экономики, права и социологии. – 2016. – № 4. – С. 107–112.
13. Шлычков В. В., Нестулаева Д. Р. Современные методы оценки эффективности управления промышленным предприятием // Вестник Казанского государственного.

Информация об авторе

Мазитова Роза Кадыровна, доктор экономических наук, профессор кафедры «Экономическая теория» Казанского национального исследовательского технического университета им. А. Н. Туполева

Адрес: 420111 г. Казань, ул. К. Маркса, 10

Тел.: +7 (843) 231-01-09

E-mail: khasanovaas@mail.ru

UDC 339.138 (07)

DOI: <http://dx.doi.org/10.20534/AJH-17-3.4-130-136>

O. Yu. Mohylevskaya¹

¹ *Kiev International University, Kiev, Ukraine*

THE COMPETITIVENESS OF INDUSTRIAL ENTERPRISES IN THE SYSTEM OF PARTNER RELATIONS LOYALTY

Abstract

Objective: to consider the features of the industrial market, to conduct the analysis of theoretical positions on formation of the relationship between industrial consumers and enterprise.

Methods: systematization, analysis, deduction, dialectical and logical methods.

Results: presented in the article, theoretical, methodological provisions form a single set of scientific and practical software which has some theoretical and practical significance, which is a real opportunity to use it in practice by business entities in the process of evaluation of enterprise competitiveness, the business attractiveness of the partners, the willingness of consumers to use products for industrial purposes and the formation of an effective system of enterprise relationships with partners in the transformation today's socio-economic environment of Ukraine.

Scientific novelty: has a theoretical value — highlighted the concept of the consumer availability as perceived need in the consumption and use of certain products of the enterprise, which has a customer value to enhance the business efficiency of the enterprises-consumers.

Practical significance: this methodical approach has a practical value, because it can be inculcated in practical activity of industrial enterprises, that will allow considerably to improve the business approach to the choice of future consumer or partner.

The article is devoted to the strategic aspects of marketing management by an industrial enterprise in conditions of acute competition of the modern market. The article examines the main aspects of loyalty in business; theoretically substantiated methodological guidelines on the assessment of the readiness of consumers-enterprises to use high-tech products for industrial purposes. It is revealed that one of the problems of innovative development of enterprise in

the industrial market is the formation of an effective system of partnership relations, which in turn depends on the level of attraction of business partners.

Keywords: competitiveness of industrial enterprises, loyalty of partner relations, satisfaction of customer, marketing strategy, innovative activity.

INTRODUCTION

In the conditions of economy in transition, the complexity and peculiarity of management by an enterprise are due to a sharp aggravation of competition and conflict caused by the high degree of integration and globalization of the world economy. Enterprise competitiveness is becoming an important part of success in today's market environment. Along with it, the analysis of scientific literature showed that there is still a divergence of views of scientists and the results of their theoretical and practical developments in competitiveness, there is a non-system approach to identify the factors that are influencing competitiveness, and establishing the level of competitiveness. All this predetermines the necessity of improving the conceptual device of the category "competitiveness" and development of appropriate models and methods of estimation of level of competitiveness of the enterprise.

RESEARCH RESULTS

A loyalty program is a marketing tool, characterized by a system approach and is aimed at creating loyalty to the chosen target consumer groups to create and maintain with them long-term relationships [4]. For F. Reicheld customer loyalty — is a property that simply has no clear boundaries. He identifies three main aspects of loyalty in business: customer loyalty, employee loyalty and the loyalty of investors. The loyalty of counterparties is not just another controlled figure, and a key factor in the creation of values for consumers. Each of the consumers can be on one of the stages of readiness to make a purchase: some are still not aware of the product, others aware of its existence, and others informed of its consumer properties, the fourth showed interest in him, the fifth want to buy it, the sixers intend to make a purchase [12]. For enterprises, this willingness depends on many factors and a decision about the readiness to purchase is quite lengthy and very complex process. However, the stage are referred of F. Kotler [7], it is possible to apply, in our opinion, and to enterprises-consumers. After all, there are the enterprises which: 1) do not know about the existence of a certain company; 2) know about the existence of, but not worked even once; 3) have information about the company, but they can't go to the business relationship; 4) once had

contact with the company; 5) they want to switch to cooperation; 6) willing to cooperate.

It should be noted that the concept of "loyalty" can be applied to both enterprise and to the product. This thesis, in particular, confirms I. A. Akulova [1]. However, as the analysis of a large number of different sources of information more and more we convinced that the term "loyalty" not suitable for consumption relative to the industrial market. This unsuitability is determined by the nature and essence of the concepts "customer loyalty" and "consumers". Relative to are additional factors that should be taken into account in the definition of "readiness", it was revealed that they (these factors) are of great importance for industrial consumers. Briefly describe these factors in mind. Renewal of fixed assets indicates the intensity of the replacement of old equipment with new, expansion, commissioning of new objects, etc. Therefore, how the enterprise is supplied with the necessary equipment and structures and how this equipment is new, depends on whether the company and use the products of another company in its own business process. Thus, the given factor directly affects the willingness of industrial consumers. Under the availability of resources we should understand as the availability of financial and labour resources.

We present the characteristics of each of these resources. Here are the characteristics of each of these resources. The structure of the financial relationships of the economy finance companies (organizations) occupy an important, decisive position because they serve the basic link of social production, which created tangible and intangible assets and formed the overwhelming majority of financial resources. In the fields of material production varied in nature there are financial relationships. Given the nature formed on the basis of funds purpose of financial relations are the following groups: related to the formation of primary incomes, formation and use in economic units of production of goods targeted funds farm purpose — the statutory fund, production development, incentive funds etc. Some of them are used to satisfy the production needs, other — consumer. Thus, companies that are the basic unit of management, there are major economic processes that formed the foundation of the economic structure of society.

Financial relationships that develop in the material production, have a major impact on the entire system of financial relationships in the economy. The financial resources of the company — is income and revenues that are available to the entity designed to meet financial commitments, costs and expanded reproduction of economic incentives for employees. Formation of financial resources is at the expense of their own and similar funds, resource mobilization and financial market revenues from the financial and banking system in order redistribution. Availability of financial resources is a matter of providing the necessary financial assistance to the enterprise. Availability of labor resources in determining the readiness of enterprise to the use of another product of enterprise in their own business process assumes the availability of workers that meet the requirements for qualification total experience in this industry and in this direction, the age criterion, the degree of congestion. Availability of labor resources is determined by all structural divisions of the enterprise and posts. Productive resources include fixed assets and working capital. Working capital, together with the fixed and labor are the most important element (factor) production.

Insufficient security of enterprise working capital is paralyzing its activity and leads to deterioration of the financial situation. Revolving funds include: raw materials, basic and auxiliary materials, components, unfinished products, fuel, container and other items of work. At the same time, the presence of unused, available supplies of slows down the turnover of working capital, shall result in removal from circulation of material resources and reduces the rate of reproduction, which in the end leads to great costs to themselves of inventory. The functioning of industrial enterprises with relatively high inventory level is not effective. In this case, the company has on certain groups of inventory stocks more do you need — excess reserves. But in our case, the presence of free working capital we mean the availability of free resources in terms of readiness to use the products of other companies that requires the use of raw materials and others.

Innovative activity includes not only innovative process of evolutionary transformation of scientific knowledge into new types of products, technologies and services, but marketing research market goods, their consumer properties, the competitive environment and a set of technological, managerial and organizational and economic measures in their collectively lead to innovation, a new approach to information, consulting, social and

other services. Innovative activity is alternative in nature. It can be done not only at each stage of the innovation process, but also outside it — in the implementation of acquired patents, licenses, disclosure of know-how, useful ideas. Innovative activities in the field of technological preparation of production aimed at restoring the equipment, devices and equipment, development of new ways to improve product quality, improve the organization and planning of production processes. Innovation strategy is a means of achieving the objectives of organizations (corporations, companies) that differ from other tools by its novelty, especially for this organization and perhaps for the industry, market, consumers.

Strategies generally and particularly focused on innovative development and use of capacity and are seen as a reaction to external changes. Therefore diversity of innovative strategies predetermined components composition of internal environment. Innovative strategies are: innovation organizations in pursuit of new products, technologies and services; application of new methods in research and development, production, marketing and management; transition to the new organizational structure; the use of new types of resources and new approaches to the use of traditional resources. Thus, on the internal environment of innovation strategies are divided into several major groups: food (portfolio, enterprise or business strategy aimed at the creation and implementation of new products, technologies and services); functional (R&D, production, marketing, service); resources (financial, human, information and logistical); organizational management (technology, structure, methods, systems management). This is a special innovation strategy. It is necessary to determine the place of innovation in strategy and structure appropriate technology, skills, resources and organizational policies.

Strategic management is the foundation of innovation organization, and it is designed to answer these important questions: at what position the company is now; position in which it would like to be in three, five, ten years; what is way you can achieve the desired position; what should we do for start? Strategic management decisions related to the involvement of large resources and can have serious and long-term consequences for the organization. The last of the factors influencing the willingness is the need to purchase component parts, buildings, units and models. Almost every company can improve the structure of fixed assets due to increased production equipment. This can be done through a more rational

allocation of equipment inside the shop, its location in open areas, where possible, and the removal of non-production services production facilities (warehouses, offices and so on) and placing them additional quantities of equipment.

The structure of industrial production of fixed assets should also be viewed in terms of sectoral distribution. It reflects the level of material-technical base of industrial production, as well as the degree of industrial development of the country. The bulk of the production fixed assets of the industry is heavy industry, including a significant proportion concentrated in the sectors providing technological progress in the economy. It should be noted that the analysis of operating efficiency of fixed assets in enterprises is limited by low level of organization of accounting the uptime and downtime of equipment, its performance and the degree of loading. A detailed review of each of the identified factors of influence on the category «willingness of enterprises to use products in its own business process» has shown that they are of great importance for industrial consumers and play an important role in the interaction between «business-consumer-partner». So, given all the comments made on the concepts of «customer loyalty» and «consumers», we can conclude that when considering relationships in the industrial market, when both parties share provided by the organizations, it is appropriate to use the term «consumers» and not «loyalty.» Industrial economy is based on consumer satisfaction, and for industrial mutual loyalty is their marketing strategy [1]. We can agree that for both partners and for companies-manufacturers of this relationship and constant cooperation is a condition which is more important, more stable and less risky. It turns out that the willingness of the consumer to the consumption of products (developed destination) is his ability and willingness to use the company's products in its own business process. Therefore, it is important to clearly understand what these concepts are similar, and where they have disagreements. By studying the category of «loyalty» and «willingness», it must be more analysis and such concepts as «satisfaction», as the study showed that some authors [10; 14] in determining the loyalty account for a component of this concept is satisfaction. Therefore, it is necessary to identify the relationship between the concepts of «loyalty», «ready» and «satisfaction».

According to John Hitomer [3], «satisfied customer» has the following properties: the following needs

will go where he would attempt to; ready to make the following purchases anywhere for fun does not mean that the customer will return it to you; satisfied customer will come in the least; satisfied customers just those for whom you have completed the required minimum «their duties», they received only something that is expected. Consumer satisfaction can be incredibly, incredibly big — and with it customer loyalty is incredibly low. We can conclude that in most cases the consumer is happy — not so loyal, loyal and means that the consumer happy, but can be hidden pleasure. This difference confirm other authors of «loyal buyer — it's always a happy buyer, but the buyer is not always satisfied loyal. While customer satisfaction — the first step towards winning his loyalty» [15]. It should be noted that different levels of satisfaction with different effects on customer loyalty. However, it is believed that between satisfaction and loyalty there is a simple linear relationship: the higher the satisfaction, the higher loyalty [18].

We can agree that in terms of freedom of choice for loyalty is not enough simply to satisfy the consumer. Truly loyal will be completely satisfied consumers [10]. A. Aaker examines the concept of «satisfaction» (commitment to the brand) as a direct indicator that reflects the degree of willingness of the consumer to stay with the brand. Satisfaction is a particularly important indicator in the service industry [21].

User satisfaction – the average assessment of the quality of the product brand among the consumers who use it often. F. Kotler gives the following definition: «Customer satisfaction is a necessary but not sufficient goal». According to F. Kotler, the company can regularly lose their percentage of satisfied customers; companies need to achieve a high level of consumer loyalty. We know that loyal customers are willing to buy the company's products at prices that 7–10% higher than those prices are seen by those eligible customers who are not peculiar to such loyalty [8]. John M. Coe in his book «The Fundamentals of Business-to-Business Sales & Marketing» writes that achieve customer loyalty in B2B – is the ultimate goal and employees of sales and marketing employees. In the literature [2; 9; 12] the authors of the concept of «loyalty» is also used as a market for consumer and industrial on. But S. Sysoieva and A. Neumann [15] analyzing purchasing loyalty clarify that this category applies only to retailers, meaning that they considered only consumer market. Almost all the authors of [1; 7] noted differences in the nature of the emergence of the

concepts of “loyalty” and “customer satisfaction”. Each of these two categories is a factor that significantly affects the formation of long-term relationship between the consumer and the manufacturer. And the higher the value of these indicators for evaluating certain scale, the stronger can be confident that the company maintains its competitiveness on the mark. Returning to the category of “satisfaction”, it should be emphasized that we can not say for sure about the need to consider this concept apart from the concept of “loyalty.”

If you make the assumption of independence of the importance of loyalty and satisfaction in the space of the above factors and use them as a two-dimensional coordinate system space, the willingness of the buyer can be put in line with the vector coordinates “loyalty”, “satisfaction”. State of market relations prevailing at the current time, it is possible to consider constructing a relationship that reflects the position of the top of the vector.

According to [10] identify six types of loyal behavior: 1) “Fan” – a very satisfied consumer who reported about their experiences to other potential buyers; 2) “Loyal” — happy consumer who does not communicate his experience to others; 3) “the Defector” — unhappy buyer who tells nothing to anyone; 4) “Terrorist” is absolutely not satisfied, and the consumer talkative; 5) “Mercenary” – a consumer who is mostly happy, but willing to do anything just to find more favorable terms; 6) “Hostage” – a satisfied or dissatisfied consumer, who has no other choice. D. Maslov E. Byelokrovin propose four types of consumers: customers who do not have choices; dissatisfied customers (terrorists); loyal customers; mobile group (preachers) [20].

Comparing the category “customer loyalty” and “consumers”, it is possible to notice that methods of calculation and the contents of these two indicators to some extent different. However, we can assume that to determine one category, it will be necessary to calculate the indicators on the other. F. Webster in his work [16] notes that a distinctive feature of industrial and institutional customers is that they use purchased goods and services to produce their own goods and services. It turns out that the end user in the industrial market may not be. And how, without links to the market to understand what kind of consumer is it? And how to determine the market if the term “customer loyalty” can be used for both types of markets? Who is the subject of certain interactions/relations? So, in order to understand the customers and what kind of market is referred to in economic literature, to resolve the termino-

logical confusion, we need to introduce new and different from the concept of “customer loyalty” category “consumers”. Thus, considering the relationship in the industrial market, when both parties share provided by the organizations, should take the measure of the “willingness of the consumer”, which will have its own evaluation system on the basis of those characteristics that largely define these relationships. “Consumers” is an indicator of loyalty industrial consumers in partnerships. We give own definition of readiness of the consumers, namely the willingness of consumers — is the realization of the need in the consumption and use of certain products of an enterprise that has a consumer utility to increase the efficiency of business consumers, businesses and consumer value for physical persons — consumers of scientific-technical products of the enterprise.

Each industrial enterprise in the normal course of business has to solve two crucial tasks: first, a search among a limited number of beneficial companies, prospective partners, forming long-term relationships which will provide an opportunity not only to realize their internal benefits more efficient, but also create new; secondly, strengthening and developing already existing relationships between enterprise and consumer as part of a system for sustainable, progressive development of the enterprise multiplication of production capacity, the advantages of obtaining synergy effects through communication in relationships (marketing strategy development). The enterprise readiness for consumption production and technical production becomes a kind of connecting link between available resources of the enterprise and the desire to achieve corporate objectives by building partnerships. In this way the financial resources of industrial enterprise provide the opportunity to update the fixed assets, to develop and implement innovative solutions that apply the latest technology to produce competitive products and generate desire to buy products in connection with the growing pace of production, increase loyalty and innovation activity, due to which the company increases its level of market activity — looking for new partners, increases the demand for products for industrial purposes.

Sufficient and free enterprise resource cause the appearance to effectively use the products in their own business process, because then bought products can be processed further to create new products with modern equipment, the company sufficiently highly qualified professionals, and even a presence of its own design of-

fice, administrative work is on high, made timely strategic organizational transformation and so on. Efficient organizational structure of the enterprise and successful marketing activities create new opportunities of sales of goods manufactured, and, again, generate desire to buy products and stimulate the enterprise in terms of consumption of industrial products. Therefore, the indicator “willingness of the consumer to the consumption of products of the enterprise” should be considered as the ability of an enterprise to consume the products of production and technical destination, that is, to have the sufficiency of resources available for purchase, for further use in production process and marketing of new products, and the desire to use the company’s products in their own business processes (loyalty). In addition, it should be remembered that the readiness is organizational and economic foundation, relationship management, social relationship. Readiness reflects two main components of activity of the enterprise: the organization for its functioning as a whole or individual units and economic results of management [19]. The complexity of the decision-making process about the purchase is the result of the influence of the formal organization, a large number of participants, technical and economic factors, conditions in the external environment in which the company operates, and the significance of the sums of money involved in the transaction [16].

CONCLUSIONS

A new market economy model, focused on the consumer, has put new demands on one of the main par-

ticipants in the market industry. The manufacturer no longer dictates the “rules of the game”: he is forced to focus on the needs of consumers by developing partnerships not only with buyers of their products, but also with partners that directly affect the process of satisfaction of the consumer and competitiveness of the enterprise as a whole. However, the modern period of development of the economy of Ukraine is characterized by instability and constant transformation, therefore, industrial enterprises face problems of survival and the choice of directions of development. In such conditions, the development enterprise can be secured through the establishment of additional competitive advantages by matching their interests with opportunities in the enterprise partner. Therefore, one of the problems is the formation of an effective system of relationship of the enterprise with partners, which in turn depends on the level of business partners attraction. The existence of these problems are caused by the imperfection of theoretical, methodical and methodological basis for the formation of effective interrelations of the enterprise with partners and identify business attraction partners.

In our opinion industrial enterprise should be considered as part of the system “consumer-enterprise-partner”. Based on the literature analysis we revealed that the concept of affiliate marketing, change the traditional marketing goals — profit maximization — in favor of building effective, mutually beneficial relations with all participants of the market environment.

References:

1. Akulova I. A. Otsenka loylnosti potrebiteley v sisteme marketinga partnerskih otnosheniy (Estimation of loyalty of consumers in the system of marketing of partner relations), *Biznes-inform*, – 2006, – No. 6, – P. 134–138 (in Russ.).
2. Boyarshinov A. A. Potrebnost biznesa v povyshenii loylnosti klientov (Business requirement in the increase of clients loyalty), Available at: URL: <http://marketing.spb.ru> (in Russ.).
3. Gitomer Dzh. Udovletvorenie pokupatelya – nichego, pokupatelskaya loylnost – vse (Satisfaction of customer is nothing, purchaser loyalty – all), SPb.: Piter, – 2004, – 256 p. (in Russ.).
4. Zulkarnaev I. U., Ilyasova L. R. Metod rascheta integralnoy konkurentosposobnosti promyshlennyyih, trgovyyih i finansovyih predpriyatiy (Method of calculation of integral competitiveness of industrial, trade and financial enterprises), *Marketing v Rossii i za rubezhom*, – 2004, – No. 4 (24), – P. 17–27 (in Russ.).
5. Druker P. Effektivnoe upravlenie (The effective management), – M.: Izd-vo TD «Grand», – 1998, – 288 p. (in Russ.).
6. Innovatsionnaya ekonomika (Innovative economy) Available at: URL: <http://ru.wikipedia.org/wiki/>. (in Russ.).
7. Kotler F. Marketing menedzhment (Marketing management), SPb.: PiterKom, – 1999, – 896 p. (in Russ.).
8. Kotler F. Marketing ot A do Ya (Marketing from A to Z) / per. s angl. pod red. T. R. Teor, SPb.: Neva, – 2003, – 224 p. (in Russ.).

9. Kou Dzh. Marketing i prodazhi B2 B (Marketing and sales B2 B) / per. s angl. M. Z. Shterngartsa, – M.: ROSMEN-PRESS, – 2004, – 239 p. (in Russ.).
10. Lamben Zh. Zh. Menedzhment, orientirovannyiy na ryinok (Management oriented to the market) / per. s angl. pod red. V. B. Kolchanova, SPb.: – Piter, – 2004, – 800 p. (in Russ.).
11. Porter M. E. Konkurentnaya strategiya. Metodika analiza otrasley i konkurentov (Competition strategy. Methodology of analysis of industries and competitors) / per. s angl., 2-e izd., M.: Alpina Biznes Buks, – 2006, – 452 p. (in Russ.).
12. Rayheld F., Til T. Effekt loylnosti: dvizhuschie silyi ekonomicheskogo rosta, pribyli i neprehodyaschey tsennosti (Effect of loyalty: motive forces of the economy growing, income and untransient value), – M.: Vilyams, – 2005, – 384 p. (in Russ.).
13. Satton D., Klyayn T. Novaya nauka marketinga. Marketingovoe upravlenie predpriyatiem (New science of marketing. Marketing management by an enterprise), SPb.: – Piter, – 2004, – 240 p. (in Russ.).
14. Starov S. A. Loylnost brendu: klassifikatsiya, metody otsenki i programmyi formirovaniya marochnoy priverzhennosti (Loyalty to the brand: classification, methods of estimation and program of forming of the branded adherence), Vestn. – S. Peterb. un-ta, – 2007, – No. 8, – P. 112–133 (in Russ.).
15. Syisoeva S., Neyman A. Kak vospitat loylnost pokupateley (How to bring up loyalty of customers), Marketolog, – 2004, – No. 1/2, – P. 30–35 (in Russ.).
16. Uebster F. Osnovy promyshlennogo marketinga (Bases of the industrial marketing), – M.: Izd. dom Grebennikova, – 2005, – 416 p. (in Russ.).
17. Hemel G., Prahalad S. K. Konkurriruya za budushee. Sozdanie ryinkov zavtrashnego dnya (Competing for the future. Creation of tomorrow markets), – M.: ZAO «Olimp-biznes», – 2002 (in Russ.).
18. Shirochenskaya I. P. Osnovnyie ponyatiya i metodyi izmereniya loylnosti (The basic concepts and methods of measuring of loyalty), Marketing v Rossii i za rubezhom, – 2004, – No. 2., P. 36–45 (in Russ.).
19. Yastremska O. M. Investitsiyna dlyalnist promislivih pidpriemstv: metodologichni ta metodichni zasady (Investment activity of industrial enterprises: methodological and methodical principles), – H.: Vid-vo HDEU, – 2004, – 472 p. (in Ukr.).
20. Yaponskiy biznes: fokus na potrebitelya – IV (Japanese business: focus on a consumer – IV), D. Maslov, E. Belokorovin, Marketolog, – 2004, – No. 12, – P. 21–25 (in Russ.).
21. Aaker D. A. Managing Brand Equity, N. Y.: The Free Press, – 2003, – 300 p.
22. Garifullin M., Borshche A., Popkov T. Using Anylogic and Agen-Based Approach to Model Consumer Market, Available at: URL: <http://http://www.anylogic.com/system-dynamics>.
23. Hofmeyr J., Rice B. Commitment-Led Marketing, John Wiley and Sons, – 2000, – 298 p.

Information about the author

Mohylevskaya Olga Yu., Candidate of Economic Sciences; Ph.D in Economics; Associate Professor at Department of Economics, Enterprise, Management; Faculty of Economics; Kiev International University, Kiev, Ukraine

Address: 03179, Ukraine Kiev, Str. Lvovskaya 49.

Tel.: +380 50 511 22 58

E-mail: olgaym@inbox.ru

ORCID: <http://orcid.org/0000-0001-8482-7950>

R. E. Moiseyev¹**E. A. Makhteev¹****A. B. Nikolaev¹****M. F. Safargaliyev¹****Yu. M. Tregubov¹**¹ *Kazan National Research Technical University. A. N. Tupolev – KAI*

EFFECTIVE USE OF RESOURCES AS FACTOR OF INCREASE IN COMPETITIVENESS OF THE RUSSIAN ENTITIES

Abstract

Research purpose: the analysis of various approaches to use of secondary resources for the purpose of the solution of ekologo-economic problems and increase in competitiveness of the Russian entities.

Research methods: in work methods of group and classification, the description, an expert evaluation, general scientific methods, such as synthesis, deduction, induction, generalization, forecasting, scientific abstraction were applied.

Results: classification of secondary material resources for the purpose of implementation of the paramount analysis of use of practice of conversion of production wastes by industrial enterprises is given.

Scientific novelty: the model of lifecycle of the address with waste with allocation of the main contours is developed.

Practical importance: the offered system of performance indicators of replacement of traditional resources, allows to predict results of ecologically dangerous projects and to model ecologically safe behavior of accounting entities.

Keywords: resource-saving, replacement of resources, competitiveness, conversion, secondary material resources, cost efficiency, ekologo-economic systems.

References:

1. Shlychikov V. V. On certain aspects of the process of modernization of the Russian economy // Bulletin of Economics, Law and Sociology. – 2015. – No. 1. – P. 78–82.
2. Khasanova A. Sh., Mirzagalyamova Z. N., Fatykhova L. I. Guidelines for the effective development of // Bulletin of Economics, Law and Sociology. – 2016. – No. 4. – P. 107–112.
3. Gabbasova L. B., Mirzagalyamov B. B. Development Trends of the World Banking Competition in the Context of Globalization // Bulletin of economics, law and sociology. – No. 4. – 2015. – R. 27–30.
4. Gumerov A. V., Babushkin V. M., Moiseev R. E., Nikolaeva A. B., Biktemirova M. K., Nuryyakhmetova S. M., Kharisova R. R., Rukomoinikova V. P. Quality functions of industrial enterprises // International Review of Management and Marketing. – 2016. – T. 6. – No. 1. – P. 165–169.
5. Shlychikov V. V. From a competitive economy to an effective state // Bulletin of Economics, Law and Sociology. – 2015. – No. 2. – P. 89–96.
6. Khasanova A. Sh. Assessment of the Efficiency of the Capital Investment Project of the Resource-saving Technology for the Real Sector of the Economy in the Republic of Tatarstan // Mediterranean Journal of Social Sciences MCSER Publishing, – Rome-Italy. – 2015. – Vol. 6. – No. 2. – P. 3. – P. 155–161.
7. Bataykin P. A. Influence of asymmetric information on the development of the consumer market // Today and tomorrow of the Russian economy. – 2013. – No. 57. – P. 29–32.
8. Uraev N. N., Mingaleev G. F., Kushimov A. T., Kolesov N. A. Methodological Aspects of Strategic Development of the Regional Socio-Economic System (International Federation of Environmental and Science Education, 2016. – Vol. 11. – No. 12. – P. 5094–5108.
9. Smirnov V. V., Kadyshchev E. N., Vasiliev E. B. Teoretiko-methodological positions of innovative development of economy of region // the Economy and business. – 2014. – No. 6 (47). – P. 425–435.

10. Bataykin P. A., Khasanova A. Sh., Shlychkov V. V., Toumashev A. R., Toumasheva M. V. Economic Growth in the Conditions of Resource Constraints: Ordinal Approach to Optimization of Macroeconomic Production Structure. *Journal of Applied Economic Sciences* – 2016. – Vol. XI. – Iss. 3 (41). – P. 521–531.
11. Smirnov V. V., Kadyshchev E. N. Paradigm of innovative development of the economy of the Russian Federation // *Bulletin of the Chuvash University*. – 2012. – No. 1. – P. 426–431.
12. Timofeev R. A., Alafuzov I. G., Nestulayeva D. R. Correlation and interrelation of the main categories of the resource concept // *Horizons of the economy*. – 2015. – No. 6 (25). – P. 24–28.
13. Bataykin P. A. Development and implementation of the behaviourist paradigm of regulation of the modern Russian economy. – Moscow: The Economy, – 2014. – 298 p.
14. Komelina V. A., Mirzagalyamova Z. N., Gabbasova L. B., Lavrentiev S. Y., Kharisova G. M. Features of Students' Economic Competence Formation // *International Review of Management and Marketing*. *International Review of Management and Marketing*. – 2016. – No. 6 (1). – P. 53–57.

Information about the authors

Moiseev Roman Evgenievich, candidate of economic sciences, associate professor of the department of economics and management at the enterprise of the Kazan National Research Technical University. A. N. Tupolev – KAI

Address: 420111, Kazan, ul. K. Marx, 10

Tel.: +7 (843) 231-01-09

E-mail: kopeika75@mail.ru

ORCID: 0000-0003-1229-9831

Makhteeva Elena Andreevna, senior lecturer of the Department of Economics and Management at the enterprise of the Kazan National Research Technical University. A. N. Tupolev – KAI

Address: 420111, Kazan, ul. K. Marx, 10

Tel.: +7 (843) 231-01-09

E-mail: makhteeva917@yandex.ru

ORCID: 0000-0002-4721-8221

Nikolaeva Anna Borisovna, candidate of economic sciences, associate professor of the department of economics and management at the enterprise of the Kazan National Research Technical University. A. N. Tupolev – KAI

Address: 420111, Kazan, ul. K. Marx, 10

Tel.: +7 (843) 231-01-09

E-mail: annanikolaeva@bk.ru

ORCID: 0000-0002-4145-4661

Safargaliev Mansur Fuatovich, candidate of economic sciences, associate professor of the department of economics and management at the enterprise, director of the Higher School of Technology and Management of the Kazan National Research Technical University. A. N. Tupolev – KAI

Address: 420111, Kazan, ul. K. Marx, 10

Tel.: +7 (843) 231-01-09

E-mail: safargaliev@list.ru

ORCID: 0000-0001-8526-7633

Tregubov Yuri Markovich, candidate of economic sciences, associate professor of the department of economics and management at the enterprise of the Kazan National Research Technical University. A. N. Tupolev – KAI

Address: 420111, Kazan, ul. K. Marx, 10

Tel.: +7 (843) 231-01-09

E-mail: yuratre@mail.ru

ORCID: 0000-0003-4671-0764

Р. Е. Моисеев¹**Е. А. Махтеева¹****А. Б. Николаева¹****М. Ф. Сафаргалиев¹****Ю. М. Трегубов¹**¹ Казанский национальный исследовательский технический университет им. А. Н. Туполева–КАИ

ЭФФЕКТИВНОЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ РЕСУРСОВ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РОССИЙСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Аннотация

Цель исследования: анализ различных подходов к использованию вторичных ресурсов с целью решения эколого-экономических проблем и повышения конкурентоспособности российских предприятий.

Методы исследования: в работе применялись методы группировки и классификации, описания, экспертная оценка, общенаучные методы, такие как синтез, дедукция, индукция, обобщение, прогнозирование, научная абстракция.

Результаты: приведена классификация вторичных материальных ресурсов с целью реализации первостепенного анализа использования практики переработки отходов производства промышленными предприятиями.

Научная новизна: разработана модель жизненного цикла обращения с отходами с выделением основных контуров.

Практическая значимость: предложенная система показателей эффективности замещения традиционных ресурсов, позволяет прогнозировать результаты экологически опасных проектов и моделировать экологически безопасное поведение хозяйствующих субъектов.

Ключевые слова: ресурсосбережение, замещение ресурсов, конкурентоспособность, переработка, вторичные материальные ресурсы, экономическая эффективность, эколого-экономические системы.

ВВЕДЕНИЕ

Современная эколого-экономическая система испытывает на себе воздействие глобализации, усиленной хозяйственной деятельностью отдельных субъектов, что влечет за собой нарушение экономической, энергетической и экологической безопасности страны. Важным условием обеспечения стабильности и устойчивого развития на данном этапе является экологический характер процесса воспроизводства ресурсов и их эффективное управление в рамках отдельных отраслей. Развитие эколого-экономических систем для промышленного производства это, прежде всего, реализация парадигм предотвращения экономического ущерба окружающей среды и разработка и внедрение систем переработки и утилизации отходов, основанных на принципиально новых способах природопользования, ресурсосбережения, которые должны обеспечить расширенное воспроизводство

и корреспондироваться с реализацией доктрины модернизационного развития Российской Федерации (РФ) [1; 2]. Глобальные вызовы в мировой экономике XXI века сформировали реальность, главной характеристикой которой стала нестабильность. Последняя проявляется и на финансовых рынках, что подрывает интерес инвесторов в решение проблем российской экономики [3].

Негативным фактором глобального развития отдельных отраслей является образование отходов. Технологические процессы переработки полученных из природного сырья материалов в промышленную продукцию не являются безотходными и сопровождаются образованием значительного количества различных отходов. Важность экономической эффективности и рационального использования ресурсосберегающих технологий не требует обоснований. В мире непрерывно растет потребность в сырье, капиталовложения

в производство. Будучи межотраслевой проблемой, разработка малоотходных и безотходных технологий и рациональное использования вторичных ресурсов требует принятия межотраслевых решений.

Необходимо отметить, что промышленные отходы можно рассматривать в качестве вторичных материальных ресурсов (ВМР), поскольку они могут быть использованы в хозяйственных целях, либо частично, либо полностью замещая традиционные виды материально-сырьевых и топливно-энергетических ресурсов. Главной причиной такого замещения является использование вторичных ресурсов в процессе материального производства, оказания услуг и конечного потребления с целью повышения конкурентоспособности как технологического процесса изготовления продукции, так и предприятия в целом.

В РФ вторичные материальные ресурсы используются практически во всех отраслях промышленности.

При этом масштабы и степень переработки различных видов вторичных материальных ресурсов зависят от ресурсной ценности отходов, экологической ситуации, обусловленной их свойствами как загрязнителей среды, и от конкретных экономических условий, определяющих рентабельность использования отходов в том или ином виде производства. В связи с этим авторами дана классификация существующих ВМР по различным признакам (табл. 1). К наиболее существенным признакам можно отнести такие как источники появления ВМР, по степени и возможности использования ВМР. Интенсивность развития промышленности в наибольшей степени выражает количественные и качественные характеристики ВМР и имеет значение для экономической оценки их последствий и обоснования управленческих решений в дальнейшем.

Таблица 1. – Классификация ВМР

По источникам появления	
1. ВМР промышленного производства и строительства – остатки сырья, материалов или полуфабрикатов, пригодные к использованию в качестве сырья, вспомогательных материалов или готовой продукции.	
2. ВМР сферы потребления:	Отработанные ресурсы средств производства, потерявшие непригодность для дальнейшего использования.
	Отходы предметов потребления – изделия непригодные для использования по назначению, но потенциально годные как вторичное сырье.
	Твердые бытовые отходы, образующиеся у населения в процессе жизнедеятельности и не имеющие пригодность.
3. ВМР сферы обращения — материалы, пришедшие в негодность из-за неосторожной транспортировки, складирования и погрузки-разгрузки.	
По технологическим процессам	
1. Прогрессивные.	4. Рабочие.
2. Проектные.	5. Временные.
3. Стандартные.	6. Комплексные.
По видам ресурсов	
1. Материальные ВМР – Отходы производства и потребления, образующиеся в народном хозяйстве, для которых существует возможность повторного использования непосредственно или после дополнительной обработки.	
2. Энергетические ВМР – отходы производства и потребления, используемые повторно, с выделением тепловой и/или электрической энергии.	
По степени и возможности использования	
1. Реально возможные к использованию, т. е. существуют эффективные условия переработки и использования.	
2. Потенциально возможные к использованию, ВМР, использование которых экономически и технически нецелесообразно.	

Анализ итогов развития российской экономики в последние годы показывает, что нерациональное использование ресурсов все более увеличивает свои обороты, несмотря на то, что в области решения эколого-экономических проблем найдены прогрессивные решения, позволяющие использовать материальные ресурсы рациональнее [4; 5]. Важную роль в рациональном использовании ресурсов играют организационные факторы, реализуемые на промышленных предприятиях, среди которых основное место уделяется именно системе управления ресурсами. Данная система включает в себя следующие мероприятия:

- использование наукоемких и высокотехнологичных технологий и оборудования для сбора и переработки вторичного сырья;
- планирование объемов отходов, их сбора, переработки, утилизации и реализации;

- стимулирование производителей с целью рационального применения материальных ресурсов;
- учет и анализ мероприятий, проводимых с вторичным сырьем;
- использование организационно-правового механизма, регулирующего работу с отходами и вторичным сырьем;
- замещение традиционных видов ресурсов и использование отходов производства в качестве сырья.

Создание эффективной системы обращения отходов промышленности требует внедрения современных технологий, обеспечивающих дифференцированный сбор отходов, совершенствования методов транспортной логистики, разработки передовых решений по переработке вторичного сырья. Данная система носит многоуровневый характер и охватывает все стадии жизненного цикла вторичных материальных ресурсов (рис. 1).

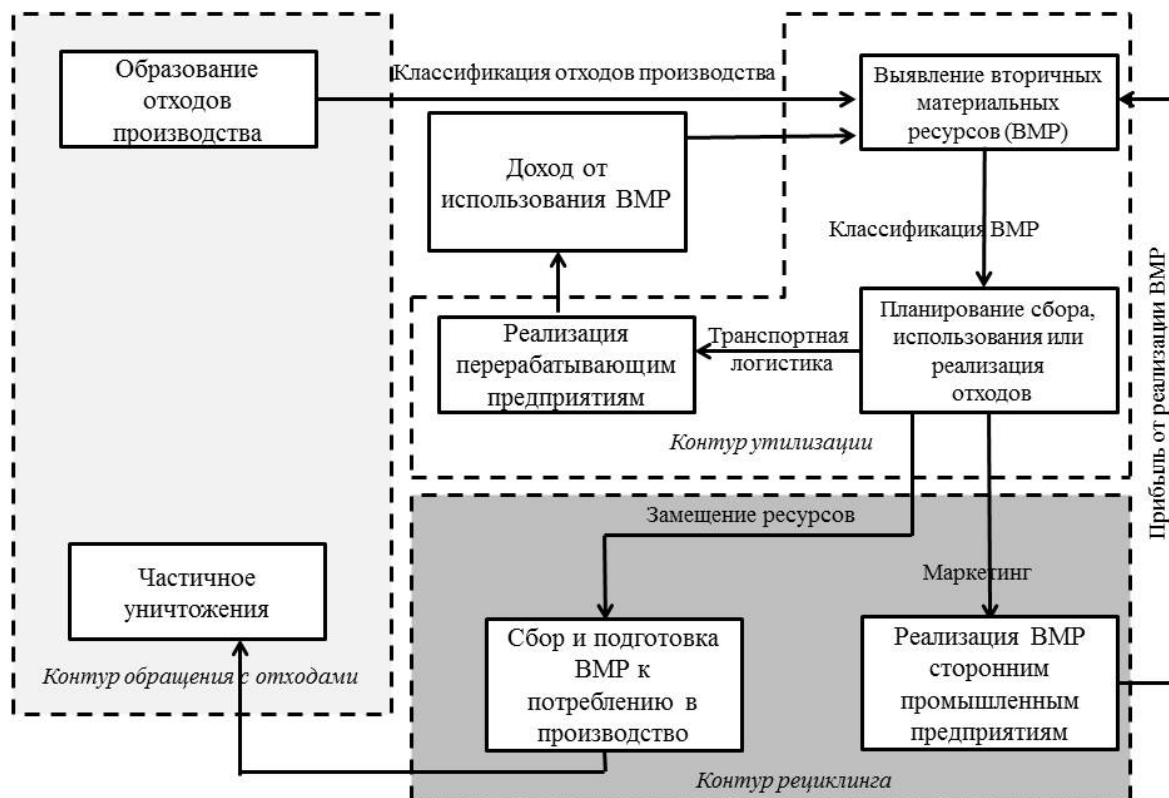


Рисунок 1. Модель жизненного цикла вторичных материальных ресурсов

Разработанная модель жизненного цикла обращения с отходами с выделением основных контуров дает, во-первых, достаточно крупный резерв экономии материальных затрат, расширение сырьевой базы за счет вовлечения в переработку сравнительно дешевого по сравнению с первичным вторичного сырья и, следовательно, повышение эффективности производства. Во-вторых,

переработка отходов производства оказывает положительное влияние на окружающую среду.

При этом очевидно, что ресурсосбережение и его эффективное использование являются самым быстрым, экологически безопасным и наиболее эффективным с экономической точки зрения способом трансформации промышленных производств по пути одновре-

менного укрепления экологической безопасности и содействия экономическому росту страны [6].

Оценка и учет замещения ресурсопотребления на предприятиях являются важнейшими составляющими процесса повышения эффективности использования всех видов ресурсов. От достоверности экономической оценки зависит обоснованность принятия управленческих решений [7]. Эффект — это результат экономической деятельности, представляющий собой разность между полученным в ее результате доходом и затратами. Эффективность — это результативность экономической деятельности, представляющая собой отношение эффекта (результата) к затратам, повлекшим достижение этого эффекта.

Экономическая оценка варианта переработки отходов должна учитывать расходы и ущерб от получения и использования аналогичного природного сырья, расходы и ущерб от складирования или захоронения остатков переработки. При оценке должны учитываться и косвенные элементы изменения расходов. Такое освоение инновационного метода, связанного с замещением традиционных ресурсов, используемых в процессе производства вторично или реализуемых другим предприятиям, связано с реализацией совокупности инновационных проектов и, как следствие, от эффективности управления ими

зависит интенсивность инновационного развития предприятия в целом [8; 9]. Решение этой задачи заключается в обеспечении отбора экономически эффективных инновационных проектов и оптимизация последовательности их реализации для интенсивного освоения новых методов переработки сырья и отказ от используемых традиционных (природных) ресурсов на предприятиях машиностроения [10; 11].

Обоснование мероприятий для замещения ресурсов требует сопоставления результатов и затрат, с помощью определения потребности в инвестициях, что в свою очередь, подразумевает разработку соответствующей системы показателей (табл. 2). В связи с этим автором предложены показатели эффективности замещения традиционных ресурсов на предприятии машиностроения, объединяющиеся в единую систему. Данная система включает: коэффициенты натурального и стоимостного замещения ресурса, ресурсную экономичность процесса переработки отходов, коэффициент использования отходов, коэффициент технологической ценности отходов, годовой экономический эффект использования замещения ресурсов на стадии производства, совокупный экономический эффект замещения, чистый дисконтированный доход, индекс доходности, внутренняя норма доходности, интегральный эффект с учетом риска.

Таблица 2. – Система показателей эффективности замещения традиционных ресурсов

№ п/п	Наименование показателя	Ед.изм.	Обозначение и формула для определения
Экономическая оценка процессов переработки отходов в деятельности предприятия			
1	2	3	4
1	Коэффициент натурального замещения ресурса		$KZ = N_p \cdot Q_p / N_w \cdot Q_w = \sum_{i=1}^m \frac{N_{pi}}{N_{wi}} \cdot ECP$ где: N_p и N_w – нормы расходы первичного сырья и отхода; Q_p и Q_w – количество продукции из первичного сырья и отхода (частичным использованием отхода) удовлетворяющее определенную потребность потребителя; i – вид сырья; m – общее количество единиц сырья; ECP (Equivalence of consumer properties) – коэффициент эквивалентности потребительских свойств продукции из отходов и продукции из первичного сырья.
2	Коэффициент стоимостного замещения ресурса	руб.	$KZ = \sum_{i=1}^m \frac{N_{pi}}{N_{wi}} \cdot \frac{C_{pi}}{C_{wi}} \cdot ECP$ где: C_{pi} и C_{wi} – стоимость первичного сырья и отхода по i-му виду сырья.
3	Ресурсная экономичность процесса переработки отходов		$E = \sum_{i=1}^m V_i / \sum_{k=1}^n (C_k \cdot D_k)$ где: V_i – годовой объем перерабатываемых отходов i-го вида, т;

1	2	3	4
4	Коэффициент использования отходов		$K_{mu} = (V_i^{(0)} - V_i^{(1)}) / V_i^{(0)}$ где: $V_i^{(0)}$ и $V_i^{(1)}$ – количество отходов после переработки и количество отходов безвозвратно потерянных, т. Если: $0,5 < K_{mu} < 1$ – хорошее использование; $0,25 < K_{mu} < 0,5$ – удовлетворительное использование; $0 < K_{mu} < 0,25$ – слабое использование.
5	Коэффициент технологической ценности отходов		$K_T = \sum_{k=1} C_{ki} \cdot D_{ki} / \sum_{j=1} C_{ji} \cdot D_{ji}$ где: C_{ki} и D_{ki} – цена и расход ресурсов k-го вида на производство единицы продукции из отходов i-го вида, руб.; C_{ji} и D_{ji} – цена и расход ресурсов j-го вида на производство единицы этой же продукции из первичного сырья, руб. Если: $0 < K_T < 0,5$ – технологическая ценность высокая; $0,5 < K_T < 0,75$ – технологическая ценность средняя; $0,75 < K_T < 1$ – технологическая ценность низкая; $K_T > 1$ – технологическая ценность отсутствует.
6	Годовой экономический эффект использования замещения ресурсов на стадии производства	Руб.	$TP_{(p)} = \left(\sum_{i=1}^n Z_t - \sum_{j=1}^m Z_w \right) \cdot V_0$ где: $\sum_{i=1}^n Z_t$ – суммарные приведенные затраты на добычу (заготовку, производство) природного сырья и переработку его в конкретный вид продукции; $\sum_{j=1}^m Z_w$ – суммарные приведенные затраты на сбор и подготовку отходов к производственному потреблению; V_0 – годовой объем конкретного вида продукции, изготовленной с применением отходов, в натуральном выражении.
7	Совокупный экономический эффект замещения	Руб.	$Eff_t = \sum_{i=1}^n Eff_{rp(i)} + \sum_{j=1}^m Eff_{ew(j)} + \sum_{k=1}^p Eff_{z(k)} + \sum_{r=1}^q Eff_{ep(r)}$ где: $\sum_{i=1}^n Eff_{rp(i)}$ – эффект получаемый предприятием от реализации i-го вида продукции, изготавливаемой из отходов собственного производства или получаемых со стороны; n – число видов продукции изготавливаемой из отходов; $\sum_{j=1}^m Eff_{ew(j)}$ – эффект от реализации j-го вида отхода собственного производства; m – число видов отходов собственного производства реализуемых на сторону; $\sum_{k=1}^p Eff_{z(k)}$ – эффект получаемый в результате замены первичного сырья отходами собственного производства в изготовлении k-го вида основной продукции; p – число видов основной продукции при производстве которой происходит замещение ресурсов. $\sum_{r=1}^q Eff_{ep(r)}$ – эффект от сокращения отрицательного воздействия отходов на окружающую среду за счет снижения платы за негативные выбросы при производстве продукции r вида; q – число видов отходов собственного производства, использование которых способствует сокращению отрицательного воздействия на окружающую среду.

1	2	3	4
Показатели оценки экономической эффективности проекта по замещению ресурсов			
8	Чистый дисконтированный доход	Руб.	$NPV = \sum_{t=1}^r (R_t - Z_t)r_t - \sum_{t=1}^T K_t r_t$ где: R_t – поступления от реализации проекта; Z_t – текущие затраты на реализацию проекта; r_t – коэффициент дисконтирования; K_t – капитальные вложения в проекта; t – номер временного интервала реализации проекта; T – срок реализации проекта (во временных интервалах).
9	Индекс доходности		$PI = \sum_{t=1}^T (R_t - Z_t)r_t / \sum_{t=1}^T K_t r_t$ где: R_t – поступления от реализации проекта; Z_t – текущие затраты на реализацию проекта; r_t – коэффициент дисконтирования; K_t – капитальные вложения в проекта; t – номер временного интервала реализации проекта; T – срок реализации проекта (во временных интервалах).
10	Внутренняя норма доходности		$\frac{\sum_{t=1}^T (R_t - Z_t)}{(1 - E_{вн})^t} = \frac{\sum_{t=1}^T K_t}{(1 - E_{вн})^t}$ где: $E_{вн}$ – внутренняя норма доходности проекта, которую необходимо определить.
11	Интегральный эффект с учетом риска	Руб.	$NPV^{risk} \alpha = \sum_{i=1}^m NPV \alpha_i \times P \alpha_i - 1$ где: $NPV^{risk} \alpha$ – интегральный эффект или эколого-экономическая эффективность реализации α-го проекта с учетом возможных рисков причинения экологического ущерба; m – количество сценариев реализации α-го проекта; i – номер реализуемого сценария; $NPV \alpha_i$ – эколого-экономическая эффективность реализации α-го проекта по i-му сценарию $P \alpha_i$ – вероятность наступления i-го сценария для α-го проекта.

Рассмотрим группу показателей экономической оценки процессов переработки отходов в деятельности предприятия в общей системе.

Коэффициент натурального замещения ресурса необходим для выявления резервов экономии традиционного сырья и материалов за счет использования вторичных ресурсов. Если из отходов изготавливается продукция такого же качества, как и из первичного сырья, коэффициент замены можно определить отношением нормы расхода (удельного расхода) первичного сырья (N_p) к норме расхода (удельному расходу) отхода (N_w). Коэффициент замены первичного сырья также должен учитывать различие в потребительских свойствах первичного и вторичного сырья. Если продукция, изготавливаемая из отходов, отличается по качеству от продукции, вырабатываемой

из первичного сырья, то для обеспечения равного потребительского эффекта необходимо разное количество продукции из отходов и продукции из первичного сырья. Коэффициент определяется на основе изучения качественных показателей использования сравниваемой продукции. В зависимости от условий применения продукции коэффициент эквивалентности может определяться на основе таких свойств, как прочность, надежность, долговечность, плотность, теплопроводность, теплота сгорания и др.

Коэффициент стоимостного замещения ресурса необходим для оценки отношения стоимости первичного сырья к стоимости отхода при определенной норме использования и одинаковых потребительских свойствах и определяется как отношение норм расхода первичного сырья к норме расхода отхода к от-

ношению стоимости первичного сырья (C_p) и стоимости отхода (C_w) умноженное на коэффициент эквивалентности потребительских свойств.

Ресурсная экономичность процесса переработки отходов выражается отношением полученных результатов в виде объема перерабатываемых отходов в натуральном и стоимостном выражении к величине издержек на 1 тонну перерабатываемых отходов. В данном случае показатель носит эмпирический характер. Таким образом, данный показатель не имеет известного теоретического обоснования, в частности, размерности используемых и вычисляемых в формуле величин не соответствуют друг другу. Но используя данный показатель в работе можно оценить ресурсную экономичность процесса переработки за какой-либо временной интервал или же по какому-либо виду отхода. Сравнивая статистические данные показателя, можно сделать вывод о том, что если показатель > 1 , то ресурсная экономичность присутствует, если показатель ≤ 1 , ресурсная экономичность отсутствует и дальнейшее вложение средств в переработку данного вида отхода для предприятия экономически нецелесообразно.

Возвратность перерабатываемых ресурсов определяется возможностью их вовлечения в переработку, что характеризуется коэффициентом использования отходов и коэффициентом технологической ценности отходов. Коэффициент использования отходов определяется как отношение отходов, возвратившихся в производство, к общему количеству отходов после их переработки. Рассчитав данный коэффициент и используя интервальные значения в качестве оценки результатов, можем сделать вывод о хорошем, удовлетворительном, или слабом использовании отходов на предприятиях. Таким образом, по результатам данного коэффициента можно дать обоснованную оценку дальнейшего использования замещения традиционных ресурсов отходами. Коэффициент технологической ценности отходов рассчитывается как отношение затрат на выпуск продукции из отходов к затратам на выпуск продукции из первичного сырья. По результатам также можно сделать вывод о высокой, средней или низкой технологической ценности отходов при производстве конкретного вида основной продукции предприятия. В некоторых случаях технологическая ценность может отсутствовать, если данный показатель ≥ 1 .

Годовой экономический эффект использования замещения ресурсов на стадии производства опреде-

ляется как произведение годового объема конкретного вида продукции, изготовленного с применением отходов, в натуральном выражении на разницу между суммарными приведенными затраты на добычу (заготовку, производство) природного сырья и переработку его в конкретный вид продукции и суммарными приведенными затратами на сбор и подготовку отходов к производственному потреблению.

В свою очередь суммарные приведенные затраты на добычу (заготовку, производство) природного сырья и переработку его в конкретный вид продукции определяются по формуле:

$$\sum_{i=1}^n Z_i = (C_1 + r \cdot Inv_1) \cdot \alpha_1 N_1 + (C_2 + r \cdot Inv_2) \cdot \alpha_2 N_2 + \\ + (C_{(n-1)} + r \cdot Inv_{(n-1)}) \cdot \alpha_{(n-1)} N_{(n-1)} + (C_{(n)} + r \cdot Inv_{(n)}) \cdot \alpha_{(n)} N_{(n)}$$

где: $C_1, C_2, \dots, C_n$ – затраты на единицу продукции по каждому переделу;

добычи (заготовки, производства) природного сырья и его переработки в конкретный вид продукции без учета стоимости исходного сырья, руб.;

$Inv_1, Inv_2, \dots, Inv_n$ – удельные капитальные вложения в производственные фонды по каждому переделу добычи (заготовки, производства) природного сырья и его переработки в конкретный вид продукции, руб.;

$N_1, N_2, \dots, N_n$ – количество исходного сырья или продукции по каждому переделу в расчете на единицу конечной продукции;

$\alpha_1, \alpha_2, \dots, \alpha_n$ – доля затрат в данный продукт в соответствии с его частью, поступающей на следующий этап в случае комплексной переработки природного сырья и последующих продуктов;

r – ставка рефинансирования (ставка дисконта), скорректированная с учетом инфляции.

Суммарные приведенные затраты на сбор и подготовку отходов к производственному потреблению определяются по формуле:

$$\sum_{j=1}^m Z_w = (C'_1 + r \cdot Inv'_1) \cdot \alpha'_1 N'_1 + (C'_2 + r \cdot Inv'_2) \cdot \alpha'_2 N'_2 + \\ + (C'_{(m-1)} + r \cdot Inv'_{(m-1)}) \cdot \alpha'_{(m-1)} N'_{(m-1)} + (C'_{(m)} + r \cdot Inv'_{(m)}) \cdot \alpha'_{(m)} N'_{(m)}$$

где: $C'_1, C'_2, \dots, C'_m$ – затраты на единицу продукции по каждому переделу сбора и подготовки к реализации отходов предприятий источников образования, заготовки специализированными организациями, обработки и переработки отходов в конкретный вид продукции без учета их стоимости, руб.;

$Inv'_1, Inv'_2, \dots, Inv'_m$ – удельные капитальные вложения в производственные фонды по каждому переделу

сбора и подготовки к реализации отходов предприятий источников образования, заготовки специализированными организациями, обработки и переработки отходов в конкретный вид продукции, руб.;

$N'_1, N'_2, \dots, N'_m$ – количество отходов по каждому переделу в расчете на единицу продукции из отходов;

$a_1, a_2, \dots, a_m$ – доля затрат в данный вид отхода в соответствии с частью, поступающей на следующий передел, в случае его комплексной переработки.

Годовой экономический эффект переработки отходов в конкретный вид продукции можно рассчитать по отдельной технологической линии, участку, цеху, предприятию или группе предприятий на весь объем продукции из отходов или с их применением.

Совокупный экономический эффект от использования отходов на данном предприятии рассчитывается на годовой объем реализации и переработки всех отходов, как собственного производства, так и получаемых со стороны. Этот эффект достигается за счет реализации продукции, изготовленной из отходов, снижения издержек основного производства в результате реализации образующихся отходов на сторону или замены части первичного сырья отходами, а также в результате сокращения отрицательного воздействия отходов на окружающую среду от сокращения выбросов.

Совокупный экономический эффект замещения (формула 7) определяется как сумма эффекта получаемого предприятием от реализации i -го вида продукции, изготавливаемой из отходов собственного производства или получаемых со стороны, эффекта от реализации j -го вида отхода собственного производства, эффекта получаемого в результате замены первичного сырья отходами собственного производства в изготовлении k -го вида основной продукции и эффекта от сокращения отрицательного воздействия отходов на окружающую среду за счет снижения платы за негативные выбросы при производстве продукции $г$ вида.

В свою очередь эффект получаемый предприятием от реализации i -го вида продукции, изготавливаемой из отходов собственного производства или получаемых со стороны определяется по формуле:

$$Eff_{rp(i)} = (P_{pw} - C_{pw}) \cdot V_{pw} - r \cdot K_{pw}$$

где: P_{pw} – оптовая цена единицы продукции, полученной из отходов, руб.;

C_{pw} – себестоимость единицы этой продукции, руб.;

V_{pw} – объем реализуемой продукции из отходов в натуральных измерителях;

K_{pw} – капитальные вложения (или стоимость основных производственных фондов) в производство продукции из отходов, руб.

Эффект от реализации j -го вида отхода собственного производства определяется по формуле:

$$Eff_{ew(j)} = (P_w - Z_w) \cdot V_w - r \cdot K_w$$

где: P_w – оптовая цена единицы реализуемого отхода, руб.;

Z_w – эксплуатационные затраты предприятия на сбор и подготовку к реализации в расчете единицы отхода, руб.;

V_w – объем реализации отхода в натуральных измерителях;

K_w – капиталовложения, необходимые для организации отходов к продаже или стоимость основных фондов по сбору и подготовке к реализации, руб.

Эффект получаемый в результате замены первичного сырья отходами собственного производства в изготовлении k -го вида основной продукции за счет снижения себестоимости определяется по формуле:

$$Eff_{z(k)} = (C_p^p - C_p^w) \cdot V_{pw} - r \cdot \Delta K_z$$

где: C_p^p – себестоимость единицы основной продукции, изготовленной только из первичного сырья (без добавления отхода), руб.;

C_p^w – себестоимость той же продукции при добавлении отхода, руб.;

V_{pw} – объем основной продукции, полученной с применением отхода, в натуральных измерителях;

ΔK_z – капиталовложения, связанные с осуществлением мероприятий по замене первичного сырья отходами при производстве основной продукции или стоимость дополнительных основных фондов, необходимых для осуществления замены первичного сырья отходами.

Снижение себестоимости $(C_p^p - C_p^w) = \Delta C_p$ можно определить как:

$$\Delta C_p = (P_p \cdot KZ - Z_w) \cdot V_w$$

где: P_p – стоимость (в руб.) первичного сырья, заменяемого отходом при производстве основной продукции;

KZ – коэффициент замены первичного сырья отходом;

Z_w – эксплуатационные затраты на сбор отхода и подготовку к использованию вместо части первичного сырья при производстве основной продукции. При использовании отходов, полученных со стороны, место Z_w подставляется цена соответствующих отходов.

Эффект от сокращения отрицательного воздействия отходов на окружающую среду например выбросы в атмосферный воздух загрязняющих и иных веществ, сбросы загрязняющих и иных веществ и микроорганизмов в поверхностные водные объекты, подземные водные объекты и на водосборные площади, загрязнение недр, почв, размещение отходов производства и потребления, загрязнение окружающей среды шумом, теплом, электромагнитными, ионизирующими и другими видами физических воздействий, иные виды негативного воздействия на окружающую среду определяется как снижение платы за негативные воздействия на окружающую среду при производстве продукции r вида:

$$Eff_{ep(r)} = N_p - N_{pz}$$

где: N_p – плата за негативное воздействие на окружающую среду при производстве основного вида продукции до использования отходов в процессе изготовления;

N_{pz} – плата за негативное воздействие на окружающую среду после замещение ресурсов продуктами переработки отходов при производстве продукции.

Также в системе показателей представлена группа формул, относящиеся к оценки экономической эффективности проекта по замещению ресурсов.

Следует также отметить, что методы количественных оценок не должны быть самоцелью, равно как и их сложность не может быть гарантом безусловной правильности решений, принятых с их помощью.

Предложенная система показателей эффективности замещения традиционных ресурсов включает показатели, характеризующие степень эко-

номико-технологической нагрузки на состояние окружающей среды, показатели, ориентированные на оценку экономической эффективности экологических мероприятий, позволяет прогнозировать результаты экологически опасных проектов и моделировать экологически безопасное поведение хозяйствующих субъектов.

Можно констатировать, что данная методология ресурсосбережения строится на базе трех парадигм.

1. Устойчивость во взаимодействии общества и природы: минимизация использования природных ресурсов, максимальное использование отходов производства в качестве вторичного сырья и энергии.

2. Переориентация российской экономики с сырьевой направленности на инновационный путь развития [12; 13].

3. Сбалансированность предельной техногенной нагрузки производств и адаптационных возможностей окружающей природной среды.

Многостороннее и глубокое освоение безотходных производств — долговременное и кропотливое дело, которым предстоит заниматься ряду поколений ученых, инженеров, техников, экологов, экономистов, рабочих разного профиля и многих других специалистов. Это повышает ответственность учебных заведений высшего образования к формированию профессиональных компетенций обучающихся [14].

Полностью безотходное производство — далекая перспектива, но необходимо уже сейчас решать эту задачу, как на общеэкономическом уровне, так и в отдельных отраслях хозяйства.

Список литературы:

1. Шлычков В. В. Об отдельных аспектах процесса модернизации российской экономики // Вестник экономики, права и социологии. – 2015. – № 1. – С. 78–82.
2. Хасанова А. Ш., Мирзагалямова З. Н., Фатыхова А. И. Ориентиры эффективного развития России. // Вестник экономики, права и социологии. – 2016. – № 4. – С. 107–112.
3. Габбасова Л. Б., Мирзагалямов Б. Б. Тенденции развития мирового банковского соревнования в контексте глобализации // Вестник экономики, права и социологии. – № 4. – 2015. – С. 27–30.
4. Гумеров А. В., Бабушкин В. М., Мойсеев Р. Е., Николаева А. Б., Биктемирова М. К., Нурияхметова С. М., Харисова Р. Р., Рукокойникова В. П. Моделирование функций качества продукции промышленных предприятий // Международный обзор менеджмента и маркетинга. – 2016. – Т. 6. – № 1. – С. 165–169.
5. Шлычков В. В. От конкурентноспособной экономики к эффективному государству // Вестник экономики, права и социологии. – 2015. – № 2. – С. 89–96.
6. Хасанова А. Ш. Оценка эффективности проекта капитальных инвестиций Реализация ресурсосберегающих технологий для реального сектора экономики Республики Татарстан // Средиземноморский журнал общественных наук MCSER Publishing, Рим-Италия. – 2015. – Vol. 6. – № 2. – С. 3. – P. 155–116.

7. Батайкин П. А. Влияние асимметричности информации на развитие потребительского рынка // Сегодня и завтра Российской экономики. – 2013. – № 57. – С. 29–32.
8. Ураев Н. Н., Мингалева Г. Ф., Кушимов А. Т., Колесов Н. А. Методологические аспекты стратегического развития региональной социально-экономической системы (на примере предприятий радиоэлектронной промышленности в Республике Татарстан) // Международный журнал экологического и научного образования – 2016. – Vol. 11. – № 12. – С. 5094–5108.
9. Смирнов В. В., Кадышев Е. Н., Васильев Е. Б. Теоретико-методологические положения инновационного развития экономики региона // Экономика и предпринимательство. – 2014. – № 6 (47). – С. 425–435.
10. Батайкин П. А., Хасанова А. Ш., Шлычков В. В., Тумашев А. Р., Туумашева М. В. Экономический рост в условиях ресурсных ограничений: ординальный подход к оптимизации структуры макроэкономического производства // Прикладные экономические науки. – 2016. – Вып. XI. – Iss. 3 (41). – Р. 521–531.
11. Смирнов В. В., Кадышев Е. Н. Парадигма инновационного развития экономики Российской Федерации // Вестник Чувашского университета. – 2012. – № 1. – С. 426–431.
12. Тимофеев Р. А., Алафузов И. Г., Нестулаева Д. Р. Соотношение и взаимосвязь основных категорий ресурсной концепции // Горизонты экономики. – 2015. – № 6 (25). – С. 24–28.
13. Батайкин П. А. Разработка и реализация бихевиористской парадигмы регулирования современной российской экономики. – М.: Экономика, – 2014. – 298 с.
14. Комелина В. А., Мирзагалямова З. Н., Габбасова Л. Б., Лаврентьев С. Ю., Харисова Г. М. Особенности формирования экономической компетентности студентов // Международный обзор менеджмента и маркетинга. Международный обзор менеджмента и маркетинга. – 2016. – № 6 (1). – Р. 53–57.

Информация об авторах

Моисеев Роман Евгеньевич, кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики и управления на предприятии Казанского национального исследовательского технического университета им. А. Н. Туполева – КАИ

Адрес: 420111 г. Казань, ул. К. Маркса, 10

Тел.: +7 (843) 231-01-09

E-mail: koreika75@mail.ru

ORCID: 0000-0003-1229-9831

Махтеева Елена Андреевна, старший преподаватель кафедры экономики и управления на предприятии Казанского национального исследовательского технического университета им. А. Н. Туполева – КАИ

Адрес: 420111 г. Казань, ул. К. Маркса, 10

Тел.: +7 (843) 231-01-09

E-mail: makhteewa917@yandex.ru

ORCID: 0000-0002-4721-8221

Николаева Анна Борисовна, кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики и управления на предприятии Казанского национального исследовательского технического университета им. А. Н. Туполева – КАИ

Адрес: 420111 г. Казань, ул. К. Маркса, 10

Тел.: +7 (843) 231-01-09

E-mail: annanikolaeva@bk.ru

ORCID: 0000-0002-4145-4661

Сафаргалиев Мансур Фуатович, кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики и управления на предприятии, директор Высшей школы технологий и менеджмента Казанского национального исследовательского технического университета им. А. Н. Туполева – КАИ

Адрес: 420111 г. Казань, ул. К. Маркса, 10

Тел.: +7 (843) 231-01-09

E-mail: safargaliyev@list.ru

ORCID: 0000-0001-8526-7633

Трегубов Юрий Маркович, кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики и управления на предприятии Казанского национального исследовательского технического университета им. А. Н. Туполева – КАИ

Адрес: 420111 г. Казань, ул. К. Маркса, 10

Тел.: +7 (843) 231-01-09

E-mail: yuratre@mail.ru

ORCID: 0000-0003-4671-0764

UDC 338

DOI: <http://dx.doi.org/10.20534/AJH-17-3.4-149-157>

M. A. Potapova¹

¹*Far Eastern Federal University Vladivostok, Russian Federation*

FEATURES OF SOCIAL ENTREPRENEURSHIP FORMATION IN MODERN CONDITIONS

Abstract

Objective: to study the unique features of social entrepreneurship at the present stage of country's development.

Methods: theoretical cognition, data grouping, comparison, generalization.

Results: the analysis of scientific economic literature, classical works and periodicals on the topic of research revealed the features of corporate social responsibility formation in Russia. The results of the research allowed to determine the stakeholders expectations from the business in the region, as well as an entrepreneurial role in shaping the business environment.

Scientific novelty: The article examines the entrepreneur's social responsibility as a source of company's income growth, long-term investments. Entrepreneur creates value through implementation of social projects. As a result they create positive influence on the basic business environment and form the basis for capital appreciation.

Practical value: main provisions and conclusions of the article can be used in scientific and teaching activities in consideration with business issues, regional development issues, as well as in the study of social changes in the society.

Keywords: business, entrepreneur, social responsibility, social entrepreneur, social entrepreneurship.

References:

1. Federal Law of 11.08.1995 N 135-FZ (as amended on December 23, 2010) "On Charitable Activities and Charitable Organizations".
2. The Labor Code of the Russian Federation (RF TC) of 30.12.2001 N 197-FZ. Part two in the version of 30.06.2006 No. 90-FZ.
3. Prasnikar J. Competitiveness, Social responsibility and Economic Growth. NY: Nova Science Publishers, Inc. – 2006. – 368 p.
4. Coleman J. C. Foundations of Social Theory, Cambridge, Mass.: Harvard University Press + ss. – 1994.
5. Bourdieu P. "Forms of capital" in J. C. Richards (ed.). Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education, New York: Greenwood Press. – 1983.
6. Elkington J., Hartigan P. The power of unreasonable people. Boston: Harvard Business Press. – 2008. – 242 p.
7. Debeljak Z. & Gregoric A. Modeling Corporate Social Responsibility // Competitiveness, Social Responsibility and Economic Growth. – New York: Nova Science Publishers, Inc., – 2006. – 368 p.
8. Chritchfield L. S. & Grant H. M. Fore for good. SF: John Wiley & Sons, Inc. – 2008. – 313 p.
9. Smith M. K. "Social capital, the encyclopedia of informal education." – 2000–2009. URL: <http://infed.org/mobi/social-capital> (date of circulation: August 14, 2016).

10. Mygind Niels. Dilemmas in Balancing the Stakeholders: Corporate Social Responsibility in the Pharmaceutical Company Novo Nordick // Competitiveness, Social Responsibility and Economic Growth. New York: Nova Science Publishers, Inc. – 2006. – P. 299–313.
11. Dees J. G., Emerson J., Economy P. Strategic tools for Social Entrepreneurs: Enhancing the performance of your enterprising Non-profit. NY. John Wiley & Sons, Inc. – 2002. – 326 p.
12. Duncan E. A grounded Theory Study on Social Entrepreneurship: Koln: Lambert Academic Publishing AG & Co. – 2009. – 271 p.
13. Burns K. A. Five Social Enterprise Myths, Dispelled // Fast Company. URL: <http://www.fastcompany.com/social/myths.html> (circulation date: 01/18/2017)
14. Brinckerhoff P. C. Social Entrepreneurship: The art of Mission-based venture development – 2000. John Wiley & Sons, Inc. NY. – 238 p.
15. Turkin S. How is it profitable to be kind: make your business socially responsible. – Moscow: Alpina Business Books, – 2007. – 381 p.
16. Potapova M. A. Formation and development of the business environment. Vladivostok: Publishing house of the Far East. Federated. Un-ta, – 2011. – 244 p.
17. Lapina N. Internal and External Social Policy of Russian Enterprises and Corporations: Contribution to Regional Development // Social Policy of Business in Russian Regions. – M., – 2005. – P. 13–65.
18. Social Policy in Modern Russia: Reforms and Everyday Life / Ed. P. Romanov and E. Yarskaya-Smirnova. M.Zh. OOO Variant, TsSPGI, – 2008. – 465 s.
19. Peregudov S.P., Semenenko I.S. Corporate citizenship: concepts, world practice and Russian realities. – Moscow: Progress-Tradition, – 2008. – 448 p.
20. Blagov Y.E. Corporate social responsibility: the evolution of the concept. SPb.: Publishing house “Higher School of Management”, – 2011. – 272 p.
21. Chubarova TV Social responsibility in a market economy: worker, business, state. – St. Petersburg.: Nestor-History, – 2011. – 320 p.
22. Dees J.Gr. The Meaning of Social Entrepreneurship // Unites States Association of Small Business and Entrepreneurship. – May 30, – 2010. URL: <http://usasbe.org/knowledge/socialentres/Dees.pdf> (reference date: 12/01/2017).
23. Homann K., Blome-Dres F. Economic Ethics and Ethics of Entrepreneurship. URL: http://krotov.info/lib_sec/22_h/hom/an2.htm (date of circulation: 16.02.2017).
24. Odegov Yu. G., Rudenko G. G., Social responsibility of the entrepreneur: from the idea to the Russian reality // Personnel management. – 2004. – No. 7. – P. 43–45.
25. Martin R. L., Osberg S. “Social Entrepreneurship” – definition of the concept // Stanford Social Innovation Review. – 2007. URL: http://www.nb-forum.ru/thanalitic_391_76 (date of circulation: August 15, 2016).
26. Collins J., Porras J. Constructed forever: the success of companies that have a vision. SPb.: Stockholm School of Economics, – 2005. – 350 p.
27. Muhammad Yunus: I have only 120,000 borrowers among street beggars // Banks of Russia. URL: <http://www.wbanks.ru/interview/muhammad-unus> (reference date: 10.02.2017).

Information about authors

Marina A. Potapova, candidate of science, Assistant professor, the Head of international Dual Degree Programs, School of economics and management, Far Eastern Federal University
 Address: 690041, Russian Federation Vladivostok, Serova str, blding 33,
 Tel.: +79147076297
 E-mail: Potapova.ma@dvfu.ru
 ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5143-5213>

М. А. Потапова¹¹ Дальневосточный федеральный университет, г. Владивосток Российская федерация

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Аннотация

Цель: изучить особенности социального предпринимательства на современном этапе развития страны.

Методы: теоретического познания, группировки данных, сравнения, обобщения.

Результаты: проведенный анализ научной экономической литературы, классических трудов, а также периодических изданий по теме исследования позволил выявить особенности формирования основ социальной ответственности предпринимательства в России. Результаты проведенного исследования позволили определить ожидания стейкхолдеров от предпринимательского слоя в регионе, а также предпринимательскую роль в формировании предпринимательской среды.

Научная новизна: в статье социальная ответственность предпринимателя рассматривается как источник прибыли, долгосрочные инвестиции. Предприниматель, посредством реализации социальных проектов создает ценности, которые положительно влияют на изменение основной предпринимательской среды, при этом формируя основу приращения капитала.

Практическая значимость: основные положения и выводы статьи могут быть использованы в научной и педагогической деятельности при рассмотрении проблем предпринимательства, проблем развития регионов, а также в процессе исследования социальных изменений в обществе.

Ключевые слова: предпринимательство, предприниматель, социальная ответственность, социальный предприниматель, социальное предпринимательство.

ВВЕДЕНИЕ

В процессе исследования проблемы социальной ответственности предпринимательства, мы столкнулись с тем, что терминологическая база по исследуемой проблематике в России не сформировалась. В законодательной базе РФ представлены определения «благотворительности», «филантропии» [1], «социального партнерства» [2], но отсутствуют определения понятия «социальной ответственности», «социального капитала», «социальных инвестиций», которыми оперируют международные бизнес сообщества.

Изучая особенности социальной ответственности бизнеса в Российской Федерации, мы столкнулись с тем, что российские бизнесмены зачастую описывают любую активность компании как социальную, если она подпадает под действие закона о благотворительности или имеет даже весьма отдаленное отношение к социальной сфере. Более того, в обществе принято считать социально ответственным предпринимателем тех, кто соблюдает законодательство страны.

Формирование общественного сознания происходит достаточно медленно. Восприятие социальной политики предпринимателей, как обязательной со-

ставляющей деятельности коммерческой организации до сих отсутствует.

Тем не менее, несмотря на то, что законодательная база требует серьезной доработки, все чаще в предпринимательской среде используют понятия, которые прочно закрепились в международной бизнес среде.

Сущность социального предпринимательства

Наиболее известные зарубежные исследователи социальной ответственности Дж. Прасникер [3], Дж. Коулмен [4] и П. Бордье [5], Дж. Еллингтон и П. Хартиган [6], Ж. Дабельяк и А. Грегориш [6], Л. Крутчфилд и Х. Маклеод Грант [8], М. Смит [9], Н. Майгинд [10], Дж. Дж. Диз [11], Э. Дункан [12] не только дают определение понятий, но и подробно рассматривают проблему развития социальной ответственности бизнеса.

Результатом исследований стало понимание необходимости формирования социальной политики компании с учетом несколько характеристик, которым деятельность компании должна удовлетворять, чтобы попасть в упомянутую категорию:

- долгосрочный характер;
- направленность на решение конкретной проблемы в регионе присутствия компании;

- наличие финансовых вложений;
- реализация финансовых или стратегических целей;

- наличие социальной отдачи от инвестиций (приращение социального капитала).

Отмечают, что главная составляющая социального предпринимательства именно наличие ответственности, которая подразумевает выполнение социальной миссии посредством деловой активности и инновационной деятельности.

Социальная ответственность бизнеса – формирование на добровольной основе долгосрочной последовательной программы развития территории, в рамках которой функционирует предприятие.

Предпринимательство ограничено в своих действиях как законами и указами, так и нормами поведения, принятыми в обществе. Предприниматель вынужден отчитываться о своей деятельности перед всеми заинтересованными лицами, обосновывать и делать понятными свои решения обществу.

При этом ожидается, что предприниматель будет тратить излишки прибыли на участие в социальных проектах города и региона. Предприниматели же считают, большинство социальных программ заведомо неэффективными, нерациональными и неприбыльными.

К. Э. Бенс, директор Фонда развития компаний, отмечает, что социальная активность компании приносит дивиденды, только если сочетается с конкурентоспособной ценой, качественным товаром и достойным уровнем сервиса. При этом социальные программы требуют значительных непрерывных временных, денежных и ресурсных затрат, которые могут не оправдаться в будущем. Поэтому предпринимателю рекомендуется:

- взвесить свои возможности;
- выбрать подходящую группу для оказания поддержки;
- просчитать затраты;
- выяснить, какие государственные программы направлены на решение данных проблем [13].

При этом крайне важно определить сферу социальной активности предприятия, приняв во внимание нужды общества. Неверная оценка потребностей группы лиц может привести к ухудшению ситуации, ущербу имиджу компании и снижению конкурентоспособности [14].

Бизнес круги зачастую не могут оценить потребности окружающей среды и их социальная политика

не приносит тех преимуществ, которые они могли бы получить. Также часто руководство компании под видом социальных инвестиций осуществляет благотворительную деятельность в угоду своим личным пристрастиям, что не имеет никакого отношения к реальным потребностям местного населения [15].

Роль социального предпринимателя в обществе

Предпринимательская деятельность воспринимается обществом, как средство достижения положительных изменений во внешней среде. Общество, столкнувшись с тем, что институты, в обязанности которых входит решение социальных проблем, с ними не справляются, обратилось к предпринимательству, как к группе способной принять участие в реализации социальной политики и осуществлять соответствующие мероприятия в рамках основной предпринимательской среды [16]. Практические исследования ряда российских авторов подтверждают, что тот факт, что предпринимательство достигает несомненных успехов там, где традиционные государственные инициативы потерпели поражение [17].

Неоднозначные результаты проводимых в стране реформ повлекли за собой переосмысление роли бизнеса в жизни страны [18]. Это привело к росту исследований предпринимательского слоя как одного из действующих механизмов снижения социальной напряженности.

С. П. Перегудов и И. С. Семененко [19] рассматривают основные направления реализации социальной ответственности бизнеса, а также изменение взглядов на роль крупного бизнеса в стране.

Ю. Е. Благов акцентирует внимание на участии заинтересованных сторон в развитии корпоративной социальной ответственности, точнее в ее практическом применении [20]. Идеи взаимодействия бизнеса и общества представлены в работе Т. В. Чубаровой. В отличие от крупных американских, европейских или азиатских компаний, российские компании традиционно больше внимания уделяют социальной политике на предприятии (отношения между работодателем и работником) часто пренебрегая работой с поставщиками или подрядчиками. Отмечаю преимущества от использования практик КСО, российский бизнес указывает на необходимость разработки стимулов для реализации социальных программ предприятиями страны [21].

В соответствии с определением, данным Г. Дж. Динзом, предпринимателем является тот, кто ориентиро-

ван на использование новых возможностей, включая те, которые предоставляют новейшие достижения науки; кто сообразителен и практичен; кто находит ресурс и знает способ использовать его с наибольшей выгодой. Предприниматель направляющий полученную выгоду на приращение общественного блага носит статус социального предпринимателя. Он действует как источник изменений в социальной сфере посредством:

- принятия миссии создавать и поддерживать социальные блага;
- выявления и неослабевающего использования новых возможностей для реализации миссии;
- вовлечения в процесс инноваций, адаптации и обучения;
- решительности действий, не ограничиваемых имеющимися в наличии ресурсами;
- повышения ответственности за результаты своей деятельности перед заинтересованными группами [22].

Основное отличие бизнесмена от социального предпринимателя заключается в том, что у него в приоритете не только получение прибыли, не просто создание эффективных механизмов развития и роста организации, но и формирование благоприятной среды, в рамках которой осуществляется бизнес. Стремление исключительно к материальным благам, жажда наживы и забота только о прибыли любыми средствами еще 200 лет назад было обозначено Смитом, как тупиковый путь развития [23].

Вместо того, чтобы перекладывать решение социальных проблем на плечи государства, социальный предприниматель проводит мониторинг окружающей среды с целью выявления наиболее слабых областей с последующим приложением определенных усилий, направленных на минимизацию негативных проявлений. Социальных предпринимателей отличает одержимость идеей, четко определенная последовательность действий, концентрация на результате, отказ от краткосрочной прибыли. Социальный предприниматель объединяет в себе черты идеалиста, мыслителя и реалиста. Его цели понятны, так как основаны на морально-этических ценностях, признаваемых и разделяемых обществом; задачи ясны, но мотивировка не всегда понятна. Целеустремленные, готовые к участию в жесткой конкурентной борьбе, стремящиеся наравне с другими участниками рынка максимизировать прибыль, они выделяют

денежные, человеческие и временные ресурсы для удовлетворения нужд общества. Они применяют имеющиеся навыки, знания и компетенции, для определения области приложения своих возможностей; эффективно используют ресурсы для реализации поставленной цели; проводят исследование изменений окружающей среды с целью выявления результатов от проделанной работы и уровня удовлетворенности общества. Их деятельность идентична деятельности любого предпринимателя, но с одним существенным отличием — она направленная на качественное изменение общества.

В самом общем виде, социальная деятельность предпринимателя включает реализацию блока задач, направленных на повышение благосостояния, создание среды наибольшего благоприятствования или усиление качественной составляющей общества.

Первая часть реализуется за счет выплаты налогов; своевременной оплаты коммунальных и иных платежей; выплаты справедливой «белой» заработной платы; отчисления в пенсионный фонд и т. д. Такая деятельность организации попадает под действие законодательства, однако обозначить их необходимо, т. к. пробелы и двоякая трактовка позволяют предпринимателям извлекать прибыль из полузаконных или незаконных действий. Отказ от таких схем в пользу общества также относится к социально-полезным деяниям.

Вторая часть связана с организацией быта, т. е. приводятся в порядок или строятся места семейного отдыха, парки, детские площадки, приюты для бездомных и т. д.

Третья часть блока задач связана с созданием системы оплаты базового или дополнительного образования сотрудникам или талантливой молодежи, включает в себя затраты на обучение и культурную адаптацию мигрантов; создание спортивных секций; программы адаптации преступников, реабилитации наркоманов и алкоголиков; профилактика СПИДА, наркомании, алкоголизма и курения и т. д.

Социальная ответственность проистекает из осознания необходимости вернуть обществу накопленные блага, полученные при использовании природных, человеческих и других ресурсов. Однако желание предпринимателей принять на себя социальную ответственность не возникает внезапно. Как правило, формирование ориентированной на общество политики, происходит с момента создания предприя-

тия, под влиянием воззрений руководства. Основные принципы служения обществу могут быть прописаны в уставе компании или носить характер традиций.

С другой стороны, не стоит игнорировать тот факт, что для компаний, мировоззрение которых формировалось в 90-е гг. баланс между стремлением к максимизации прибыли и удовлетворением потребностей общества является определяющим для уровня социальной ответственности. Количество принятых обязательств напрямую зависит от требований к бизнесу со стороны общества и государства, а также прибыльности и выгоды социальной активности для предпринимателя.

При наличии положительных тенденций в экономике трудности социального порядка ощущаются особенно остро и приобретают большую значимость. Основная проблема, которая имеет место — возможности отечественного предпринимателя взять на себя социальные обязательства и, а главное, выполнить их. Большая часть отечественных социологов придерживается мнения, что российский предприниматель склонен ставить свои личные интересы выше общественных, хотя экономическая ситуация в стране стабилизируется.

При этом социологи отмечают, что общественное мнение в России формируется не в пользу предпринимателей — только «9% респондентов из 1 200 опрошенных полагают, что большинство компаний в России ведет себя социально ответственно, и 43% — что немногие или никто» [24]. Предприниматель ассоциируется со стремлением к наживе любой ценой, в том числе за счет ущемления интересов других категорий граждан, в особенности, наемных работников. Используются «черные» и «серые» схемы оплаты труда; нарушаются нормы продолжительности рабочего времени; не соблюдаются техника безопасности на рабочем месте и другие нормы трудового законодательства; предлагаются потребителю товары низкого качества или опасные для здоровья; используется рабский труд мигрантов.

Следует четко определить границы социальной ответственности предпринимательства. Учитывая вышеприведенные характеристики в отдельный блок необходимо вывести предприятия социального обслуживания и социально-активные предприятия. К первому типу относятся те предприятия, которые, как правило, не выходят за пределы своей сферы деятельности: их влияние невелико, целевая аудитория

ограничивается местным населением, а сфера деятельности определяется ресурсами, которые они способны привлекать. Организации второго типа побуждают органы власти, другие компании, потребителей или сотрудников производить социально-полезные деяния. Обе группы, безусловно, полезны и заслуживают только положительного отклика на свои действия, но их деятельность не является социальным предпринимательством [25].

Социальная полезность возникает тогда, когда предприниматель стремиться к ценности в виде положительного изменения общества в целом или достаточно крупного сегмента в долгосрочном периоде. Определить является ли предпринимательская деятельность социальной можно оценив ее по трем основным параметрам. Во-первых, необходимо рассмотреть насколько деятельность организации нарушает равновесие в обществе. При этом равновесие может быть стабильным или динамичным, но несправедливым, т. е. подразумевается наличие неких негативных элементов, которые приносят физические или нравственные страдания определенной части общества, которые в силу сложившейся ситуации воспринимаются как неизбежные.

Во-вторых, следует определить системность и длительность деятельности предпринимателя. Выделение средств на покупку компьютеров для интерната похвальное и социально-направленное деяние, но мы не можем классифицировать его как социальное предпринимательство. Создание фонда, деятельность которого направлена на обеспечение интернатов необходимым для развития детей оборудованием — деятельность социального предпринимателя.

В-третьих, социальное предпринимательство подразумевает наличие сильной личности, которая является духовным лидером, вдохновителем, движителем; которая способна рисковать, принимать нестандартные решения, противиться устоявшейся действительности; дестабилизировать общество для достижения нового, улучшенного порядка.

Не вызывает сомнений тот факт, что для развития компании необходима сильная организационная культура, основой которой является идеология, включающая определение основных ценностей и осознание смысла деятельности. Проведенные Дж. Коллинзом и Дж. Поррасом исследования подтверждают, что высокие идеалы присущи не только тем компаниям, которые успешны настолько, что могут себе это позво-

лить. Наличие ключевой идеологии присущи многим великим компаниям и в то время, когда они боролись за выживание. Примером тому служит Sony в момент основания и Ford в период кризиса 1983 г. [26].

Оценить последствия социальной ответственности субъектов бизнеса достаточно сложно, в связи с тем, что результат носит качественный, а не количественный характер.

В процессе анализа деятельности предприятия учитывают и экономическую и социальную составляющую эффективности. Последняя является наиболее значимой по причине ее условной необязательности. Положительные изменения в экономической ситуации в стране позволяют повышать не только уровень юридической ответственности, но и привлекать предпринимателей к участию в решении социальных проблем общества. Чем выше уровень развития предприятия, тем больше у него возможностей усилить

социальную составляющую своей политики ведения бизнеса. Именно осуществление полезных для общества деяний сверх требований законодательства позволит стабилизировать социальную обстановку, а, следовательно, повысит устойчивость экономического развития страны.

Условия развития социальной ответственности

Для повышения эффективности деятельности предпринимательства необходимо отслеживать потребность общества в социальной активности. Основной принцип социальной ответственности, — своевременность и массовость — зачастую нарушается. При этом следует помнить, что нет вопросов первостепенной или второстепенной важности. Необходима продуманная, многоячеистая и многоступенчатая система качественной социальной политики, направленной на изменение общества.

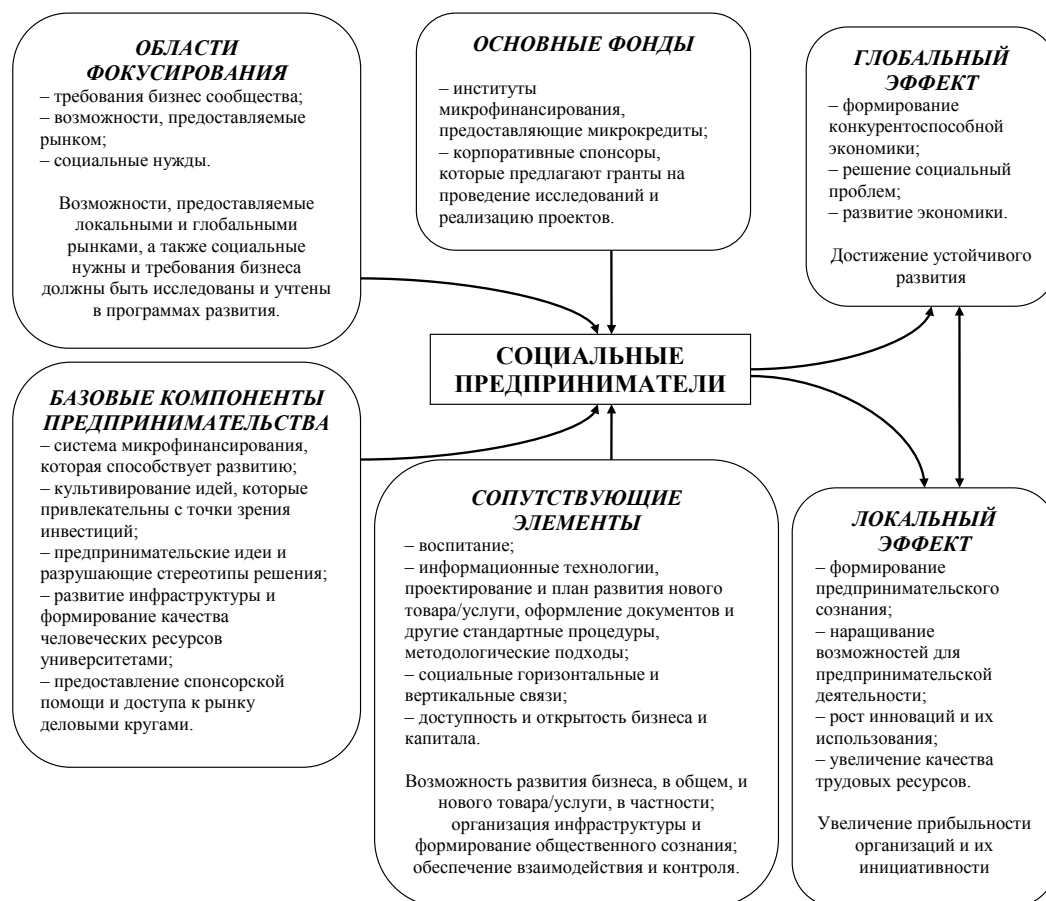


Рисунок 1. Идеальная экосистема для развития социального предпринимательства

Если представить идеальную экосистему (рисунок 1), в рамках которой существует социальное предпринимательство, то следует рассмотреть базовые компоненты, на основе которых происхо-

дит формирование предпринимательской деятельности. К ним относятся микрофинансирование, значение которого сложно переоценить, т. к. даже незначительные денежные вложения могут принести

огромную выгоду. Примером служит возможность получения кредита в размере 27 долларов, выданных в Бангладеше, которые местное население использовало для открытия собственного дела, в чем преуспели [27].

Также следует отметить культивирование привлекательных бизнес-идей, некоторые из которых влекут за собой сбой в равновесии. Также к базовым компонентам относятся: развитие инфраструктуры, благодаря которой обеспечивается возможность комфортного ведения предпринимательской деятельности; формирование человеческого капитала, который отвечает за реализацию поставленных целей; а также возможность получения спонсорской помощи для осуществления социально-полезной деятельности.

Области фокусирования предпринимательской деятельности включают требования бизнес сообщества; оценку возможностей, предоставляемых рынком; социальные нужды. Основные фонды, которые могут быть направлены на социальные нужды подразумевают объединенную деятельность банков, небольших компаний и крупных инвесторов. При этом уровень эффективности их функционирования напрямую влияет на интенсивность развития пред-

принимательской деятельности, как на локальном, так и на глобальном уровне.

Совокупное влияние сопутствующих элементов, таких как воспитание, развитость информационных технологий, возможность ускоренного оформления документов и следование другим стандартным процедурам, налаженность социальных связей в обществе и, в общем, доступность и открытость бизнеса обеспечивает возможность развития бизнеса, увеличение предложения товаров и услуг и их качества.

Сформированная наиболее эффективным образом на основании перечисленных элементов деятельность предпринимателей оказывает локальный и глобальный эффекты на развитие экономики. Локализованный эффект подразумевает формирование предпринимательского сознания, формирование возможностей развития предпринимательства и увеличение конкурентоспособности основной предпринимательской среды (региона), а также повышение качества трудовых ресурсов. Глобальный эффект включает повышение конкурентоспособности экономики; решение социальных проблем; обеспечение устойчивости развития экономики. Решение социальных проблем носит именно глобальный характер. Как и деятельность предпринимателей в целом.

Список литературы:

1. Федеральный закон от 11.08.1995 N 135-ФЗ (ред. от 23.12.2010) «О благотворительной деятельности и благотворительных организациях»
2. Трудовой кодекс РФ (ТК РФ) от 30.12.2001 N 197-ФЗ. Часть вторая в редакции от 30.06.2006 № 90-ФЗ
3. Prasnikar J. Competitiveness, Social responsibility and Economic Growth. NY. Nova Science Publishers, Inc. – 2006. – 368 p.
4. Coleman J.C. Foundations of Social Theory, Cambridge, Mass.: Harvard University Press. – 1994.
5. Bourdieu, P. «Forms of capital» in J. C. Richards (ed.). Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education, – New York: Greenwood Press. – 1983.
6. Elkington J., Hartigan P. The power of unreasonable people. Boston: Harvard Business Press. – 2008. – 242 p.
7. Debeljak Z. & Gregoric A. Modeling Corporate Social Responsibility // Competitiveness, Social Responsibility and Economic Growth. – New York: Nova Science Publishers, Inc., – 2006. – 368 p.
8. Chrutchfield L.S. & Grant, H.M. Fore for good. SF.: John Wiley&Sons, Inc. – 2008. – 313 p.
9. Smith M. K. «‘Social capital’, the encyclopedia of informal education». – 2000-2009. URL: <http://infed.org/mobi/social-capital> (дата обращения: 14.08.2016).
10. Mygind Niels. Dilemmas in Balancing the Stakeholders: Corporate Social Responsibility in the Pharmaceutical Company Novo Nordick // Competitiveness, Social Responsibility and Economic Growth. – New York: Nova Science Publishers, Inc. – 2006. – P. 299-313.
11. Dees J. G., Emerson J., Economy P. Strategic tools for Social Entrepreneurs: Enhancing the performance of your enterprising Non-profit. NY. John Wiley&Sons, Inc. – 2002. – 326 p.
12. Dunkan E. A grounded Theory Study on Social Entrepreneurship: Koln: Lambert Academic Publishing AG&Co. – 2009. – 271 p.

13. Burns K. A. Five Social Enterprise Myths, Dispelled // Fast Company. URL: <http://www.fastcompany.com/social/myths.html> (дата обращения: 18.01.2017)
14. Brinckerhoff P. C. Social Entrepreneurship: The art of Mission-based venture development 2000. John Wiley&Sons, Inc NY. – 238 p.
15. Туркин, С. Как выгодно быть добрым: сделайте свой бизнес социально ответственным. – М.: Альпина Бизнес Букс, – 2007. – 381 с.
16. Потапова М.А. Формирование и развитие предпринимательской среды. – Владивосток: Изд-во Дальневост. Федерал. Ун-та, – 2011. – 244 с.
17. Лапина Н. Внутренняя и внешняя социальная политика российских предприятий и корпораций: Вклад в региональное развитие // Социальная политика бизнеса в российских регионах. – М., – 2005. – С. 13-65.
18. Социальная политика в современной России: реформы и повседневность / под ред. П. Романова и Е. Ярской-Смирновой. М.Ж ООО «Вариант», ЦСПГИ, – 2008. – 465 с.
19. Перегудов С.П., Семененко И.С. Корпоративное гражданство: концепции, мировая практика и российские реалии. – М.: Прогресс-Традиция, – 2008. – 448 с.
20. Благоев Ю.Е. Корпоративная социальная ответственность: эволюции концепции. СПб.: Изд-во «Высшая школа менеджмента», – 2011. – 272 с.
21. Чубарова Т.В. Социальная ответственность в рыночной экономике: работник, бизнес, государство. СПб.: Нестор-История, – 2011. – 320 с.
22. Dees J. Gr. The Meaning of Social Entrepreneurship // Unites States Association of Small Business and Entrepreneurship. May 30, 2010. URL: <http://usasbe.org/knowledge/socialentres/Dees.pdf> (дата обращения: 12.01.2017).
23. Хоманн К., Бломе-Дрез Ф. Экономическая этика и этика предпринимательства. URL: http://krotov.info/lib_sec/22_h/hom/an2.htm (дата обращения: 16.02.2017).
24. Одегов Ю. Г., Руденко Г. Г., Социальная ответственность предпринимателя: от идеи к российской реальности // Управление персоналом. – 2004. – № 7. – С. 43-45.
25. Мартин Р.Л., Осберг С. «Социальное предпринимательство» – определение понятия // Stanford Social Innovation Review. 2007. URL: http://www.nb-forum.ru/thanalitic_391_76 (дата обращения: 15.08.2016).
26. Коллинз Дж., Поррас Дж. Построенные навечно: успех компаний, обладающих видением. СПб.: Стокгольмская школа экономики, 2005. 350 с.
27. Мухаммад Юнус: У меня только среди уличных попрошайек 120 тыс. заемщиков // Банки России. URL: <http://www.wbanks.ru/interview/muhammad-unus> (дата обращения: 10.02.2017).

Информация об авторах

Потапова Марина Александровна, кандидат экономических наук, доцент кафедры менеджмента, Школа экономики и менеджмента, Дальневосточный федеральный университет

Адрес: 690041, г. Владивосток, ул. Серова, д. 33.

Тел. +7-914- 707-62-97

E-mail: Potapova.ma@dvfu.ru

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5143-5213>

L. V. Romanova¹

¹ *Educational-Scientific Institute of International Economics and Finance of the Interregional Academy of Personnel Management, Kiev, Ukraine*

THEORETICAL AND PRACTICAL ASPECTS OF DEVELOPMENT OF MARKETING MANAGEMENT ON INDUSTRIAL ENTERPRISES

Abstract

Objective: to develop theoretical approaches and practical directions for the development of marketing management in industrial enterprises.

Methods: systemic approach, analysis and synthesis, dialectical and logical methods.

Results: on the basis of the analysis of scientific literature, the growing role of marketing in the development of industrial enterprises is defined. The necessity of refinement and improvement of theoretical aspects to the understanding of marketing management is substantiated, and methodological and practical approaches to its formation and development on industrial enterprises are proposed. Based on the system approach, marketing management is defined as the leading subsystem in the enterprise management system, which requires changing all components of the system: concepts, technology, functions. It is concluded that for practical implementation of the proposed development directions in Ukraine, special attention should be paid to culture and spirituality.

Scientific novelty: improved on the basis of the proposed theoretical approaches of the direction of development of marketing management on industrial enterprises.

Practical significance: the main provisions of the article can be used by state structures and business when developing a strategy for the development of industrial enterprises.

Keywords: management, marketing, marketing technology, marketing concept, industrial enterprises.

References:

1. Beyker Dzh. Marketing – filosofiya ili funktsiya? Marketing; pod red. M. Beykera. – Spb.: Piter, – 2002, – 1200 s.
2. Beyker Dzh. Budushee marketinga. Marketing; pod red. M. Beykera. – Spb.: Piter, – 2002, – 1200 s.
3. Best Rodzher. Marketing ot potrebitelya. Effektivnost i rentabelnost marketinga. – M.: Izdatelstvo «Mann, Ivanov, Ferber», – 2008.
4. 8 fundamentalnykh printsipov uspehnogo marketinga. Polnoe rukovodstvo po sovremennomu marketingu v Olive & Company [Elektronnyy resurs] – URL: <http://www.marketing-ua.com>,
5. B2B i sotsetsi: effektivnyy sposob operedit konkurentov [Elektronnyy resurs] – URL: <http://www.marketing-ua.com>
6. Dligach A. Chto ne tak s marketingom v Ukraine [Elektronnyy resurs] – <http://forbes.net.ua/opinions/1347104-chto-ne-tak-s-marketingom-v-ukraine>
7. Kotler F., Kartadzhakayn H., Setiavan A. Marketing 3.0. Ot produktov k potrebitelyu i dalee – k chelovecheskoy dushe; per s angl. A. Zayakina. – M.: Alpina Biznes Buks, – 2012, – 240 s.
8. Kotler F., Kepler K. L. Marketing menedzhment – [12-e izd.]. – SPb.: Piter, – 2009, – 816 s.
9. Liderstvo maybutnogo: vId rozumu do sertsya [Elektronnyy resurs] – URL: <http://www.marketing-ua.com>.
10. Lisovskaya O.Yu. Sotsialnyy marketing v Ukraine – tehnologii novoy eryi // Marketing v Ukraine, – 2012, – No. 6.
11. Osnovy promyshlennogo marketinga/Frederik Uebster. – M.: Izdatelskiy dom Grebennikova, – 2005, – 416 s.
12. O'Shonessi Dzh. Konkurentnyy marketing: strategicheskyy podhod; per. s angl. pod red. D. O. Yampolskoy. – SPb.: Piter, – 2002, – 864 s.
13. Peymi Voyma, Kristian Grenroos. Vnutrennyy marketing – perspektiva partnerskikh otnosheniy. Marketing; pod red. – M. Beykera. – Spb.: Piter, – 2002, – 1200 s.

14. Repev A. Est li nam mestov «novoy ekonomike»? [Elektronnyy resurs] – URL: <http://www.repiev.ru/articles/NewEconomy.htm>
15. Romanova L. V. Do problemi formuvannya suchasnoyi modeli marketingu v Ukrayini // Ekonomika APK, – 2013, – № 5, – P. 103–107.
16. 7 tseley dlya marketologov na 2017. Infografika [Elektronnyy resurs] – URL: http://mmr.ua/show/novogodnie_obeshtaniya_7_tseley_dlya_marketologov_na_2017
17. Stavniychuk A. Omnikanalnost klientskogo servisa [Elektronnyy resurs] – URL: <http://www.marketing-ua.com>,
18. Shiv Charlz D., Haem Aleksandr Uotson. Kurs MBA po marketingu; per. s angl. – M.: Alpina Biznes Buks, – 2005, – 717 s.
19. Shou Robert, Merrik David, Kobernik I. Pribylniy marketing: okupaetsya li vash marketing? – K.: Companion Croup, – 2007, – 496 s.
20. Aaker D. A. Managing Brand Equity, N. Y.: The Free Press, – 2003, – 300 p.

Information about the authors

Romanova Lidiya V, doctor of Economic Sciences, Professor, Head of Marketing Department, Educational-Scientific Institute of International Economics and Finance of the Interregional Academy of Personnel Management, Kiev, Ukraine

Address: 03039, Kiev, Ukraine Frometevskaya Str. 2,

Tel.: +380 63 813 87 54

E-mail: romanovalida@ukr.net

ORCID: <http://orcid.org/0000-0003-2292-6616>

Л. В. Романова ¹

¹ Учебно-научный институт международной экономики и финансов Межрегиональной Академии управления персоналом, Киев, Украина

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ МАРКЕТИНГОВОГО МЕНЕДЖМЕНТА НА ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

Аннотация

Цель исследования: разработать теоретические подходы и практические направления развития маркетингового менеджмента на промышленных предприятиях.

Методы исследования: системный подход, анализ и синтез, диалектический и логический методы.

Результаты: на основе анализа научной литературы определена возрастающая роль маркетинга в развитии промышленных предприятий. Обоснована необходимость уточнения и доработки теоретических аспектов к пониманию маркетингового менеджмента и предложены методологические и практические подходы к его формированию и развитию на промышленных предприятиях. На основе системного подхода маркетинговый менеджмент определяется как ведущая подсистема в системе управления предприятием, что требует изменения всех составляющих системы: концепций, технологии, функций. Сделан вывод о том, что для практической реализации предложенных направлений развития в Украине особое внимание нужно уделить культуре и духовности.

Научная новизна: усовершенствованы на основе предложенных теоретических подходов направления развития маркетингового менеджмента на промышленных предприятиях.

Практическая значимость: основные положения статьи могут быть использованы государственными структурами и бизнесом при разработке стратегии развития промышленных предприятий.

Ключевые слова: менеджмент, маркетинг, технология маркетинга, концепция маркетинга, промышленные предприятия.

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность проблемы. На промышленных рынках из-за высокой взаимозависимости между производителями и потребителями маркетинговая активность признается инструментом повышения конкурентоспособности и прибыльности [11]. На основе маркетинговых принципов и функций определяются миссия, цели, стратегия, организация деятельности, эффективность и прибыльность предприятий и вся их деятельность, по П. Друкеру, включается в понятие маркетинга. Причем, ориентация на нужды и запросы потребителей становится составляющей деятельности не только каждого менеджера, но каждого сотрудника организации на всех уровнях управленческой иерархии. Поэтому речь идет о маркетинговом менеджменте, на основе которого формируется вся система управления предприятием.

Но на практике маркетинговый менеджмент еще не находит широкого применения. Так, по данным группы компаний Advanter Group 8 из 10 украинских предприятий не понимают, что за маркетинг нужно отвечать не только одному маркетинговому менеджеру, из 128 опрошенных руководителей 86% считают маркетинг вспомогательной функцией. Менеджмент предприятий не считает маркетинговые расходы инвестициями, поэтому стремится их минимизировать и только 11% руководителей признают отдачу от маркетинговых вложений удовлетворительной. Причиной такого состояния маркетинга является его второстепенная роль в украинском бизнесе. Прослеживается преобладание технологий над рыночными инновациями, а маркетинг перестал быть сущностью бизнеса и подчиняется финансовой или производственной стратегии. Для изменения ситуации предлагается высшему руководству компании принять на себя ответственность за маркетинг, как за технологией управления бизнесом. И тогда такая компания станет маркетинговой, в которой все, от кладовщика и технолога до финансового директора и руководителя объединены рыночными целями, а удовлетворение потребностей потребителей станет не книжной фразой, а идеологией успешного бизнеса [6].

В настоящее время украинские предприятия теряют рынки и потребителей. Поэтому возникает необходимость переосмысления теоретических и практи-

ческих основ управления на принципах маркетинга, что и обуславливает актуальность исследований.

Результаты исследования. Превращение сути маркетинговой деятельности, определение ее роли и места в системе управления предприятием и наполнение концепции маркетингового менеджмента новым содержанием обусловлено кардинальными изменениями в системе мировых рыночных отношений. Сегодня под влиянием трансформации мировых экономических процессов происходят серьезные изменения в управлении и маркетинге. Последний из рядовой функций превращается в главную интегрирующую и занимает лидирующее положение в управленческой иерархии, а место традиционного менеджмента занимает маркетинговое управление. Именно маркетинг за счет формирования рынков предприятия (государства), налаживания связей с потребителями и со всеми заинтересованными сторонами обеспечивает конкурентоспособность и эффективность бизнеса как внутри страны, так и за ее пределами.

Указанное выше свидетельствует о необходимости изменения концепции маркетинга в контексте реального, а не декларируемого направления бизнеса на запросы потребителей. Изменения следует связывать также с эффективностью и окупаемостью маркетинговых затрат. Большинство систем в бизнесе созданы для контроля расходов, доходов, задолженности, прибыли и т. д., но основа рыночной эффективности определяется, прежде всего, показателями эффективности и рентабельности маркетинга [3].

Таким образом, изменения маркетинговой концепции требуют другой практики маркетинга и бизнеса в целом. Компаниям необходимо отойти от традиционных подходов, предусматривающих, прежде всего, ориентацию на сбытовую деятельность, не учитывая при этом запросы потребителей, и сформировать новое видение осуществления маркетинговой деятельности. На основании изложенного предлагаем следующие методологические подходы к определению направлений развития маркетингового управления на предприятиях, в частности, промышленных, с учетом их специфики, и пути их практической реализации:

I. Маркетинговое управление как системное образование должно стать базой, основой всей системы общего управления предприятием

и осуществляться на стратегическом, оперативном и тактическом уровнях. Это даст возможность поставить целевую установку производства товаров по обеспечению потребностей потребителей на первое место [8], обеспечить органичное включение потребителей в процесс создания товара и формирования с ними глубоких и содержательных отношений в процессе взаимодействия [18]. В результате таких революционных преобразований потребители и сотрудники перемещаются на вершину управленческой пирамиды, а организация становится конкурентоспособной и будет служить потребителям.

II. Вторым методологическим подходом является трансформация концепции маркетинга и наполнение ее новым содержанием. В литературе выделяют пять конкурирующих концепций, которые может выбирать организация при осуществлении маркетинговой деятельности. Имеется в виду производственная концепция, товарная, сбытовая, маркетинговая и социально-этического маркетинга. Согласно классическому пониманию, что практически доминирует в основной литературе по маркетингу, концепция маркетинга — это «определение нужд целевых рынков и удовлетворение потребностей потребителей более эффективными, чем у конкурентов способами» [8]. Изменения в окружающей среде обуславливают эволюцию бизнеса и маркетинга. Сегодня целевой установкой бизнеса является не просто маркетинг, как изучение потребностей и их удовлетворение, а желание потребителей, коммуникации, постоянный диалог с потребителями, что обеспечивает другие подходы к управлению предприятием. Поэтому, в основе управления предприятием должна быть холистическая концепция по Ф. Котлеру, включающая маркетинг взаимоотношений, социально-этический, интегрированный и внутренний маркетинг.

Ведущее место на промышленных предприятиях занимает маркетинг взаимоотношений, который под влиянием глобальных изменений среды претерпел глубокую трансформацию — от заключения соглашений к позиционированию взаимоотношений, как ключевого стратегического ресурса [1]. Происходит переход к стратегическим партнерским взаимоотношениям и формированию маркетинговых партнерских сетей, в состав которых входят предприятие, потребители, поставщики, посредники.

Важной становится функция снабжения. Бездефектное производство, выполнение сроков постав-

ки являются, по мнению вице-президента Intel Кена Томпсона, требованием вчерашнего дня. Компании нужны поставщики, которые бы помогли стать ей конкурентоспособной, быть источником новых идей по эффективности производства, снижению себестоимости продукции и повышению прибыльности бизнеса, указывать нужные направления развития. Тогда отношения с такими поставщиками будут постоянными и устойчивыми. [14].

Особое место должен занять внутренний маркетинг. В большинстве изданий внутренний маркетинг трактуется довольно узко и касается персонала компании в качестве основных рекламоносителей и внутреннего источника имиджа. Внутренний маркетинг следует рассматривать как стратегию менеджмента по развитию у сотрудников предприятия положительного отношения к потребителям. С другой стороны, внутренний маркетинг рассматривается как деятельность по удовлетворению потребностей потребителей на внутреннем рынке, которыми в данном случае выступают сотрудники компании [13].

Однако, персонал будет выполнять указанные функции только при условии соответствующей корпоративной культуры, основанной на системе общепринятых ценностей, соответствующей мотивации. Целесообразно также расширить понимание внутреннего маркетинга за счет включения в маркетинговую деятельность работников всех подразделений компании для выполнения определенных маркетинговых функций в контексте направления их на удовлетворение потребностей потребителей.

Важной для Украины является необходимость формирования соответствующей культуры, духовности персонала, особенно лидеров. Без культуры не может быть процветания. Специалист по вопросам лидерства Майкл Джонс считает, что во времена роста роли искусственного интеллекта человек может сохранить свою уникальность только через углубление своей человечности [9]. Автор подчеркивает, что в промышленную эпоху уникальность человека проявлялась в умении делать вещи своими руками, в эпоху технологическую — в способности творить умом. В сегодняшнюю эпоху приближения новой революции исключительность человека заключается в освоении человеческого сердца. Без душевного интеллекта разум человека может нанести миру огромный вред.

Проблема культуры, духовности является одной из крупнейших в Украине. Как можно заключать дого-

воры на сотрудничество, в которых одна сторона хочет «кинуть» другую. Мир движется другим путем, поэтому украинскому обществу и бизнесу, в частности, нужно кардинально меняться. «Золотой телец» не должен управлять сердцами.

Изменение моделей современного маркетинга от 1.0 и 2.0 до 3.0 предусматривает формирование деятельности на отношениях доверия и сотрудничества всех участников маркетингового обмена, а его базовой составляющей является система ценностей и культуры. В связи с этим возрастает роль социального маркетинга, результативность которого имеет внутреннюю и внешнюю составляющую. Внутри компании она состоит в повышении уровня компетентности персонала, его лояльности, улучшении корпоративной культуры, условий и производительности труда. Внешний социальный эффект формируется на основе повышения имиджа компании, ее социальной значимости, расширения возможностей доступа на новые рынки, взаимосвязей с новыми партнерами, повышения качества продукции, удовлетворенности потребителей и их лояльности. Все это, в конечном счете, будет способствовать росту экономической результативности [7; 8; 10; 15]. Можно привести пример ООО «СТАРК Индастри», созданного в 2011 г., занимающегося импортом в Украину инновационного оборудования ведущих зарубежных производителей для украинских машиностроительных компаний. Менеджментом компании было принято решение формировать свой имидж и продвигаться на рынке именно с помощью инструментов социального маркетинга. Был разработан проект спонсорства Федерации «Дзюдо Украины». Предприятие также вкладывает средства в обучение и повышение квалификации собственного персонала и персонала украинских партнеров в ведущих зарубежных компаниях Германии, Дании, Чехии, Италии, США. За шесть лет своего существования успешно освоено 20-ть европейских программ обучения. В результате предприятие работает с 50 лучшими зарубежными компаниями, брокерами, посредниками по обеспечению ведущих украинских машиностроительных предприятий и решению общих с ними проблем.

III. Модернизация технологии маркетингового менеджмента. Современный маркетинг — это целостная методология, объединяющая бренды с клиентами и приносящая результаты за счет комбинации стратегии, креатива, технологии и анализа. Базируется

на восьми принципах [1], представленных агентством Olive & Company. Рекламное агентство MDG Advertising также предложило семь стратегических и тактических целей для маркетологов в 2017 году [16]. На основе этих и других источников можно определить следующие стратегии развития технологий современного маркетинга:

1) брендовый опыт клиентов в каждом месте столкновения, для определения которого целесообразно проведение аудита маркетинга, внедрение стандартов бренда;

2) персонализация клиентов Предусматривает налаживание отношений с определенными личностями. Необходимость такого маркетингового мероприятия признают 94% маркетологов и его результативность проявляется в росте объема продаж на 19%;

3) интеграция омникальных стратегий и тактик. Такую стратегию используют 78% компаний. С целью успешной реализации омникальной стратегии нужна интеграция, объединение коммуникаций с потребителем на всех этапах сотрудничества, включая доставку, логистические процессы. Ведь до сих пор на предприятиях путь клиента от одного отдела к другому требует ручного вмешательства [17];

4) адаптация менеджмента предприятия к новым технологиям маркетинга и нахождения баланса между ними. Так, компании тратят 35% бюджета на digital-технологии, более дешевые каналы коммуникации. Об их необходимости заявляют также руководители по маркетингу украинских предприятий;

5) повышение автоматизации маркетинга ведет к росту качественных лидов на 45%;

6) inbound-лиды и outbound-лиды. Нужно учитывать, что первые являются дешевле на 61% за счет уменьшения расходов на рекламу. Поэтому для их реализации целесообразно, прежде всего, изучить, каким образом клиенты принимают решение о покупке. Outbound-продажи становятся менее эффективными. Так, на промышленном рынке для установления связи с потенциальным клиентом нужно 18 и более телефонных звонков. Менее 1% представителей компаний перезванивают и только 24% outbound-сообщений потребители открывают. При этом 84% B2B покупателей начинают процесс покупки из ссылок, а рекомендации влияют более чем на 90% решений [5];

7) измерение и анализ эффективности маркетинговых мероприятий [2]. 93% руководителей понимают необходимость обеспечивать ROI, но только 21%

могут успешно его оценить. Поэтому нужно определить ключевые для данного предприятия показатели эффективности деятельности, используя все доступные инструменты и технологии;

8) установление итеративной реализации и оптимизации. 87% agil – маркетологов отмечают рост доходов, 78% менеджеров используют такие подходы, а некоторые отмечают увеличение производительности в 2 раза. Речь идет о проектных подходах в маркетинговом управлении;

9) осуществление инвестирования в видео-контент. Конечно, видео является трудной задачей для предприятий, однако он быстро становится любимым контентом для потребителей и потому, это направление деятельности определяется как стратегическое. Прогнозируется, что к 2020 году 82% интернет-трафика займет видео;

10) решение проблемы с безопасностью личных данных потребителей. Рост digital-каналов и Big Data хотя и стало благом для маркетологов, но сопровождается обеспокоенностью потребителей относительно безопасности личной информации. В США доля таких потребителей составляет 84%. Не пользуются такими каналами в Украине большинство православных верующих;

11) анализ и проверка данных. Это стратегическое направление деятельности является достаточно важным, поскольку неточности получаемой информации, удельный вес которой составляет более трети, обуславливает неправильность принятых маркетинговых решений;

12) использование новых технологий. Прогнозируется, что к 2020 г. объемы VR интернет-трафика вырастут в 60 раз.

На промышленном рынке социальные сети становятся важной технологией продаж для победы в конкурентной борьбе. Сегодня нужно решать проблемы клиента, а не продавца, тогда как организации продолжают использовать старые технологии продаж. Поэтому, по данным Forrester к 2020 г. более 1 млн. продавцов потеряют работу, а продажи переместятся в социальные сети. На промышленном рынке стратегическая задача бренда заключается не в увеличении количества клиентов из-за их ограниченности, а создание и поддержка двусторонней коммуникации с сфокусированным контентом, применяя социальные платформы и инструменты. Целесообразность их использования объясняется следующим. На про-

мышленном рынке 75% покупателей используют социальные сети для установления контактов с коллегами для принятия решений о покупке, а 53% из них используют социальные сети для оценки инструментов и технологий. Покупатели B2B в пять раз быстрее выбирают более осведомленных в их бизнесе продавцов, а 72% продавцов, которые используют социальные сети, опередили своих конкурентов и быстрее закрывают сделки [5].

IV. Фундаментом маркетингового менеджмента должно стать маркетинговое стратегическое планирование деятельности предприятия с целью достижения конкурентных преимуществ в будущем и целевая установка менеджмента на систему ценностей. Однако, в этом случае маркетинг должен выполнять те функции, которые ранее не выполнялись им, в частности, формировать эффективный маркетинг. По данным консалтинговых маркетинговых агентств сегодня украинские предприятия стали обращаться за предоставлением услуг по определению перспективных направлений развития, разработки бизнес-плана, малобюджетных и нестандартных маркетинговых мероприятий, медиа-планирования. Значительно вырос спрос на ценовые исследования, измерения эффективности рекламных мероприятий, изучение поведения потребителей с учетом серьезных изменений. Однако, заказ на стратегические исследования практически отсутствовал.

V. Совершенствование составляющих системы управления. К основным маркетинговым функциям маркетингового менеджмента промышленных предприятий, кроме общепринятых, следует отнести инновационную, сервисную, мотивационную в контексте мотивации не только потребителей, но и персонала маркетингового отдела. Практическая реализация модели управления предприятием на основе системы маркетингового менеджмента требует повышения профессионализма маркетологов, их умений и навыков. Руководители маркетинговых отделов Украины отмечают недостаточность соответствующих специалистов маркетологов и необходимость повышения требований к их квалификации. Речь идет о ключевых, прогрессивных и дополнительных маркетинговых умениях [2].

VI. Маркетинговая деятельность на предприятии должна быть эффективной и прибыльной. В результате научных дискуссий в литературе сделаны выводы о том, что оценка деятельности компании

должна осуществляться с точки зрения фирмы и клиентов. К показателям эффективности маркетинга предлагают отнести такие из них, как рыночная эффективность, в частности, темпы роста рынка, доля рынка, привлекательность рынка, отрасли, потенциал рыночного спроса, конкурентной эффективности (цены, качества брендов, расходов), рыночной деятельности клиентов, как эффективность сотрудничества с клиентами (оценка их удовлетворения, сохранения, лояльности, восприятия потребительской ценности), рентабельность и доходность маркетинга.

ВЫВОДЫ

На основании изложенного можно сделать вывод о том, что для обеспечения конкурентоспособности

промышленных предприятий и ориентации всех его подразделений на потребителя необходимо кардинально изменить всю систему управления предприятием, выстроив ее на основе маркетингового менеджмента, трансформировать концепции маркетингового управления для конкретной реализации направления деятельности предприятий на нужды потребителей, сосредоточив внимание на маркетинге взаимоотношений, внутреннем и социальном маркетинге, модернизировать технологию маркетинга, превратить стратегическое маркетинговое планирование в постоянный и необходимый инструмент достижения целей организации, повышать профессионализм, умение и эффективность маркетинговой деятельности.

Список литературы:

1. Бейкер Дж. Маркетинг – философия или функция? Маркетинг; под ред. М. Бейкера. – СПб.: Питер, – 2002. – 1200 с.
2. Бейкер Дж. Будущее маркетинга. Маркетинг; под ред. М. Бейкера. – СПб.: Питер, – 2002. – 1200 с.
3. Бест Роджер. Маркетинг от потребителя. Эффективность и рентабельность маркетинга. – М.: Издательство «Манн, Иванов, Фербер», – 2008.
4. 8 фундаментальных принципов успешного маркетинга. Полное руководство по современному маркетингу в Olive & Company [Электронный ресурс] – URL: <http://www.marketing-ua.com>
5. B2 B и соцсети: эффективный способ опередить конкурентов [Электронный ресурс] – URL: <http://www.marketing-ua.com>,
6. Длигач А. Что не так с маркетингом в Украине [Электронный ресурс] – <http://forbes.net.ua/opinions/1347104-cto-ne-tak-s-marketingom-v-ukraine>
7. Котлер Ф., Картаджакан Х., Сетиаван А. Маркетинг 3.0. От продуктов к потребителю и далее – к человеческой душе; пер с англ. А. Заякина. – М.: Альпина Бизнес Букс, – 2012. – 240 с.
8. Котлер Ф., Кеплер К. Л. Маркетинг менеджмент – [12-е изд.]. – СПб.: Питер, – 2009. – 816 с.
9. Лідерство майбутнього: від розуму до серця [Электронный ресурс] – URL: <http://www.marketing-ua.com>.
10. Лисовская О. Ю. Социальный маркетинг в Украине – технологии новой эры // Маркетинг в Украине. – 2012. – № 6.
11. Основы промышленного маркетинга / Фредерик Уэбстер. – М.: Издательский дом Гребенникова, – 2005. – 416 с.
12. О'Шонесси Дж. Конкурентный маркетинг: стратегический подход; пер. с англ. под ред. Д. О. Ямпольской. – СПб.: Питер, – 2002. – 864 с.
13. Пэйми Войма, Кристиан Гренроос. Внутренний маркетинг – перспектива партнерских отношений. Маркетинг; под ред. М. Бейкера. – СПб.: Питер, – 2002. – 1200 с.
14. Репьев А. Есть ли нам место в «новой экономике»? [Электронный ресурс] – URL: <http://www.repiev.ru/articles/NewEconomy.htm>
15. Романова Л. В. До проблеми формування сучасної моделі маркетингу в Україні // Економіка АПК. – 2013. – № 5. – С. 103–107.
16. 7 целей для маркетологов на 2017. Инфографика [Электронный ресурс] – URL: http://mmr.ua/show/novogodnie_obeshtaniya_7_tseley_dlya_marketologov_na_2017
17. Ставнийчук А. Омниканальность клиентского сервиса [Электронный ресурс] – URL: <http://www.marketing-ua.com>,
18. Шив Чарльз Д., Хаем Александр Уотсон. Курс МВА по маркетингу; пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, – 2005. – 717 с.

19. Шоу Роберт, Меррик Давид, Коберник И. Прибыльный маркетинг: окупається ли ваш маркетинг? – К.: Companion Group, – 2007. – 496 с.
20. Aaker D. A. Managing Brand Equity. – N. Y.: The Free Press, – 2003. – 300 p.

Информация об авторе

Романова Лидия Владимировна, доктор экономических наук, профессор, заведующий отделом маркетинга Учебно-научного института международной экономики и финансов Межрегиональной академии управления персоналом, Киев, Украина
Адрес: 03039, Украина Киев, ул. Фрогеевская 2.
Тел.: +380 63 813 87 54
E-mail: romanovalida@ukr.net
ORCID: <http://orcid.org/0000-0003-2292-6616>

UDC 338.1

DOI: <http://dx.doi.org/10.20534/AJH-17-3.4-165-176>

N. O. Starkova ¹

¹ *Kuban State University, Krasnodar, Russia*

THEORETICAL ASPECTS OF BRANDING OF THE REGION

Abstract

Objective: to carry out the theoretical analysis of a conceptual framework and mechanisms of management of branding of the region.

Methods: comparison, generalization, observation, systemic analysis, data grouping, theoretical cognition, the method of analogy and historical method.

Results: on the basis of the analysis of the accumulated experience in the field of economy, management and marketing of the region it is proved that competitiveness of the regions can be raised due to implementation of the effective branding capable to improve image and to increase appeal of the region in the opinion of investors, local and potential inhabitants, the competent specialists, businessmen, tourists. The theoretical analysis of a conceptual framework, structure and mechanisms of forming of branding of the region allowed to specify determinations of categories “brand of region” and “branding of the region”, and also to reveal extent of influence of branding on loyalty of separate target audiences and increase in specific parameters of competitiveness of the region.

In article is also revealed that direct use of positive experience in development of territorial branding doesn't guarantee extrapolation of similar results, owing to impact of both internal, and external changes of social and economic system of the region. Therefore work on development, forming and support of a brand of the territory must represents the continuous process including all functionality of modern management and marketing requiring fixed adjustment taking into account the external and internal factors influencing a condition and development of the region.

Scientific novelty: in article are made the systematization and specification of terminology; here are also done the author's additions to the formulation of definitions of “brand of region” and “branding of the region”; in result of synthesis of generated theoretical materials are revealed the main specific intrinsic properties of branding of territory and is proved its influence on region competitiveness.

Practical importance: basic provisions and conclusions of article can be used in scientific and pedagogical activities in case of a research of processes of management of a brand of the Russian regions in modern conditions, and also for formalization of a role and the place of management of a brand of region in system of strategic territory management.

Keywords: brand of region, branding of the region, competitiveness, marketing of the territory, management of the region, target audience, stakeholders.

References:

1. Aaker D. Creation of strong brands: transl. from English / 2nd edit. M.: Izdatel'skij dom Grebennikova, – 2008. – 440 p. (in Russian).
2. Anhol't S., Hil'dret D. America brand: mother of all brands. – M.: Dobraja kniga. – 2010. – 232 p. (in Russian).
3. Bagdasarjan K. A. "Regional competitiveness" and "regional branding": content analysis, *Ekonomika: teorija i praktika*. – 2016. – No. 3 (43). – P. 91–96. (in Russian).
4. Vizgalov D. V. Branding of the city. – M.: Institut ekonomiki goroda, – 2011. – 160 p. (in Russian).
5. Gjerd T. 4 D Branding: hacking a corporate code of network economy. Spb.: Stokgol'mskaja shkola ekonomiki iv Sankt-Peterburge. – 2002. – 133 p. (in Russian).
6. Getmanova A. V., Kozyr' N. S. Анализ показателей экономической безопасности региона, *Sovremennye nauchnye issledovanija i innovacii*. – 2016. – No. 10 (66). – P. 180–183. (in Russian).
7. Dzhuha V. M., Mishhenko K. N. Formation of a profile of competitiveness of the Russian regions, *European Social Science Journal*. – 2016. – No. 3. – P. 41–46. (in Russian).
8. Kapferer Zh.-N. Brand forever: creation, development, support of value of brand: transl. from English by E. V. Vinogradova; under a general edition of V. N. Domnin. – M.: Vershina, – 2007. – 448 p. (in Russian).
9. Keller K. L., Structuring parameters of a brand, basis of poll of consumers: transl. from English by Kotsyuby N., *Brend-menedzhment*. – 2010. – No. 1. – P. 36–59. (in Russian).
10. Kizim A. A., Tyrtysnaja M. P. Intelligent transportation systems as factor of effective development of the territories // *Ekonomika: teorija i praktika*. – 2016. – No. 1 (41). – P. 86–92. (in Russian).
11. Klifton, R., Simmonz, Dzh. Brands and branding: transl. from English. – M.: Olimp-biznes, – 2008. – 352 p.
12. Kotler F. Marketing from A to Z. 80 concepts which each manager has to know. Al'pina Publisher, – 2015. – 211 p. (in Russian).
13. Kotler F., Asplund K., Rejn I., Hajder D. Marketing of places: investment attraction, the entities, inhabitants and tourists to the cities, communes, regions and the countries of Europe: transl. from English. SPb.: Stokgol'mskaja shkola jekonomiki v Sankt-Peterburge, – 2005. – 371 p. (in Russian).
14. Ljendri Ch. Creative city. – M.: Izdatel'skij dom «Klassika XXI», – 2006. – 400 p. (in Russian).
15. Nikulina O. V., Pokul' V. O. Marketing loyalty as the key characteristic of an efficiency evaluation of marketing of relations within a regional cluster // *Ekonomika i predprinimatel'stvo*. – 2014. – No. 5–1 (46–1). – P. 144–148. (in Russian).
16. Porter M. International competition: transl. from English. – M.: Mezhdunarodnye otnoshenija, – 2004. – 896 s. (in Russian).
17. Pleshakova M. V. New strategy of development of regional economy: drivers of growth and economic policy of the South of Russia // *Ekonomika: teorija i praktika*. – 2016. – No 4 (44). – P. 103–105. (in Russian).
18. Rozhkov I. Ja., Kismereshkin V. T. Brands and images. – M.: «RIP-holding», 2006. 256 p. (in Russian).
19. Savel'ev Ju. V. Management of region competitiveness: from the theory to practice. Institut jekonomiki KarNC RAN. Petrozavodsk: Karel'skij nauchnyj centr RAN. – 2010. – 516 p. (in Russian).
20. Skorobogatyh I. I., Chinjaeva D. A. The comparative analysis of the existing methods of assessment of trade-mark value, *Marketing v Rossii i za rubezhom*. – No 4. – 2003. – P. 35–39. (in Russian).
21. Sogomonov A. Ju. Modern city: strategy of identity, *Neprikosnovennyj zapas*. – 2010. – No. 2 (70). – P. 55–61. (in Russian).
22. Shevchenko I. V., Zhabin V. V. Ways of enhancement of techniques of assessment of the investment climate of regions, *Regional'naja jekonomika: teorija i praktika*. – 2007. – No. 14. – P. 47–52. (in Russian).
23. Shumpeter I. Theory of economic development. – M.: Progress, – 1982. – 445 p. (in Russian).
24. Anholt S. Competitive Identity: The New Brand Management for Nations, Cities and Regions / S. Anholt. 1-st edition. Palgrave Macmillan, – 2007. – 160 p.

25. Anholt S. Places: Identity, Image and Reputation / S. Anholt. Palgrave Macmillan, – 2009. – 256 p.
26. Ashworth G. J. Personality associations as an instrument of place branding: Possibilities and pitfalls. In: G. J. Ashworth and M. Kavaratzis (eds.) Towards Effective Place Brand Management – Branding European Cities and Regions. Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing, – 2010. – P. 222–233.
27. Dinnie K. Place branding: Overview of an emerging literature / K. Dinnie // Place Branding and Public Diplomacy. – 2004. – No. 1. – P. 106–110.
28. Go F. Place Branding: Global, Virtual and Physical Identities, Constructed, Imagined and Experienced / F. Go, R. Govers. NY: Palgrave Macmillan, – 2009. – 256 p.
29. Kavaratzis M., Ashworth G. Place branding: Where do we stand? // Towards effective place brand management branding European cities and regions / Ed. By G. Ashworth, M. Kavaratzis. Cheltenham, UK; Northampton, MA, USA: Edward Elgar. – 2010. – P. 1–14.
30. Kotler P., Haider D. H., and Rein I. Marketing Places: Attracting Investment, Industry, and Tourism to Cities, States, and Nations. – New York: The Free Press, – 1993.
31. Zenker S., Petersen S., and Anholt A. Development and implementation of the citizen satisfaction index (CSI): Four basic factors of citizens' satisfaction. Research Papers on Marketing and Retailing 39, – 2009. – P. 1–19.
32. Zenker S. and Martin N. Measuring success in place marketing and branding // Place Branding and Public Diplomacy. – 2011. – Vol. 7. – No. 1. – P. 34.

Information about the authors

Starkova Nadezhda Olegovna, candidate of Economic Sciences, associate professor, associate professor of the Chair of World Economy and Management, Kuban State University

Address: 350040, Russia, Krasnodar, Stavropolskaya Str., 149.

Tel.: +7 (861) 219-95-01

E-mail: n.starkova@mail.ru

ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-8012-3371>

Н. О. Старкова¹

¹ Кубанский государственный университет, г. Краснодар, Россия

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ БРЕНДИНГА РЕГИОНА

Аннотация

Цель: осуществить теоретический анализ понятийного аппарата и механизмов управления брендингом региона.

Методы: сравнения, обобщения, наблюдения, системного анализа, группировки данных, теоретического познания, а также метод аналогии и исторический метод.

Результаты: На основе анализа накопленного опыта в области экономики, управления и маркетинга региона доказано, что конкурентоспособность российских регионов может быть повышена за счет осуществления эффективного брендинга, способного улучшить имидж и повысить привлекательность региона в глазах инвесторов, местных и потенциальных жителей, высоко квалифицированных специалистов, бизнесменов, туристов. Теоретический анализ понятийного аппарата, структуры и механизмов формирования брендинга региона позволил уточнить определения категорий «бренд региона» и «брендинг региона», а также выявить степень влияния брендинга на лояльность отдельных целевых аудиторий и повышение конкретных параметров конкурентоспособности региона.

Также выявлено, что непосредственное использование положительного опыта в развитии территориального брендинга не гарантирует экстраполяции похожих результатов, в силу воздействия как внутренних, так

и внешних изменений социально-экономической системы региона. Поэтому работа по развитию, формированию и поддержке бренда территории представляет собой непрерывный процесс, включающий весь функционал современного менеджмента и маркетинга, требующий постоянной корректировки с учетом внешних и внутренних факторов, влияющих на состояние и развития региона.

Научная новизна: в статье произведена систематизация и уточнение терминологии, внесены авторские дополнения к формулировке понятий бренд региона и брендинг региона; выявлены и обоснованы основные специфические сущностные свойства брендинга территории, обосновано его влияние на конкурентоспособность региона.

Практическая значимость: основные положения и выводы статьи могут быть использованы в научной и педагогической деятельности при исследовании процессов управления брендом российских регионов в современных условиях, а также для формализации роли и места управления брендом региона в системе его стратегического управления территорией.

Ключевые слова: бренд региона, брендинг региона, конкурентоспособность, маркетинг территории, управление регионом, целевая аудитория, стейкхолдеры.

ВВЕДЕНИЕ

Современный период общественного развития, характеризующийся повышением социально-экономического значения и роли информации [25], ускорением динамики изменений на микро- и макроуровне [7], появлением абсолютно новых потребностей [27], рост спроса на уникальность товаров и услуг, развитие сферы услуг и особенно туризма [15], усиление миграции населения [17], характеризуется также усилением конкуренции не только между субъектами бизнеса, но и территориями [16]. При этом в конкурентную борьбу за инвесторов, туристов, высококвалифицированные кадры вовлекаются не только страны, но и отдельные регионы внутри конкретной страны [22]. Очевидно, что такое положение дел стимулирует руководителей регионов инициировать процессы создания положительного имиджа и высокой привлекательности своих территорий, на основе формирования положительных ассоциаций целевой аудитории. Для реализации данных целей современные маркетологи прибегают к одному из действенных инструментов современного маркетинга – брендингу территорий. Однако эффективность использования данного инструмента во многом зависит от степени изученности его сущности и понимая структуры и свойств, что актуализирует и обосновывает необходимость системного исследования теоретических основ бренда и брендинга региона.

Результаты исследования

Сегодня существует множество формулировок понятия «бренд». Огромный вклад в изучение вопросов бренда и брендинга внесли следующие авторы: Ф. Котлер, Д. Хайдер, С. Анхольт, Д. Аакер, Д. Визгалов и другие [1; 2; 4; 30].

По Ф. Котлеру «брендом» признается любое имя, название, торговый знак, несущие с собой определенный смысл и ассоциации [12].

Д. Аакер дал более классическое определение «бренда», в котором он понимается, как многосторонний конструкт, состоящий из функциональных, эмоциональных, коммуникационных и стратегических элементов, которые в своем взаимодействии способствуют образованию уникального набора ассоциаций в сознании потребителей [1]. По его мнению, бренд информирует потребителей о принадлежности товара или услуги к определенному производителю, и позволяет защитить как клиентов, так и самого производителя от недобросовестных конкурентов, выдающих свою продукцию за чужую.

В свою очередь другие авторы определяют «бренд» как впечатления потребителей, связанные с визуальным представлением торговой марки, позволяющие точно определиться с выбором товара или услуги для определенной группы и ценовой категории [8].

То есть бренд — это:

- логотип и название компании, известные лица в рекламе, все это составляет нематериальный актив;
- общественная деятельность компании;
- оценка продукта и прилагаемый к нему сервис;
- гарантия удовлетворения ожиданий каждого потребителя;
- создание стратегии бренда, основанное на управлении ожиданиями покупателей.

Бренд — это торговая марка, название фирмы, гудвилл, корпоративная культура. Бренд, как таковой, предназначен для убеждения покупателей в превос-

ходстве товара или услуги над аналогичной продукцией конкурентов. Для различия аналогичных товаров размещаются логотипы и/или названия бренда на самом товаре или его упаковке [11].

В России вместо понятия «бренд» официально используется понятие «товарный знак». Товарный знак — обозначения, служащие для индивидуализации товаров, выполняемых работ или оказываемых услуг юридических или физических лиц. В качестве товарного знака бренд не может быть защищен полностью. Определение товарного знака и бренда не равнозначно, где бренд является более широким понятием и включает в себя товарный знак.

Зарегистрированный товарный знак охраняется законом, на него выдается свидетельство, предоставляющее исключительные права собственнику.

По мнению И. И. Скоробогатых и Д. А. Чиняевой существует несколько признаков бренда [20]:

- брендированный товар позволяет занять больший сегмент рынка, чем его аналоги, которые используют только торговую марку;
- потребность в товарах-брендах имеет более высокие темпы прироста, чем товары только с торговой маркой;
- товары-бренды могут продаваться по более высоким ценам в рамках одного сегмента, чем аналогичные товары, использующие торговую марку;
- наличие известных брендов в портфеле фирмы позволяет легче проводить переговоры с дистрибуторами, потому что бренды увеличивают доход торговых точек;
- доля приверженцев бренда (более 25%), которые проявляют к нему полную лояльность и не готовы приобретать аналогичные товары других фирм, гораздо выше уровня лояльности обычным торговым маркам (10–15%).

В основе бренда лежит предоставление им функциональных выгод, удовлетворение эмоциональных потребностей, что предоставляет собой ценность продукта и доверие к торговой марке, вследствие высокого качества товара. Таким образом, это и является основными функциями бренда и приводит к формированию благоприятных отношений между покупателем и самим брендом.

Бренд состоит из осязаемых и психологических характеристик товара, следовательно, процесс формирования бренда состоит из вышеперечисленных характеристик.

В настоящее время существует универсальная модель, предложенная британской консалтинговой компанией Bates Worldwide, характеризующая сущность бренда. Это «колесо бренда» (Brand Wheel), которое в настоящее время используется в деятельности ведущих мировых корпораций. Эта модель представляет бренд в виде набора окружностей — элементов бренда [11].

Рассмотрим основные элементы колеса бренда:

1. Суть бренда — формируется и отражается в различных свойствах бренда, в его эмоциональных и качественных характеристиках, в том, как она выражается, как воздействует на аудиторию. Суть бренда — это короткая четкая формулировка, описание того, чем изначально является бренд. Очень часто суть бренда является внутренним документом и транслируется непосредственно через творческие приемы, такие как макеты, рекламные слоганы, логотипы, значки, через поведение сотрудников.

2. Индивидуальность бренда — это придание бренду неповторимых качеств, благодаря которым обеспечивается его связь с потребителями. Индивидуальные опознавательные черты товара, которые требуются потребителю при выборе и определении им торговой марки, обеспечивает его уникальность. Именно уникальность позволяет сделать бренд легко узнаваемым среди аналогов и формирует индивидуальность бренда.

3. Ценность бренда — представляет собой совокупность исключительных свойств товара и может быть определена получением благ и выгод при покупке товара или услуги и соотношением расходов, связанных с его эксплуатацией. Способы увеличения ценности бренда:

- добавление некоторых благ к предлагаемому товару и/или услуге;
- снижение цены.

4. Выгоды и преимущества бренда — это получение потребителем определенного результата от приобретения товара или услуги. В результате сравнения с аналогичными товарами можно выявить преимущества бренда перед конкурентами. Есть некоторые виды выгод от приобретения товара [8]:

- функциональные выгоды — основаны на характеристиках товара, которые позволяют обеспечить полезность для конкретного потребителя данного бренда. Они связаны с функциональными аспектами, выполняемыми товарами;

– эмоциональные выгоды – основаны на формировании у покупателя после покупки товара приятных положительных ощущений, связанных с приобретением бренда;

– символичные выгоды – способствуют достижению удовлетворения потребностей в самовыражении и положительному отношению окружающих, связаны с восприятием товара бренда как конкретного символа;

5. Атрибуты бренда — определенные характеристики, которыми наделен бренд, позволяющие точно идентифицировать его потребителями. К атрибутам бренда можно отнести упаковку, название, логотип и шрифтовое начертание, слоган, цвет, персонажи бренда, с точки зрения соприкосновения покупателей с брендом. Самый важный из атрибутов бренда — название бренда, постоянно работающий на формирование и развитие отношения потребителя к товару.

По мнению ведущего предприятия по разработке брендов Interbrand (interbrand.com) существует несколько атрибутов бренда, которые предоставляют составляющие для управления и составления оценки стоимости бренда.

Выделяют внутренние и внешние атрибуты. К внутренним можно отнести:

– обязательства — это приверженность потребителю к определенному бренду, сознание в необходимости и значимости данного бренда;

– ясность — позволяет показать потребителю ценность бренда, его позиционирование и то, что он может предложить. Также ясность показывает то, как понимает компания свою целевую аудиторию, сотрудников и потребителей;

– защита — позволяет определить, насколько бренд безопасен, и защищен по все правовым нормам, каковы его нормы составляющих в дизайне, прилично ли его распространять в географическом плане;

– оперативность — это его возможность изменяться в связи с изменяющимися условиями рынка и реагировать на возможные проблемы.

К внешним атрибутам относят:

– понимание — отражает знание бренда клиентами и понимание его отличительных характеристик от товаров-аналогов и других брендов;

– присутствие — показывает влияние бренда в различных средствах массовой информации и наличие положительных отзывов от клиентов;

– дифференциация — это восприятие бренда

с различным позиционированием, которое разнится с конкурентным;

– значимость — это сопоставление целей бренда с целями его потребителей;

– подлинность — основывается на ценностях, ожидаемых клиентами.

Чтобы создать сильный бренд руководителям городов и регионов необходимо сформировать набор атрибутов, которые есть у города, и на основе чего можно сформировать положительное восприятие его у целевых аудиторий [14].

Для формирования природы бренда необходимо определить ценность бренда. Но покупатель не в состоянии сразу представить все ценности, получаемые от бренда. Данные ценности воспринимаются потребителем постепенно, поэтому реклама товара должна информировать его обо всех ценностях последовательно. Для формирования лояльности к бренду необходимо чтобы он отвечал определенным признакам: уникальность, востребованность и последовательность.

Востребованность товара заключается в том, что товар, который не предлагает конечному потребителю никаких ценностей обречен на провал.

Последовательность должна выражаться в своевременном предложении покупателю тех ценностей, которые были объявлены в коммуникационной стратегии бренда. Если компания не придерживается этой стратегии появляется риск потери лояльности потребителей.

Бренд формируется на основе деятельности называемой «брендингом». Определений понятия брендинг в современной научной литературе также много. Синтезируя научные достижения зарубежных ученых [1; 2; 8; 11; 12;], можно обобщить, что за исключением уточнений в целом по своей сути брендинг представляет собой вид деятельности, с помощью которого создается предпочтение к чему-либо, основанного на воздействии на покупателя товара или услуги бренда, упаковки, рекламы и других элементов с целью выделения товара среди конкурентов и создания уникального имиджа бренда. Брендинг позволяет делать что-то более уникальным и ценным, и именно в данном процессе заключается сущность бренда.

По мнению российских ученых Рожкова И. Я., Кисмерешкина В. Г. брендинг — это деятельность по формированию длительного предпочтения в определенном товаре или услуге, который основан на воздействии на конечного потребителя бренда различными мето-

дами рекламы, с целью создания узнаваемого образа бренда. Отличительной чертой брендинга от рекламы является не информирование потребителя товара или услуги о его создании, а составление его потребительской привычки для покупки товара или услуги [18].

Заслуживает внимания теорию брендинга, сформулированная Томасом Гэтом. Он представил ее в виде 4D «Брендинга», обладающего следующими параметрами [5]:

1. Социальный — представляет себя как способ определения потребителя к конкретной группе людей или социальному слою населения;

2. Функциональный — представляет собой осознание необходимости и полезности от товара, и ассоциация его с конкретным брендом;

3. Духовный — представляет собой духовные ценности, которые соответствуют данному бренду и разделяются потребителем;

4. Ментальный — представляют личные ассоциации с характеристиками для потребителя.

С развитием информационных технологий и в эпоху расцвета телевидения постепенно началось меняться мировосприятие людей. Это поспособствовало тому, что в 70-е годы 20 го века в экономически развитых государствах начал развиваться новый вид брендинга, получивший название территориального. В его основе лежит создание привлекательного образа государства и его регионов, что, в свою очередь, способствует увеличению интереса к конкретной стране. Этот процесс положил начало развития регионального брендинга, внутри самого государства и за пределами его границ.

Однако, активное развитие как научных, так и практических аспектов территориального брендинга стало происходить лишь в начале 2000-х годов. К этому времени уже была сформирована достаточно основательная теоретическая база и предложены различные определения территориального брендинга [4; 18; 19; 21; 24–32].

Анализируя мнения российских и зарубежных ученых становится понятно, что несмотря на то, что в основе формирования бренда региона заложена технология товарного брендинга, его параметры принципиально отличаются. Развитие территориального брендинга должно базироваться прежде всего на позиционировании уникальных особенностей региона, таких как историческое наследие, туристический комплекс, природные ресурсы, социально-культурные факторы, экономическое и промышленное развитие (табл. 1). Потребителями территориального брендинга в первую очередь должно являться население страны, а потом и весь мир. Территориальный бренд необходимо строить на основе уникальной идеи, которая включает в себе культурные ценности и другие мероприятия, благотворно влияющие на региональный потенциал.

Современное влияние глобального развития является итогом развития важнейших субъектов страны — ее региона.

Брендинг территории — это процесс увеличения конкурентоспособности городов, регионов с целью привлечения туристической группы, инвесторов, мигрантов [25].

Таблица 1. – Факторы, формирующие бренд региона

Особенности	Описание
1	2
Географические условия	природные ресурсы; климатические особенности; возможности строительства промышленных объектов.
Безопасность	наличие криминальной среды; соблюдение конституционных прав и свобод человека, законов; коррупция; рост объема экспортных товаров.
Экологические условия	присутствие зон отдыха и развлечения; наличие очистительных сооружений.
Условия комфорта	развитая транспортная инфраструктура; улучшение условий социального существования населения; развитой финансовой инфраструктуры.

1	2
Экономические составляющие	доходы населения; развитие территории; рост рынков потребления и рынков сбыта; рост числа туристов, как внутренних, так и внешних; рост доходов бюджета от туристического направления; сокращение числа безработных.
Культурные составляющие	архитектурные ценности; культурные ценности; привлекательность места жительства; рост самоуважения; доверие территориальным органам власти.
Стоимостные составляющие	стоимость питания и жилья; медицина; размер налогов; государственные дотации и пособия.

Составлена на основе данных [13; 23; 28]

Для конкретизации брендинга территории Анхольтом были введены шесть составляющих: туристический рекреационный комплекс, международные бренды, политика, бизнес и инвестиции, население и культурные особенности страны.

Национальный брендинг, по мнению С. Анхольта — это сознательный процесс, результатом которого является положительное воздействие на известность, имидж и доверие к стране [1].

По мнению Каваратиса М. и Эшворта Г. В брендинге территории выделяют 4 направления [29]:

- направление национального брендинга — закрепилось в международных отношениях давно, и имеет взаимосвязь с различными государственными программами и проектами.

- направление брендинга туристических направлений — то есть формирование места с помощью наделения его важным общественным значением. Только при наделении реального места какими-либо особенностями, делающими его похожим на бренд, место приобретает привлекательный образ для туристического направления.

- направление брендинга сформированное на основе культурных и развлекательных событий.

- направление брендинга, связанное с продвижением региона как места производства товара или услуги.

Бренд территории позволяет создавать дополнительную стоимость для всех товаров и услуг, производимых и продаваемых внутри региона. Это позволяет получить дополнительный доход владельцу бренда.

Если говорить о региональном брендинге в России, то широкое распространение на данный момент он ещё не получил, вследствие чего наблюдается недостаточная разработка теоретической базы и затруднено практическое применение.

Анализ современных подходов к формулировке понятия «брендинг территории» и «бренд территории» позволил предложить авторские определения. Под брендингом региона предлагается понимать процесс маркетинговых коммуникаций, инициируемых субъектами управления брендом воздействующих на конкретные группы целевой аудитории с целью формирования положительного имиджа территории, повышения ее ценности и привлекательности. Бренд региона — региональная идентичность, системно выраженной в ярких и привлекательных образах, идеях, символах, ценностях, максимально полно и адекватно отражающаяся в имидже региона.

Архитектуру территориального бренда составляют отдельные суббренды, представленные на рисунке 1.

В современной экономике территории всегда конкурируют из-за ресурсов [6]. Современные региональные образования борются привлечение инвестиций с помощью увеличения инвестиционной привлекательности, туристов — с помощью улучшения условий отдыха, миграции населения между регионами — за счет формирования лучших условий жизни, развития социальной инфраструктуры, а также привлечении высококвалифицированных

специалистов с целью обмена знаниями, нового при-
менения талантам, привлечение творческих людей,

а самое главное улучшение условий для местного
населения.

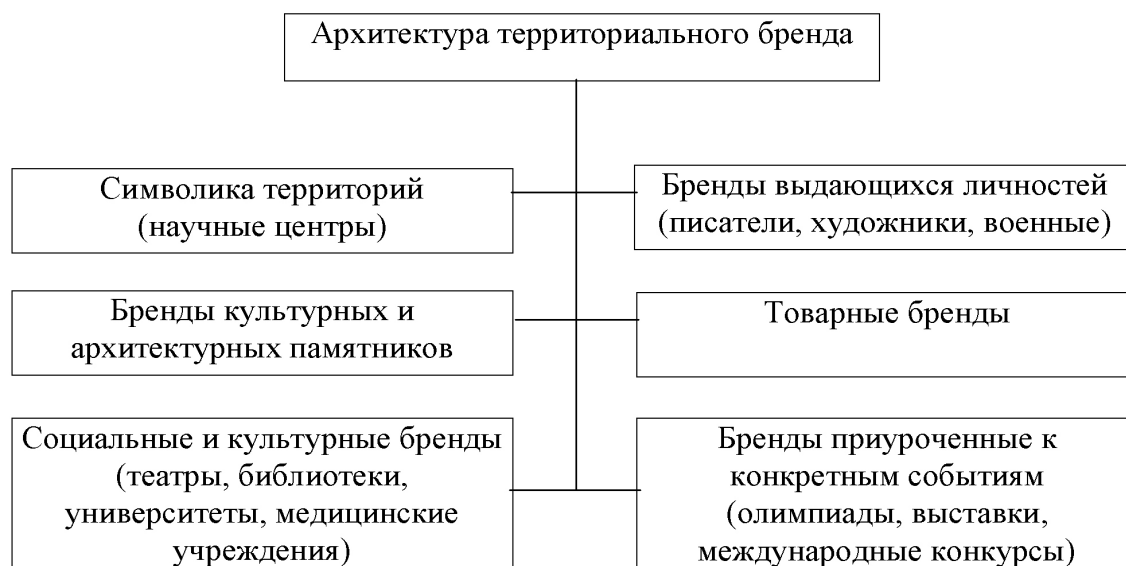


Рисунок 1. Архитектура территориального бренда

Исторически брендинг «произрастает» из теоретических аспектов маркетинга, где существуют очевидные взаимосвязи с культурной географией.

Для того чтобы бренд региона запомнился его потенциальным потребителям, образ региона должен быть сформирован таким образом, чтобы увеличить положительный эффект. Он может быть направлен внутрь страны и на соседние структуры власти. Брендинг территории позволяет изучить более эффективные способы продвижения самой территории с целью привлечения на данную территорию стейкхолдеров,

а также их ресурсов и капиталов [3].

Анализ исследований ведущих специалистов в сфере маркетинга территорий позволил выявить, что каждое из направлений регионального брендинга разрабатывается специально для того чтобы прямо воздействовать на конкретную заинтересованную группу стейкхолдеров, но его реализация косвенно влияет также и на другие группы. Основные цели процесса формирования положительного бренда региона и их влияние на отдельные группы общественности представлены в таблице 2.

Таблица 2. – Основные приоритеты процесса формирования положительного бренда региона и их влияние на целевые аудитории

Направления брендинга региона	Объект воздействия				
	Инвесторы	Потребители товаров и услуг	Жители	Туристы	Трудовые ресурсы
Улучшение экономических условий в регионе	++++	+	+++	+	++++
Развитие туристического направления в регионе	+++	+	+	++++	+
Улучшение транспортной и социальной инфраструктуры	+	+	++++	++++	++
Улучшение регионального имиджа	++++	+++	+++	++++	++
Формирование положительной репутации	++++	++++	++++	++++	++
Создание и расширение культурных центров	+	+	++++	+++	+
Развитие инновационной деятельности	++++	++	+	+	++++

Под стейкхолдерами в современной практике маркетинга и менеджмента регионального бренда следует понимать — физические лица и организации, представляющие целевую аудиторию бренда региона, имеющие права, требования, интересы относительно региона, его элементов и свойств, удовлетворяющих их потребностям и ожиданиям.

Существует несколько причин для формирования положительного бренда региона:

- улучшение экономических условий в регионе приведет к улучшению его позиции в структурной иерархии регионов, и потенциальный инвестор выберет регион с более развитой инфраструктурой даже в том случае, если это не относится к его деятельности;
- развитие туристического направления в регионе способствует позиционированию региона, как открытому для всех возможных потребителей;
- улучшение транспортной и социальной инфраструктуры на местах позволяет улучшить мнение населения о месте проживания;
- улучшающийся региональный имидж способствует привлечению, как высококвалифицированных специалистов, так и работников среднего звена, что означает улучшение ситуации на трудовом рынке;
- создание положительной репутации в регионе способствует расширению рынков сбыта для местных товаров в другие регионы;
- создание и расширение культурных, интеллектуальных центров;
- развитие инновационной деятельности на территории крупнейших университетов.

Положительный образ региона создается, главным образом, для привлечения туристов, которые стимулируют развитие региональной экономики благодаря потраченным деньгам. Таким образом, многие отрасли получают дополнительные финансовые инвестиции. Помимо туристов регион может быть привлекательным и для потенциальных жителей. Новое население будет способствовать экономическому росту региона благодаря созданию новых товаров и услуг.

Борьба между регионами за привлечение инвестиций, нового населения и туристов, высококвалифицированных специалистов порождает конкуренцию. Потенциальное население этих регионов зачастую не имеет достаточного количества информации о наличии рабочих мест, качестве образования, наличии потенциала для развития бизнеса, не имеет представления о социальной и культурной жизнедеятельности

города. Недостаток такого рода информации ведет за собой неправильный выбор региона. Брендинг территории позволяет подчеркнуть достоинства и стимулирует привлечения ключевой аудитории.

Согласно Согомонову А. Ю. конкуренция, как между регионами, так и на мировых рынках, породила индивидуализацию. В данном случае не применим маркетинг в своем виде. Таким образом, бренд города является своеобразным маркером для ключевой аудитории, сообщая ей о том, что данный регион обладает определенными экономическими, социальными и культурными характеристиками [21].

Непосредственное использование положительного опыта в сфере брендинга территорий не гарантирует повторения похожих результатов. Однако успешный опыт должен быть учтён. Для привлечения представителей бизнеса и специалистов необходимо иметь в виду, что помимо инвестиционной привлекательности, регион должен обладать наличием современных благ и удобств, развитой социально-экономической инфраструктурой, административной структурой, удобной для развития бизнеса [10]. Только при соблюдении данных условий бренд может являться самым конкурентным преимуществом региона, которое позволяет ему занять лидирующие позиции в борьбе за квалифицированные кадры, инвестиции, туристов, стабильное местное население.

Согласно теории экономического развития, вслед за периодом роста происходит спад [23]. На уровне региона это проявляется в том, что в течении периода, характеризующегося улучшением качества жизни населения, сокращением безработицы, происходит привлечение новых жителей в регион. Все это приводит к росту цен на товары и услуги, возрастают потребности в социальной помощи. Вследствие повышения налогов и увеличения статей расходов потребителей происходит стремление к сокращению расходов и люди стремятся переехать в более дешевые места для проживания. Регион начинает терять свою привлекательность для всех групп. Таким образом, территориям необходимо показывать себя со стороны предложения наиболее квалифицированной, надежной и дешевой рабочей силы, возможности получения недорогого образования, качественного медицинского обслуживания [6].

Сложившийся имидж региона и улучшающееся качество жизни способны привлечь профессиональных специалистов с высоким уровнем знаний, но это не будет способствовать структурным изменениям

экономики. Необходимо, одновременно с этим, модернизировать инфраструктуру региона [10], создавать положительные условия для ведения бизнеса, при этом не забывая про выгоду для местного населения региона, а также воплощать самые необычные творческие замыслы в отношении позиционирования регионального имиджа. А для оценки эффективности реализуемого брендинга территории необходимо самостоятельно или с помощью сторонних организаций проводить мониторинг и оценку уровня реакции отдельных групп респондентов на изменение имиджа и бренда территории под воздействием внешних и внутренних изменений.

ВЫВОДЫ

Таким образом, можно заключить, что несмотря на достаточно обширную научную базу, сформиро-

ванную российскими и зарубежными исследователями, изучение теоретических аспектов формирования бренда региона и реализации процесса брендинга для повышения конкурентоспособности региона его не теряют своей актуальности. В результате обобщения накопленного научного опыта, в статье предложены уточнения формулировок основополагающих определений территориального маркетинга — «бренда региона» и «брендинга региона».

На основе анализа сущностных свойств бренда региона и механизма реализации территориального брендинга конкретизированы основные направления их воздействия на целевые аудитории и обоснованы условия, при которых данное воздействие может иметь максимальный эффект.

Список литературы:

1. Аакер Д. Создание сильных брендов: Пер. с англ. / 2-е изд. – М.: Издательский дом Гребенникова, – 2008. – 440 с.
2. Анхольт С., Хильдрет Д. Бренд Америка: мать всех брендов / – М.: Добрая книга. – 2010. – 232 с.
3. Багдасарян К. А. «Региональная конкурентоспособность» и «региональный брендинг»: контент-анализ // Экономика: теория и практика. – 2016. – № 3 (43). – С. 91–96.
4. Визгалов, Д. В. Брендинг города. – М.: Институт экономики города, – 2011. – 160 с.
5. Гэд Т. 4 D Брэнддинг: взламывая корпоративный код сетевой экономики. СПб.: Стокгольмская школа экономики ив – Санкт-Петербурге. – 2002. – 133 с.
6. Гетманова А. В., Козырь Н. С. Анализ показателей экономической безопасности региона // Современные научные исследования и инновации. – 2016. – № 10 (66). – С. 180–183.
7. Джуха В. М., Мищенко К. Н. Формирование профиля конкурентоспособности российских регионов // European Social Science Journal. – 2016. – № 3. – С. 41–46.
8. Капферер Ж.-Н. Бренд навсегда: создание, развитие, поддержка ценности бренда / Ж. Н. Капферер; пер. с англ. Е. В. Виноградовой; под общ. Ред. В. Н. Домнина. – М.: Вершина, – 2007. – 448 с.
9. Келлер К. Л., Леманн Д., Фарли Дж. Структурирование параметров бренда на основе опроса потребителей; пер. с англ. Коцюбы Н. // Бренд-менеджмент. – 2010. – № 1. – С. 36–59.
10. Кизим А. А., Тыртышная М. П. Интеллектуальные транспортные системы как фактор эффективного развития территорий // Экономика: теория и практика. – 2016. – № 1 (41). – С. 86–92.
11. Клифтон Р., Симмонз Дж. Бренды и брендинг. / Пер. с англ. – М.: Олимп-бизнес, – 2008. – 352 с.
12. Котлер Ф. Маркетинг от А до Я. 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер / Альпина Паблишер, – 2015. – 211 с.
13. Котлер Ф., Асплунд К., Рейн И., Хайдер Д. Маркетинг мест: привлечение инвестиций, предприятий, жителей и туристов в города, коммуны, регионы и страны Европы / Пер. с англ. СПб.: Стокгольмская школа экономики в – Санкт-Петербурге, – 2005. – 371 с.
14. Лэндри Ч. Креативный город. – М.: Издательский дом «Классика XXI», – 2006. – 400 с.
15. Никулина О. В., Покуль В. О. Маркетинговая лояльность как ключевая характеристика оценки эффективности маркетинга взаимоотношений в рамках регионального кластера // Экономика и предпринимательство. – 2014. – № 5–1 (46–1). – С. 144–148.
16. Портер М. Международная конкуренция: пер. с англ. – М.: Международные отношения, – 2004. – 896 с.
17. Плешакова М. В. Новая стратегия развития региональной экономики: драйверы роста и экономическая политика юга России // Экономика: теория и практика. – 2016. – № 4 (44). – С. 103–105.

18. Рожков И. Я., Кисмерешкин В. Т. Бренды и имиджи. – М.: «РИП-холдинг», – 2006. – 256 с.
19. Савельев Ю. В. Управление конкурентоспособностью региона: от теории к практике / Институт экономики КарНЦ РАН. Петрозаводск: Карельский научный центр РАН. – 2010. – 516 с.
20. Скоробогатых И. И., Чиняева Д. А. Сравнительный анализ существующих методик оценки стоимости торговой марки // Маркетинг в России и за рубежом. – № 4. – 2003. – С. 35–39.
21. Согомонов А. Ю. Современный город: стратегия идентичности // Неприкосновенный запас. – 2010. – № 2 (70). – С. 55–61.
22. Шевченко И. В., Жабин В. В. Пути совершенствования методик оценки инвестиционного климата регионов // Региональная экономика: теория и практика. – 2007. – № 14. – С. 47–52.
23. Шумпетер И. Теория экономического развития. – М.: Прогресс, – 1982. – 445 с.
24. Anholt S. Competitive Identity: The New Brand Management for Nations, Cities and Regions / S. Anholt. 1-st edition. Palgrave Macmillan, – 2007. – 160 p.
25. Anholt S. Places: Identity, Image and Reputation / S. Anholt. Palgrave Macmillan, – 2009. – 256 p.
26. Ashworth G. J. Personality associations as an instrument of place branding: Possibilities and pitfalls. In: G. J. Ashworth and M. Kavaratzis (eds.) Towards Effective Place Brand Management – Branding European Cities and Regions. Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing, – 2010. – P. 222–233.
27. Dinnie K. Place branding: Overview of an emerging literature / K. Dinnie // Place Branding and Public Diplomacy. – 2004. – № 1. – P. 106–110.
28. Go F. Place Branding: Global, Virtual and Physical Identities, Constructed, Imagined and Experienced / F. Go, R. Govers. NY: Palgrave Macmillan, – 2009. – 256 p.
29. Kavaratzis M., Ashworth G. Place branding: Where do we stand? // Towards effective place brand management branding European cities and regions / Ed. By G. Ashworth, M. Kavaratzis. Cheltenham, UK; Northampton, MA, USA: Edward Elgar. – 2010. – P. 1–14.
30. Kotler P., Haider D. H. and Rein I. Marketing Places: Attracting Investment, Industry, and Tourism to Cities, States, and Nations. New York: The Free Press, – 1993.
31. Zenker S., Petersen S., and Anholt A. Development and implementation of the citizen satisfaction index (CSI): Four basic factors of citizens' satisfaction. Research Papers on Marketing and Retailing 39, – 2009. – P. 1–19.
32. Zenker S., and Martin N. Measuring success in place marketing and branding // Place Branding and Public Diplomacy. – 2011. – Vol. 7. – No. 1. – P. 34.

Информация об авторе

Старкова Надежда Олеговна, кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры мировой экономики и менеджмента, Кубанский государственный университет

Адрес: 350040, Россия, г. Краснодар, ул. Ставропольская, 149,

Тел.: +7 (861) 219-95-01

E-mail: n.starkova@mail.ru

ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-8012-3371>

K. R. Nurgaleyeva¹A. E. Tasmukhanova¹¹ Ufa State Petroleum Technological University, Ufa, Russia

RISK MANAGEMENT ON THE OPERATIONAL STAGE OF INVESTMENT PROJECTS IN THE REFINING INDUSTRY

Abstract

Objective: improving the methodology of management of operational risks of investment projects in the refining industry.

Methods: generalization, comparison, analysis, synthesis, grouping, systems approach, historical and logical analysis of the theoretical and practical material.

Results: research and analysis of the existing methodological framework for assessing the effectiveness of investments in the refinery allowed to distinguish an insufficient level of risk calculation, that determines the need to develop a better management system of efficiency investments into the refinery projects.

The proposed way of classification of refineries risks extends the range of riskforming factors which are be divided into controllable and uncontrollable.

Recommended methods of risk assessment can be used to clarify the final indicators of the investment project.

Scientific novelty: algorithm of risk management in investment projects in refinery, formed by authors, not only systematizes risk register of refining industry, but also interrelates the quantitative assessment of risk level with specific control measures for its reduction, taking into account the specifics of the industry.

Practical significance: as a result of the implementation of the algorithm of risk management in investment projects in oil refinery it is possible to quantify the risk factors of efficiency of investment projects, and, most importantly, in the case of identifying the likely economic inefficiency — to take timely measures to the impact on risk.

Keywords: oil-refining industry; investment project; operational stage; risk; damage; risk management.

References:

1. Salcheva S. S. Sovershenstvovanie metodicheskikh podhodov k ocenkej effektivnosti investicionnyh proektov v neftepererabatyvajushhej promyshlennosti (Improvement of methodical approaches to the estimation of efficiency of investment projects in the petroleum refining industry), Nauchno–tehnicheskaja konferencija: materialy konferencii, – 2013, Uhta: UGTU, – P. 80–88 (in Russ.).
2. Salcheva S. S. Problemy i perspektivy razvitiya neftepererabatyvajushhej promyshlennosti (Problems and prospects of development of the oil refining industry), Problemyj ekonomiki i upravlenija neftegazovym kompleksom. Research and Economic Journal, – 2013, – No.10, – P. 16–20 (in Russ.).
3. Golubeva S., Shehovceva E., Pahomova A. Upravlenie finansovymi riskami v processe koordinacii potokov promyshlennyh predpriyatij (Financial risk management in coordinating flow industrial enterprises), *Financial life*, – 2012, – No. 4, – P. 86–95 (in Russ.).
4. Strijov S. A., Kudinkin S. I. Puti povyshenija jeffektivnosti vzaimodejstvija kompanii s zainteresovannymi storonami pri realizacii investicionno-promyshlennyh proektov (Ways to improve the efficiency of interaction of companies with stakeholders in the implementation of investment and industrial projects), *Economic systems management: an electronic scientific journal*, – 2014, – No. 72 (in Russ.).
5. Kovalishina G. V. Riski na rynke jenergoresursov: klassifikacija, posledstvija, ugrozy (Risks in the energy market: classification, effects, threat.), IFI, – Moscow, – 2010, – 28 p. (in Russ.).
6. Nurgaleyeva K. R., Tasmukhanova A. E., Zaharova I. M. Klassifikacija riskov investicionnyh proektov neftepererabatyvajush proizvodstv (Classification of risks of investment projects of oil refinery production), *Economy: yesterday, today and tomorrow*, – 2016, – No. 7, – P. 154–169 (in Russ.).

7. Boldyrev E. S., Zaharova I. M. Osobennosti klassifikacii riskov neftegazovoj kompanii (Features of the classification of the risk of oil and gas companies), V sbornike: Problemy i tendencii razvitiya innovacionnoj ekonomiki: mezhdunarodnyj opyt i rossijskaja praktika. Materialy IV Mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoy konferencii, – 2016, – P. 24–28 (in Russ.).
8. Kolesnikov M. A. Metod ocenki stoimosti investicionnogo proekta v uslovijah vysokogo urovnja neopredelennosti i riska (Method of valuation of the project inters of a high level of uncertain risk), Economic systems management: an electronic scientific journal, – 2013, – No. 10 (58) (in Russ.).
9. Tasmukhanova A. E. Sistemno-metodicheskij podhod k ocenke riskov pri planirovanii dejatel'nosti neftegazodobyvajushih predpriyatij (na primere Respubliki Kazahstan) (Systematic-methodical approach to risks assessment in the planning of the activities of oil and gas enterprises (the example of the Republic of Kazakhstan)), Oil and gas business, – 2006, – No. 2 (in Russ.).
10. Atapina N. V., Kononov V. N. Sravnitel'nyj analiz metodov ocenki riskov i podhodov k organizacii risk-menedzhmenta (Comparative analysis of risk assessment techniques and approaches to risk management), Young scientists, Monthly scientific magazine, – 2013, – No. 5 (52) (in Russ.).
11. Nurgaleeva K. R., Tasmukhanova A. E., Musina D. R., Tasmukhanov T. A. Upravlenie riskami investicionnyh proektov neftepererabatyvajushhej promyshlennosti (Risk management of investment projects in petroleum refining industry), Economic systems management: an electronic scientific journal, – 2017, – No. 96 (in Russ.).
12. Buzdalov I. N., Afonina V. E., Metodologicheskie aspekty analiza ponjatija «investicii» (Methodological aspects of the analysis of the concept of “investments”), Proceedings of the Penza State Pedagogical University, – 2012, – No. 28, – P. 261–265 (in Russ.).
13. Lankina S. A., Flegontov V. I. Klassifikacija i problem ocenki riskov promyshlennogo predpriyatija (Classification and risk assessment problems of industrial enterprise), Naukovedenie, – 2015, – Tom 7, – No. 2 (in Russ.).
14. Barton T. Risk-menedzhment. Praktika vedushhih kompanij (Risk management. The practice of leading companies), – M.: Vil'jams, – 2008, – 208 p. (in Russ.).
15. Blank I. A. Upravlenie investicijami predpriyatija (Investment management of companies), NikaCentr, – 2003, – 480 p. (in Russ.).
16. Blaug M. Jekonomicheskajamysl' v retrospective (Economic thought in retrospect), Per. s angl. – Moscow: DeLoLtd, – 1994, – Gl. 16, – 720 p. (in Russ.).
17. Burenina I. V. Rol' nefljanoj promyshlennosti v jenergeticheskoy strategii Rossii (The role of the oil industry in Russia's energy strategy), Oil and gas business, – 2011, – No. 6. (in Russ.).
18. Gjeri Dzh. Tehnologii i jekonomika neftepererabotki (Technology and economy of oil refinery), Per. s angl. 5 izd. pod. red. O. F. Glagolevoj. SPb.: COP «Professija», – 2013, – 440 p. (in Russ.).
19. Imamov R. R. Uchet faktorov riska pri ocenke investicionnyh proektov v neftepererabatyvajushhej otrasli (Risk management in the assessment of investment projects in the petroleum refining industry), Economics and management: Analysis of trends and prospects for development, – 2013, – No. 6, – P. 252–256 (in Russ.).
20. Tulina Ju. S. Chegostoitzavodperestroit' (Enough to restore the plant), Russian Oil, – 2012, – No. 6, – 66 p. (in Russ.).

Information about the authors

Nurgaleyeva Karina Rashitovna, master second year, Department of economics and management at the enterprise of oil and gas industry, Ufa State Petroleum Technological University

Address: 450062, Russia, Ufa, Kosmonavtov Str. 1.

Tel.: +7 (347) 242-03-70

E-mail: nurgaleyeva.kr@gmail.com

ORCID: orcid.org/0000-0002-6040-0001

Tasmukhanova Alfiya Yersainovna, candidate of economic sciences, assistant professor, deputy dean of Department of economics and management at the enterprise of oil and gas industry, deputy dean, Ufa State Petroleum Technological University

Address: 450062, Russia, Ufa, Kosmonavtov Str., 1.

Tel.: +7 (347) 242-03-70

E-mail: aetasm@mail.ru

ORCID: orcid.org/0000-0002-1752-1123

К. Р. Нургалеева¹

А. Е. Тасмуханова¹

¹ Уфимский государственный нефтяной технический университет, г. Уфа, Россия

УПРАВЛЕНИЕ РИСКАМИ ЭКСПЛУАТАЦИОННОЙ СТАДИИ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ НЕФТЕПЕРЕРАБАТЫВАЮЩЕЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Аннотация

Цель: совершенствование методологии управления рисками инвестиционных проектов нефтеперерабатывающей промышленности, находящихся на стадии эксплуатации.

Методы: обобщения, сравнения, анализа, синтеза, группировок, системный подход, исторический и логический анализ теоретического и практического материала.

Результаты: исследование существующих методических основ оценки эффективности инвестиций в нефтеперерабатывающее производство позволило выявить недостаточный уровень учета рисков, что предопределило необходимость разработки более совершенной системы управления эффективностью инвестиционных проектов нефтеперерабатывающей отрасли.

Предложенный способ классификации рисков нефтеперерабатывающих предприятий расширяет спектр рискообразующих факторов, которые разделены на управляемые и неуправляемые.

Рекомендуемые методы оценки рисков могут быть использованы для уточнения конечных показателей инвестиционного проекта.

Научная новизна: сформированный алгоритм управления рисками в инвестиционных проектах нефтеперерабатывающих производств не только систематизирует реестр рисков нефтеперерабатывающей промышленности, но и взаимоувязывает количественную оценку уровня риска с конкретным управляющим мероприятием по его снижению с учетом специфики отрасли.

Практическая значимость: в результате внедрения алгоритма управления рисками в инвестиционных проектах нефтеперерабатывающих производств удастся количественно оценить факторы риска эффективности инвестиционных проектов, и, главное, в случае выявления вероятной экономической неэффективности, — своевременно предпринять меры по воздействию на риск.

Ключевые слова: нефтеперерабатывающая промышленность; инвестиционный проект; эксплуатационная стадия; риск; ущерб; управление рисками.

ВВЕДЕНИЕ

Современное состояние российской нефтеперерабатывающей отрасли, характеризуется реализацией большого количества масштабных инвестиционных проектов. Это связано с принятием Технического регламента «О требованиях к автомобильному и авиацион-

ному бензину, дизельному и судовому топливу, топливу для реактивных двигателей и топочному мазуту», энергетической стратегией России на период до 2035 года, программой модернизации НПЗ (нефтеперерабатывающий завод) к 2020 году. Результатом масштабной модернизации должно стать улучшение состояния рос-

сийской нефтеперерабатывающей промышленности (НПП) и решение ее основных проблем, которыми являются [1; 2]: невысокая глубина переработки нефти – 72% (в США – 95%, в Европе – 85%); незначительная доля вторичных процессов, увеличивающих выход светлых нефтепродуктов – 20,3%, (в США – 73,3%, Западной Европе – 42,9%, Японии – 32,6%); низкая мощность вторичной переработки – менее 70% от первичной (в США около 140%, в целом в мировой практике – 91%); низкое качество выпускаемых нефтепродуктов.

Реализация крупных, высокобюджетных проектов – сложный в управлении процесс, который сопряжен с массой неопределенностей и рисков.

Существующие официальные методики оценки рисков инвестиционных проектов, принятые в российской практике, не в полной мере учитывают высокую изменчивость влияющих факторов и полный перечень самих факторов. В связи с этим особую актуальность имеют исследования, направленные на полную оценку всех рисков инвестиционного проекта, выявление и учет факторов, влияющих на принятие и реализацию инвестиционных решений, и грамотный выбор метода управления рисками в зависимости от величины их влияния на экономический результат проекта.

ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

Вертикально-интегрированные нефтяные компании направляют значительные финансовые ресурсы в сегмент «Upstream» для увеличения экспорта нефти. В то время как проекты «Downstream», направленные на выработку конкурентоспособной продукции и эффективное использование нефтяного сырья остаются нереализованными в силу их длительных сроков окупаемости, масштабы и высокой инвестиционной стоимости.

Высокая загрузка производственных мощностей, реализация масштабной программы модернизации в сжатые сроки, рост неопределенностей на рынках — в таких условиях работает сегодня практически вся российская нефтепереработка. При таком режиме любое неучтенное событие, любое отклонение от плана может привести к серьезным финансовым потерям. На основе [3] в данном исследовании был разработан такой инструментарий, который представляет собой алгоритм управления рисками в инвестиционных проектах нефтеперерабатывающих производств (рисунок 1). Данный алгоритм в отличие от существующих подходов дополняет типовой реестр рисков сектора Downstream, взаимоувязывает количественную оценку уровня риска с управляющим мероприятием по его снижению.

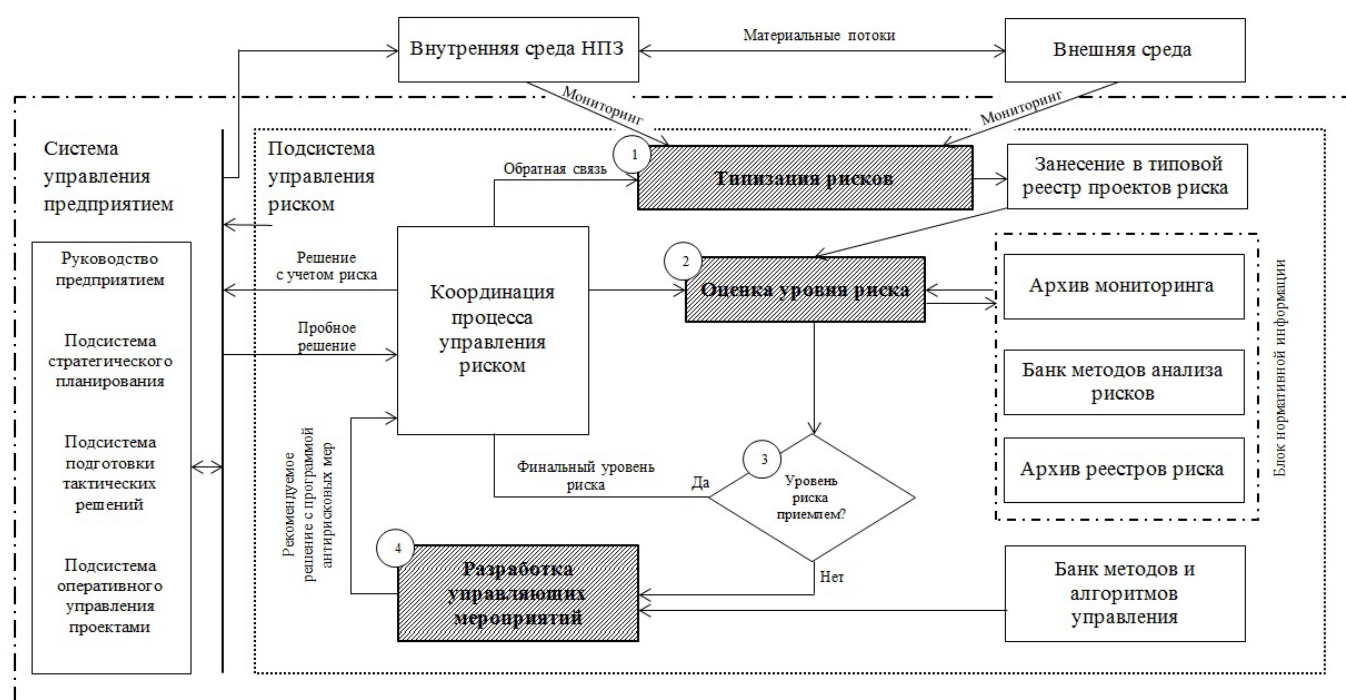


Рисунок 1. Алгоритм управления рисками в инвестиционных проектах нефтеперерабатывающих производств (источник: составлено авторами по материалам [3])

На первом этапе анализируются события, отражающие изменения внешней среды и внутренних условий деятельности предприятия. Происходит идентифика-

ция рисков и их типизация. На втором этапе происходит оценка уровня риска. По результатам третьего этапа должен быть сделан вывод о том, необходим мо-

ниторинг или конкретное воздействие на ситуацию. По результатам четвертого этапа разрабатываются мероприятия, устраняющие или, по меньшей мере, ослабляющие негативные последствия проявления риска.

Типизация рисков

Для корректной типизации рисков необходимо правильно и в полной мере классифицировать все риски, возникающие при реализации эксплуатационной стадии инвестиционных проектов в НПП.

Эксплуатационная стадия инвестиционного проекта — самая важная из всех, так как включает в себя и финансовые, и производственные риски, которые осложнены тем, что на этом этапе уже идет реализация продукции и любые просчеты ведут к ощутимым потерям,

вплоть до остановки производства, что для нефтеперерабатывающего завода грозит миллионными потерями. В фазе эксплуатации предприятие может столкнуться с краткосрочными и долгосрочными проблемами:

1) Краткосрочные проблемы возникают при вводе в строй оборудования и связаны с нехваткой квалифицированного персонала и недостаточным освоением технологий.

2) Долгосрочные проблемы связаны с выбранной стратегией, совокупными издержками на производство, которые прогнозируются в прединвестиционной фазе. Если прогноз не в полной мере учитывает волатильность какого-либо фактора, то стратегия и перспективные оценки окажутся ошибочными.

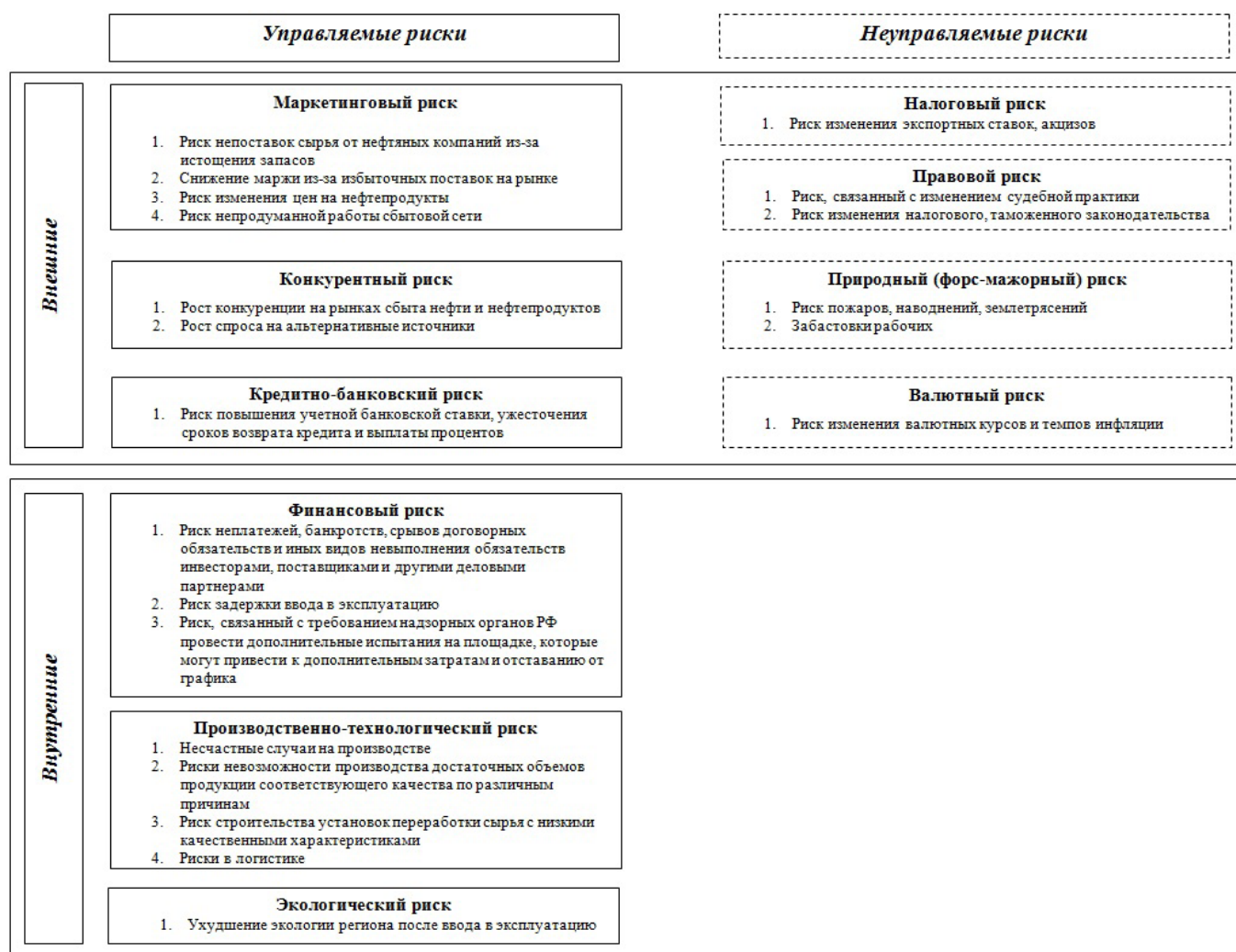


Рисунок 2. Классификация рисков инвестиционного проекта в сегменте Downstream (эксплуатационная фаза) (источник: составлено авторами)

На эксплуатационной стадии взаимодействие охватывает обширный круг заинтересованных сторон: контрольно-надзорные органы федерального и регионального уровней; региональные органы

исполнительной власти; строительные подрядные организации; компании-поставщики оборудования и стройматериалов [4]. Грамотная работа с ними снижает риски задержки реализации инвестиционно-

промышленных проектов из-за согласовательных и разрешительных процедур и риски, связанные с увеличением финансовых затрат за счет получения дополнительных разрешительных документов.

Рынок нефти и нефтепродуктов чувствителен к комплексу взаимосвязанных факторов, диапазон которых широк — от технологических до геополитических. Поэтому необходимо, во-первых, выявлять внешние и внутренние факторы влияния, во-вторых, вести учет рисков, которые смогут по-

влиять на разработку сценариев будущего развития событий. Оценка внешних рисков, куда следует отнести возможные изменения экспортных пошлин и других налогов, может рассматриваться как один из важнейших компонентов обеспечения безопасной и эффективной деятельности нефтеперерабатывающих производств [5].

Классификация рисков помогает составить более полный и верный типовой реестр проектов риска (рисунок 2).

Таблица 1. — Факторы внешней среды, вызывающие управляемые риски инвестиционных проектов НПП, находящихся в фазе эксплуатации

Вид риска	Основной рискообразующий фактор		
	Макросреда		Микросреда
	Факторы прямого воздействия	Факторы косвенного воздействия	Производственные факторы
Маркетинговый риск	1. Ситуация на мировом рынке продукции нефтепереработки; 2. Состояние внутреннего рынка продукции нефтепереработки; 3. Уровень цен на продукцию и услуги отраслей-монополистов. 4. Сокращение спроса на нефтепродукты со стороны потребителей (строительные, транспортные, муниципальные организации) вследствие: – финансового кризиса; – перевода мазутовых котелов на альтернативные источники энергии;	Социальные факторы	Технологический режим работы оборудования
Конкурентный риск	Конкуренция в отрасли: – освоение конкурентами новой технологии, значительно снижающей издержки производства.	Инфраструктура и промышленный потенциал региона	1. Технический уровень производства (технико-технологическая база предприятия): – недостаток мощностей для переработки вторичных компонентов; – увеличение расхода топлива; – износ оборудования. 2. Уровень профессиональной подготовки работников компании; 3. Устойчивое развитие; 4. Смещение нефтепродуктов различных ГОСТов или марок, что приводит к ухудшению качества продукции.
Кредитно-банковский риск	1. Валютная политика; 2. Темпы инфляции; 3. Ставка банковского процента; 4. Изменение правил валютного обращения.	Нестабильность внешней геополитической ситуации	1. Нерациональное распределение средств; 2. Проведение неправильной финансовой политики.

(Источник: составлено авторами)

Классификация рисков позволяет четко структурировать проблемы и влияет на анализ ситуаций и вы-

бор метода эффективного управления деятельностью организаций с учетом фактора неопределенности.

Стоит отметить, что на определенную часть рисков компании могут воздействовать, то есть идентифицировать и оценить их с целью дальнейшего уклонения либо минимизации последствий, а остальные риски могут быть лишь приняты как неуправляемые в ус-

ловиях выявленных угроз. Более подробная информация по классификации рисков приведена в источнике [6]. В таблицах 1 и 2 представлены факторы внешней и внутренней среды соответственно, которые вызывают тот или иной вид риска.

Таблица 2. – Факторы внутренней среды, вызывающие риски инвестиционных проектов НПП

Вид риска	Основной рискообразующий фактор		
	Макросреда		Микросреда
	Факторы прямого воздействия	Факторы косвенного воздействия	Производственные факторы
Финансовый риск	1. Нестабильность мирового рынка; 2. Риски потери репутации в связи с недостойным поведением партнеров; 3. Нарушение условий контракта (по срокам, по качеству) поставщиками; 4. Неправомерные действия третьих лиц.	Состояние экономики	Результаты работы менеджмента организации
Производственно-технологический (операционный) риск	Уровень развития НИОКР с отрасли	Научно-технический прогресс	1. Технический уровень производства (техно-технологическая база предприятия): – недостаток мощностей для переработки вторичных компонентов; – увеличение расхода топлива; – работа оборудования. 2. Перебои с энергоснабжением и поставками топлива; 3. Уровень профессиональной подготовки работников компании; 4. Устойчивое развитие.
Экологический риск	1. Изменение региональной экологической обстановки; 2. Ужесточение в регионе хозяйствования предприятия экологических требований; 3. Введение ограничений на использование местных природных ресурсов; 4. Влияние на производственный процесс стихийных сил природы и климата региона.	Социальные факторы	1. Не достаточное внимание на развитие экологической политики; 2. Несоответствие выпускаемой продукции требованиям Технического регламента в переходный период; 3. Высокий износ оборудования нефтебаз; 4. Нарушение технологии, порядка выполнения работ, правил техники безопасности на объекте; 5. Авария, инцидент на объекте нефтепродуктообеспечения; 6. Низкий уровень ответственности линейного персонала, исполнительской дисциплины персонала.

(Источник: составлено авторами)

Существующие системы мониторинга и управления инвестиционными проектами основаны на трех ограничениях: стоимость проекта, время и качество реализации [8]. При расчете рисков изменяются эти входные параметры и смотрят на то, насколько чувствителен ЧДД (чистый дисконтированный доход)

проекта от изменения этих переменных. Следует отметить, что при таком анализе чувствительности контролируется лишь один из факторов реализации, что позволяет лишь частично учесть влияние рисков и неопределенности на стоимость проекта. Именно поэтому в данной работе была уточнена классифика-

ция рисков, которая нужна для всесторонней идентификации рисков и их дальнейшей оценки. Это второй шаг алгоритма.

Оценка уровня риска

Оценка риска происходит в два этапа: сначала измеряются внутренние риски и рассчитывается доход от инвестиционного проекта с их учетом, а затем через ставку дисконта учитываются внешние риски.

Управляемые внешние риски, к которым относятся маркетинговый, конкурентный, кредитно-банковский риски, оцениваются с помощью статистических методов. Это предполагает расчет следующих характеристик вариационного ряда: математическое ожидание, дисперсия, среднее квадратическое отклонение, коэффициент вариации [9; 10].

Внутренние риски оцениваются в абсолютной величине, и их оценка происходит по трем этапам:

Первый этап связан с производственно-технологическими рисками. НПЗ — опасный производственный объект, аварии на котором могут привести к потере углеводородного сырья и простоям и финансовым затратам на ремонт установок.

Второй этап — оценка финансового риска. На некоторых российских нефтеперерабатывающих заводах существует вероятность возникновения задержки ввода объектов в эксплуатацию, что является существенным риском, как для операционной деятельности НПЗ, так и для финансовой стороны. Также существует риск невыполнения обязательств иностранными поставщиками и подрядчиками в сложившихся на данный момент условиях. Поэтому необходима количественная оценка рисков: роста цен на группы ресурсов; отклонения капитальных вложений от плановых показателей в результате рисков изменения цены.

Третий этап представляет собой оценку экономического ущерба в виде штрафов за загрязнение окружающей среды вследствие аварий.

Предложенный системно-методический подход позволит количественно выразить величину возможных экономических потерь в случае развития неблагоприятных ситуаций и оптимизировать систему планирования деятельности, а именно добиться лучшего соответствия достигнутых результатов их плановым значениям.

Приемлемый уровень риска и разработка управляющих мероприятий

Одна из основных целей системы управления рисками на нефтеперерабатывающем предприятии — это выявление негативных событий на эксплуатаци-

онной стадии реализации инвестиционных проектов, для предотвращения или минимизации их отрицательного воздействия на деятельность предприятия.

Если уровень отклонения рассчитанного эффекта с учетом рисков отличается от первоначального уровня меньше, чем на 10%, то необходимости в проведении мероприятий нет, нужен только дальнейший мониторинг. Если отклонение выше, то необходима выработка организационно-экономических мероприятий по управлению проектом. Подробно методы снижения рисков нефтеперерабатывающих предприятий в зависимости от уровня $\Delta\text{ЧДД}$ представлены в [11].

Результаты исследования

Апробация предложенной методики была проведена на одном из нефтеперерабатывающих заводов России.

При формировании исходных данных по затратам использовался инвестиционный план на строительство установки ЭЛОУ-АВТ-6. Так, при норме дисконтирования в 15% срок окупаемости проекта составит практически 11 лет, индекс доходности равен 1,02 ед., а показатель внутренней нормы доходности — 16%.

Исходные данные для оценки внешних рисков представляют собой динамику ставок по кредитам, курса доллара, инфляции, мировой цены на нефть, величины акцизов на автомобильный бензин (класс 5) и дизельное топливо (класс 5). Прогнозные значения основываются на предположениях Минфина РФ, Центробанка РФ, расчетах Института «Центр развития» НИУ ВШЭ и Федеральном законе № 366-ФЗ. По результатам расчетов статистических показателей была получена суммарная надбавка за риск 2,92.

Величина производственно-технологического и экологического рисков за период реализации проекта (2015–2025 года) составит 6,45 млрд. руб.

По итогам всех пройденных расчетов получены следующие величины чистого дисконтированного дохода с учетом рисков: показатель ЧДД колеблется от 126 до –3 млрд. руб., при этом величина риска принимает значения от –45,12 до –3,2 млрд. руб.

Рассмотрим пример выбора мероприятий. Например, сумма всех внешних рисков повлияла на отклонение ЧДД в размере 11,53%, поэтому рекомендуется проведение следующих мероприятий:

1. Сокращение затрат, оценка эффективности цепочки поставок и переоценка инвестиционного плана и прогноза доходов.

2. Активное управление портфелем в сегменте переработки и сбыта нефти и газа (изменение структуры производства, изучение потребностей рынка, сезонных потребностей).

3. Установление лимитов на операции с банками-контрагентами и мониторинг соблюдения указанных лимитов.

4. Проведение мероприятий, направленных на поддержание и повышение внутреннего кредитного рейтинга дочерних обществ.

Предлагаемая система управления рисками в проектах переработки позволяет достигнуть более высокого уровня декомпозиции при анализе, провести детальную оценку каждого риска в зависимости

от причин, которыми он может быть вызван, разработав соответствующие контрмероприятия.

ВЫВОДЫ

Нельзя не отметить, как сильно меняется чистый доход предприятия с учетом дисконта, а также внутренних, и внешних рисков. Поэтому можно смело утверждать, что с учетом экологических, производственно-технологических и систематических рисков, становится возможным умело оптимизировать фактические и прогнозируемые сценарии развития инвестиционной деятельности нефтеперерабатывающего предприятия, учитывать экономические потери в непредвиденных ситуациях в процессе выполнения планов по переработке углеводородного сырья.

Список литературы:

1. Салчева С. С. Совершенствование методических подходов к оценке эффективности инвестиционных проектов в нефтеперерабатывающей промышленности // Научно-техническая конференция: материалы конференции (16–19 апреля 2013 г., Ухта): УГТУ, – 2013. – С. 80–88.
2. Салчева С. С. Проблемы и перспективы развития нефтеперерабатывающей промышленности // Проблемы экономики и управления нефтегазовым комплексом. Научно-экономический журнал. – 2013. – № 10. – С. 16–20.
3. Голубева С. Управление финансовыми рисками в процессе координации потоков промышленных предприятий // С. Голубева, Е. Шеховцева, А. Пахомова. Финансовая жизнь. – 2012. – № 4. – С. 86–95.
4. Стрижов С. А. Пути повышения эффективности взаимодействия компании с заинтересованными сторонами при реализации инвестиционно-промышленных проектов // С. А. Стрижов, С. И. Кудинкин. Управление экономическими системами: электронный научный журнал. – 2014. – № 72.
5. Ковалишина Г. В. Риски на рынке энергоресурсов: классификация, последствия, угрозы. ИФИ, – Москва, – 2010. – С. 28.
6. Нургалева К. Р. Классификация рисков инвестиционных проектов нефтеперерабатывающих производств // К. Р. Нургалева, А. Е. Тасмуханова, И. М. Захарова. Экономика: вчера, сегодня, завтра. – 2016. – № 7. – С. 154–169.
7. Болдырев Е. С. Особенности классификации рисков нефтегазовой компании // Болдырев Е. С., Захарова И. М. В сборнике: Проблемы и тенденции развития инновационной экономики: международный опыт и российская практика. Материалы IV Международной научно-практической конференции. – 2016. – С. 24–28.
8. Колесников М. А. Метод оценки стоимости инвестиционного проекта в условиях высокого уровня неопределенности и риска // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. – 2013. – № 10 (58).
9. Тасмуханова А. Е. Системно-методический подход к оценке рисков при планировании деятельности нефтегазодобывающих предприятий (на примере Республики Казахстан) // Электронный научный журнал «Нефтегазовое дело». – 2006. – № 2.
10. Атапина Н. В. Сравнительный анализ методов оценки рисков и подходов корпоративного риск-менеджмента // Н. В. Атапина, В. Н. Кононов. Молодой учёный. – 2013. – № 5 (52).
11. Нургалева К. Р. Управление рисками инвестиционных проектов нефтеперерабатывающей промышленности // К. Р. Нургалева, А. Е. Тасмуханова, Д. Р. Мусина, Т. А. Тасмуханов. Управление экономическими системами: электронный научный журнал. – 2017. – № 96.
12. Буздалов И. Н. Методологические аспекты анализа понятия «инвестиции» // Буздалов И. Н., Афонина В. Е. Известия Пензенского государственного педагогического университета имени В. Г. Белинского. – 2012. – № 28. – С. 261–265.

13. Ланкина С. А., Флегонтов В. И. Классификация и проблемы оценки рисков промышленного предприятия // Интернет-журнал «Науковедение». – 2015. – Том 7, – № 2.
14. Бартон Т. Риск-менеджмент. Практика ведущих компаний. – М.: Вильямс, – 2008. – 208 с.
15. Бланк И. А. Управление инвестициями предприятия. – Киев: Ника – Центр, Эльга – Н, – 2003. – 480 с.
16. Блауг М. Экономическая мысль в ретроспективе. Пер. с англ. 4 – е издание. / М. Блауг. – М.: Дело Лтд, – 1994. – Гл. 16. – 720 с.
17. Буренина И. В. Роль нефтяной промышленности в энергетической стратегии России // Электронный научный журнал «Нефтегазовое дело». – 2011. – № 6.
18. Гэри Дж. Х., Хэндверк Г. Е., Кайзер. Технологии и экономика нефтепереработки / Пер. с англ. 5-го изд. под ред. О. Ф. Глаголевой. – СПб.: ЦОП «Профессия», – 2013. – 440 с.
19. Имамов Р. Р. Учет факторов риска при оценке инвестиционных проектов в нефтеперерабатывающей отрасли // Экономика и управление: Анализ тенденций и перспектив развития. – 2013. – № 6. – С. 252–256.
20. Тулина Ю. С. Чего стоит завод перестроить // Нефть России. – 2012. – № 6. – С. 66.

Информация об авторах

Нургалеева Карина Рашитовна, магистрант кафедры экономики и управления на предприятиях нефтяной и газовой промышленности, Уфимский государственный нефтяной технический университет

Адрес: 450062, г. Уфа, ул. Космонавтов 1,

Тел.: (347) 242-03-70

E-mail: nurgaleeva.kr@gmail.com

ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-6040-0001>

Тасмуханова Альфия Ерсановна, кандидат экономических наук, доцент кафедры ЭНГП (экономика и управление на предприятиях нефтяной и газовой промышленности), заместитель директора Института нефтегазового бизнеса УГНТУ, Уфимский государственный нефтяной технический университет

Адрес: 450062, г. Уфа, ул. Космонавтов 1,

Тел.: (347) 242-03-70

E-mail: aetasm@mail.ru

ORCID: orcid.org/0000-0002-1752-1123

A.Sh. Khasanova¹Z. N. Mirzagalyamova¹V. V. Shlychkov¹L. B. Gabbasova¹L. I. Fatykhova¹¹ Kazan National Technical University named after A. N. Tupolev – KAI (Kazan Aviation Institute), Kazan City

ABOUT CERTAIN TRENDS OF INVESTMENT ACTIVITIES AND MEASURES FOR STRENGTHENING OF INVESTMENT ACTIVITY IN RUSSIA

Abstract

The objective of the study: the problem of intensification of investment activities for solution of the problems related to the economic restructuring and modernization of its production capacity becomes relevant; the degree of influence of investments on modernization processes in the Russian economy is determined.

Research methods: the methodological framework of the conducted research was based on provision of the unity of logic and historical approaches. The authors used the methods that are widespread in research activity — descriptive ones, analysis and synthesis, deduction and induction, generalization, observation, scientific abstraction, statistical analysis, system analysis, as well as the methods of grouping and classification, the methods of comparative, historical and interdisciplinary analysis, expert judgments. The combination of these methods allowed the authors to ensure accuracy of the conducted research and validity of its conclusions.

Russian and foreign works on the issues of investment activities, materials of scientific conferences and seminars served as the information base of this study.

Results: in this work we provided the comparative analysis of gross investment growth rates, the structure of investments into fixed assets, sources of financial investments in different groups of countries, as well as detected the relationship between the intensity of investment processes and the rates of economic restructuring in modern Russia.

Scientific novelty: the trends of investment activities and the reasons of their low attraction to the processing industries have been revealed; the measures for activization of investment activity in certain economic sectors have been suggested; the dependence between investment activity and the paces of economic restructuring has been identified.

Practical relevance: the approaches to solution of the issue on the investment resource shortage have been presented; the authors have suggested the mechanisms and some specific measures for revival of the investment process in individual sectors of the Russian economy.

Keywords: investments, investment climate, gross investments, fixed assets, structure of investments, sources of financial investments, direct foreign investments, commercialization of investments, monetization of the economy, growth of implementable industrial investments.

INTRODUCTION

Investments represent one of the most important objective and necessary conditions for economic development. Intensification of investment processes is a basic factor in solving the problems of economic restructuring, modernization of its production capacity. The Russian society faces the challenge of achieving the economy's technological leadership, provision of a sustainable economic growth [1]. The important feature

of a new economy is the ability to transform knowledge into creation of new products, processes and services. There is also the challenge of creating qualitative models for production of competitive industrial products [2].

It is impossible to improve the social position in society through redistributive processes in the budget relations without a focus on investments and active expansion of the economic base.

As a rule, the level of investment activity is linked to such a capacious concept as the investment climate.

In the most general terms, the investment climate combines political, social, legal organizational, economic, geographic and other factors, which collectively can develop on evolutionary basis, as, actually, the notion of “climate”. And here the crucial role is assigned to the implementation of infrastructure projects on creation of favorable investment climate based on interaction between the state and private business [3; 4].

Indeed, the complex of natural conditions remains practically unchanged; the mentality of the population is characterized by inactivity, changing throughout the life of generations; a political situation is inextricably connected with elections and therefore has cyclicity. The investment climate under modern conditions has a greater resemblance to the cliché of journalistic character, rather than economic category, which as applied to the investments concerning the content should be within such

limits as economic attractiveness of financial or material investments, absence of public-political risks, the perfection and stability of the regulatory framework. In our opinion, investments represent a fairly specific and very dynamic economic category — investments aimed at obtaining of real income or social effect [5].

And if we compare the concept “investment climate — investments”, then we must obtain a rigid economic structure with functionally unambiguous dependence. It does not occur in real life. The economic sectors with a large investment capacity are quite clearly marked under the same investment climate, while other sectors with a large potential of investment economic returns remain voids both for domestic and foreign investments.

The main feature of Russian economy is that the investments for it turned into a kind of biological need, rather than the source of growth [6]. The figure 1 demonstrates the trends of gross capital formations in Russia, China and highly developed countries.

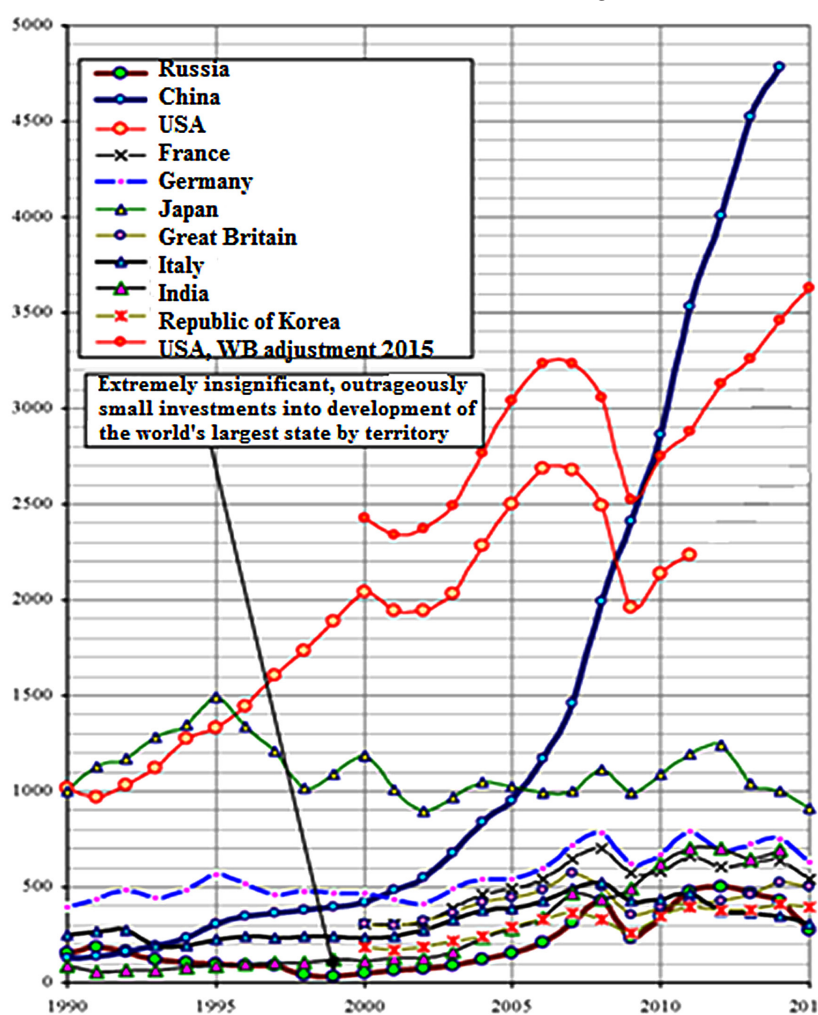


Figure 1. Gross capital formations in Russia, China and highly developed countries, billion dollars, current prices [7]

As can be seen from the figure 1, the gross investment growth rates in Russia for the period from 2000 to 2013 are lower by 11,3 times than in China and by 7,4 times than in the USA. It should be noted that the given time lag is a favorable period of Russian reforms —

the period of high prices for oil, gas and other natural resources.

The indicator, which characterizes investment activity, is the share of gross capital formations in GDP of the country (Figure 2).

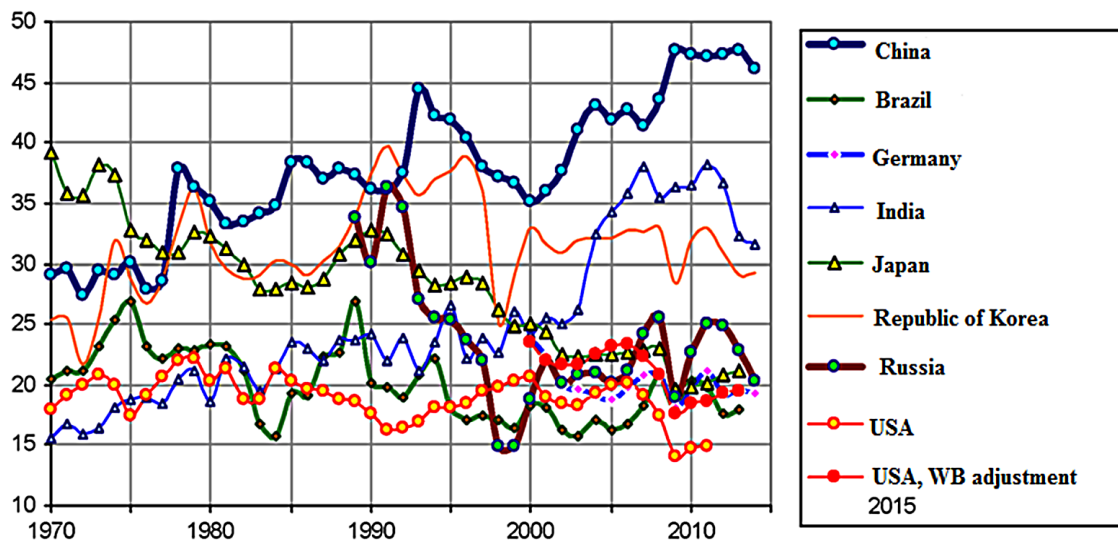


Figure 2. Gross capital formations as a percentage of GDP [7]

As can be seen from the figure 2, the highest rate of savings is observed in China, followed by the newly industrialized countries such as India, Republic of Korea and Brazil. The industrialized countries such as the USA, Germany and Japan demonstrate the trends for reduction of gross investment growth rate in relation to their GDP volumes. In Russia the maximum values of gross investments in relation to GDP volumes fall on the early 90's of XX century. The minimum values

of this indicator were recorded in the late 90's. Then the situation improved a little, but the relative indicator has a downward tendency again since the beginning of economic sanctions.

Fixed assets act as important investment goods. On the whole, for the period from 1980 to 2015 the value of fixed assets has an upward tendency. However, in the course of reforms it not only did not increase, but even decreased (figure 3).

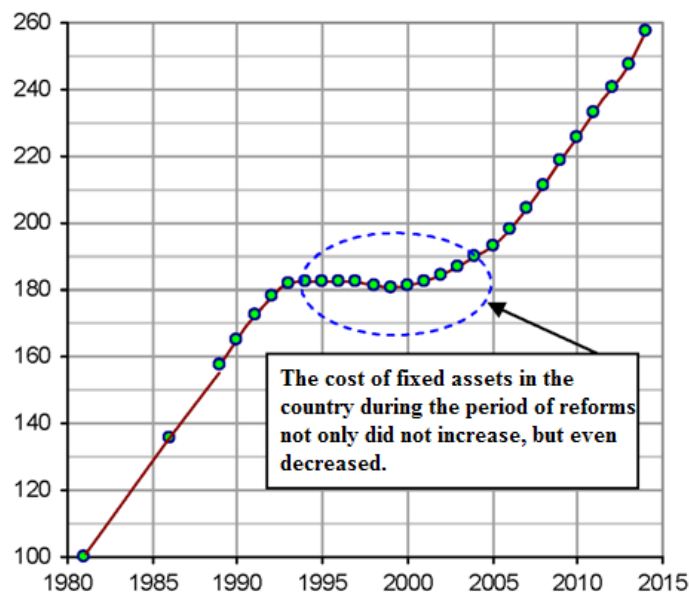


Figure 3. Fixed assets in comparable prices according to full accounting value at the beginning of the year, in% by 1981, 1981 year — 100% [8]

The figure 4 demonstrates the dynamics of the fixed asset retirement rate.

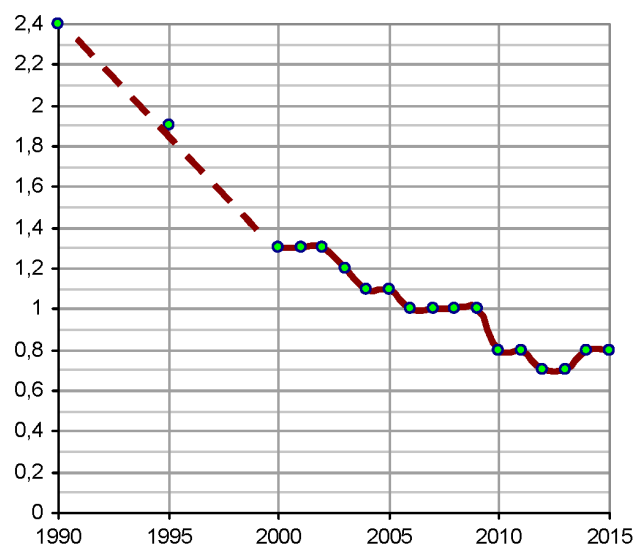


Figure 4. Retirement rate (liquidation of fixed assets as a percentage of total cost of fixed assets at the beginning of year) [8]

If the retirement rate in 1990 amounted to 2,4, then the same indicator in 2015 decreased up to 0,8. This shows that there are negative trends of accumulation and obsolescence of fixed assets. Replacement of fixed

assets in Russia is considerably below the required level.

The figure 5 demonstrates the structure of investments into fixed assets in 2014 according to the types of economic activity in Russia, China and USA.

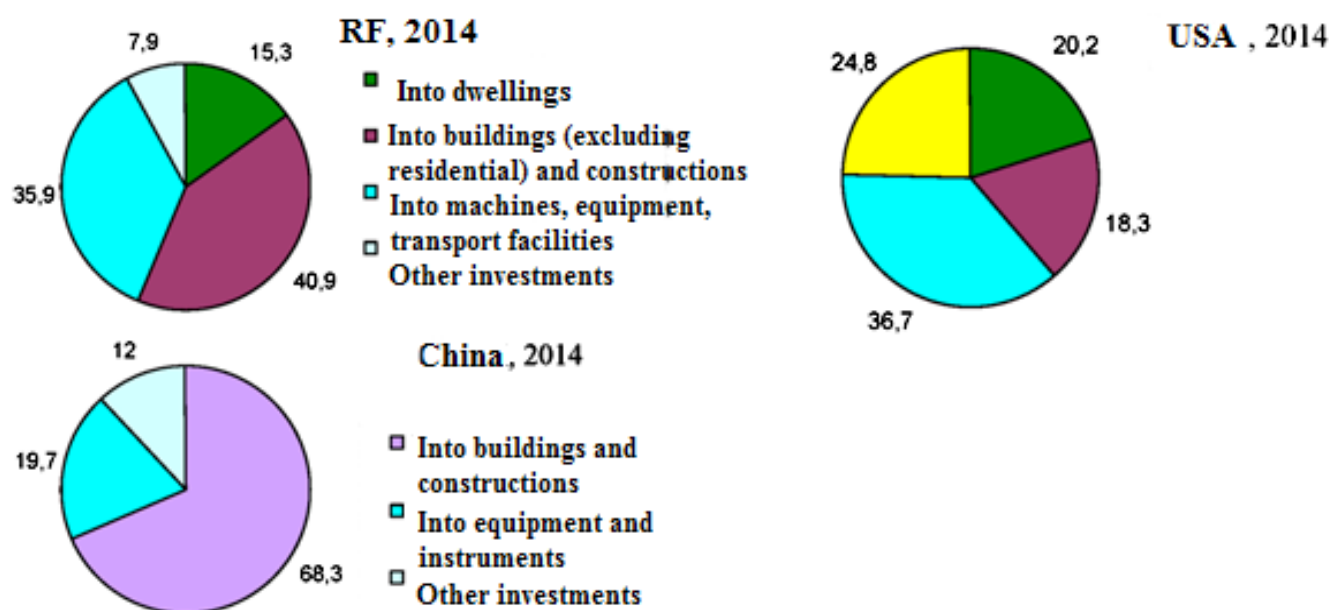


Figure 5. The structure of investments into fixed assets according to the types of economic activity in Russia, China and USA,% [9]

The comparative analysis of the represented data shows that the share of investments into industrial buildings and facilities amounts to 40,9% in the Russian Federation, to 68,3% – in China, to 18,3% – in USA. The Chinese investments result in the building of thousands of large industrial enterprises. If according to the data of NBS 165,1 thousands of enterprises with proceeds more

than 5 million Yuan per year were involved in the Chinese industry in 1998, then in 2014 – already 361,3 thousands with proceeds more than 20 million Yuan per year. Average annual number of people engaged in the Chinese economy in 2013 increased by 147 millions in comparison with 1990.

The share of investments into cars, equipment and transport facilities amounts to 35,9% in Russia, 19,7% – in China, 36,7% – in USA.

The increase of investments into equipment, tools

and implements is an important constituent of production modernization.

The figure 6 demonstrates the sources of investments into fixed assets in China and Russia.

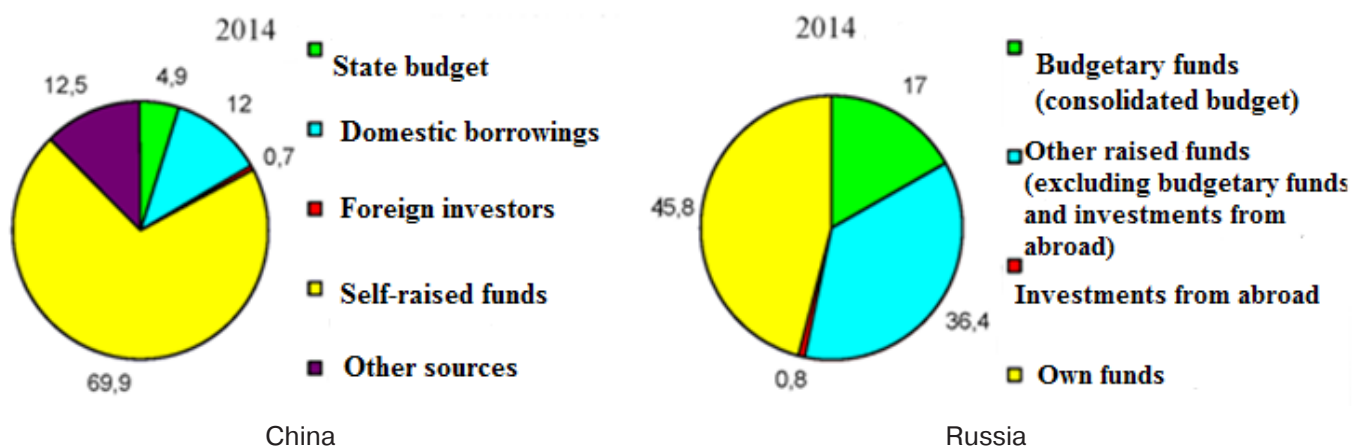


Figure 6. The investments into fixed assets of China and Russia according to the funding sources, % [9]

The main source of financial investments is the accumulation funds (in China – 69,9%, in Russia – 45,8%), raised funds/domestic borrowings (in China – 12%, in Russia – 36,4%), public funds (in China – 4,9%, in Russia – 17%), foreign investments (in China – 0,7%, in Russia – 0,8%). Unfortunately, the financial flow in Russian realities tends not to the production, but beyond its limits. Capital outflow occurs, rather than its inflow. The

rates of diversion of enterprises' funds on the financial market remain high; and under the conditions of accumulation shortage in the economy it is inextricably associated with a sharp attenuation of the material production sphere, which does not allow to provide fast and large-scale technological modernization of production capacities, which prevents from achieving a sustainable economic growth.

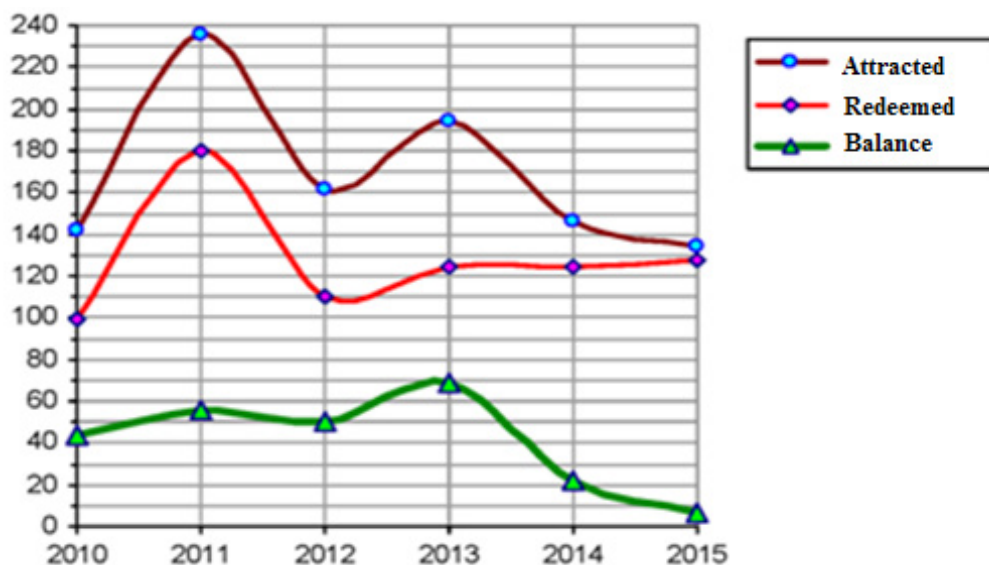


Figure 7. The volume of direct foreign investments in the Russian Federation from foreign investors, billion dollars [10]

The share of direct foreign investments into Russia in 2002–2013 amounted to 10–26% from the general volume of foreign investments received by the country.

The trend of direct foreign investments presented in the figure 8 is unfortunately not favorable to Russia and

the development of production forces. Practically more often foreign investments reduce to foreign borrowings mainly of Russian origin, while techno-engineering constituent of direct investments, as the basis for progress, come practically to naught.

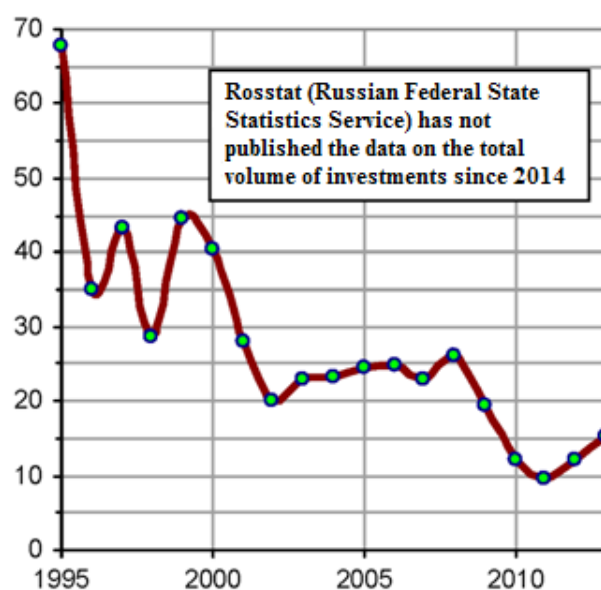


Figure 8. The share (%) of direct investments in the general volume of foreign investments received by the country [11]

The figure 9 demonstrates international comparisons of direct foreign investments.

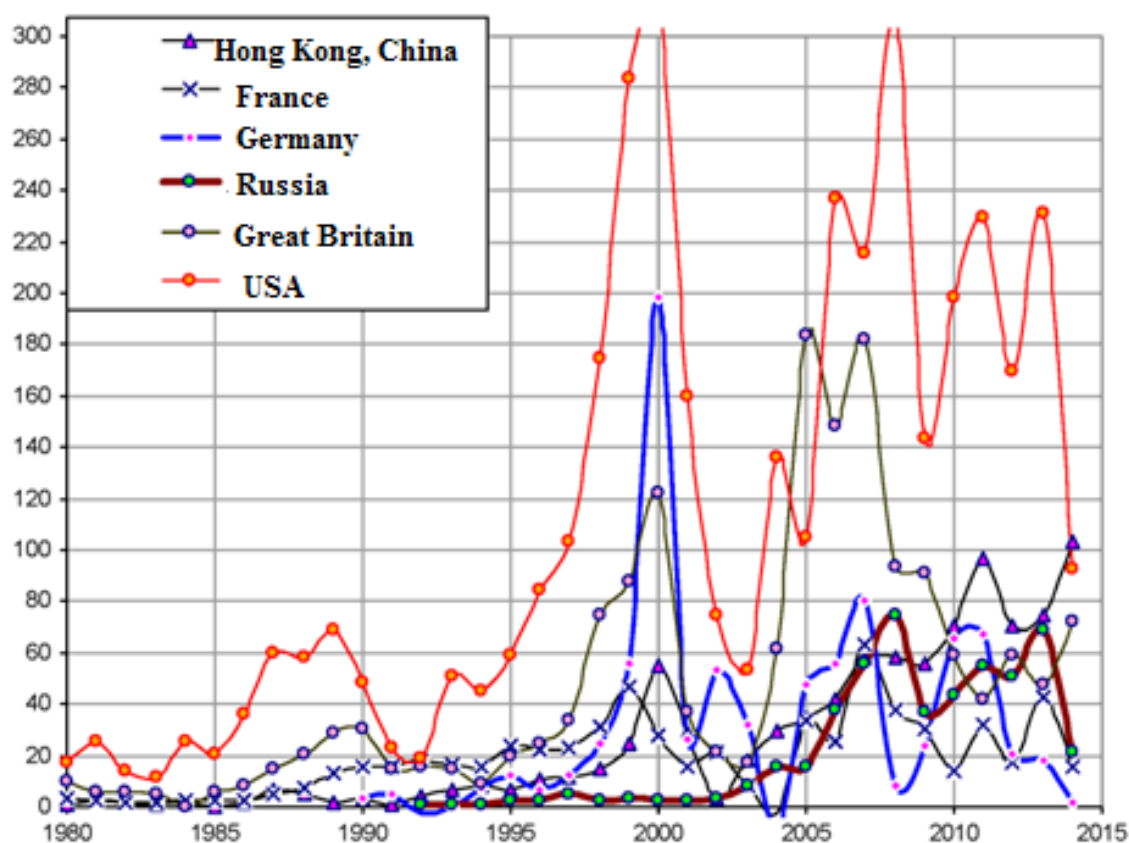


Figure 9. Direct foreign investments into Russia and developed countries, billion dollars [12]

Unfortunately, international comparisons often turn into the subject of analytical interest, rather than adjustment of investment policy. The efficiency of direct foreign investments in the Russian economy is low in all aspects — qualitative, structural and share.

Two negative trends with similar orientation became outlined in the investment activity. The first one consists in the decrease of total volume of foreign investments into the Russian economy. The second trend consists in the activation of outflow of Russian en-

terprises' investments abroad. This trend is extremely undesirable for the development of national economic potential [13; 14].

Branch orientation of foreign investments is not less interesting. Under the same investment climate the foreign investors prefer oil extraction, ferrous and nonferrous metallurgy, food industry, trade and public catering.

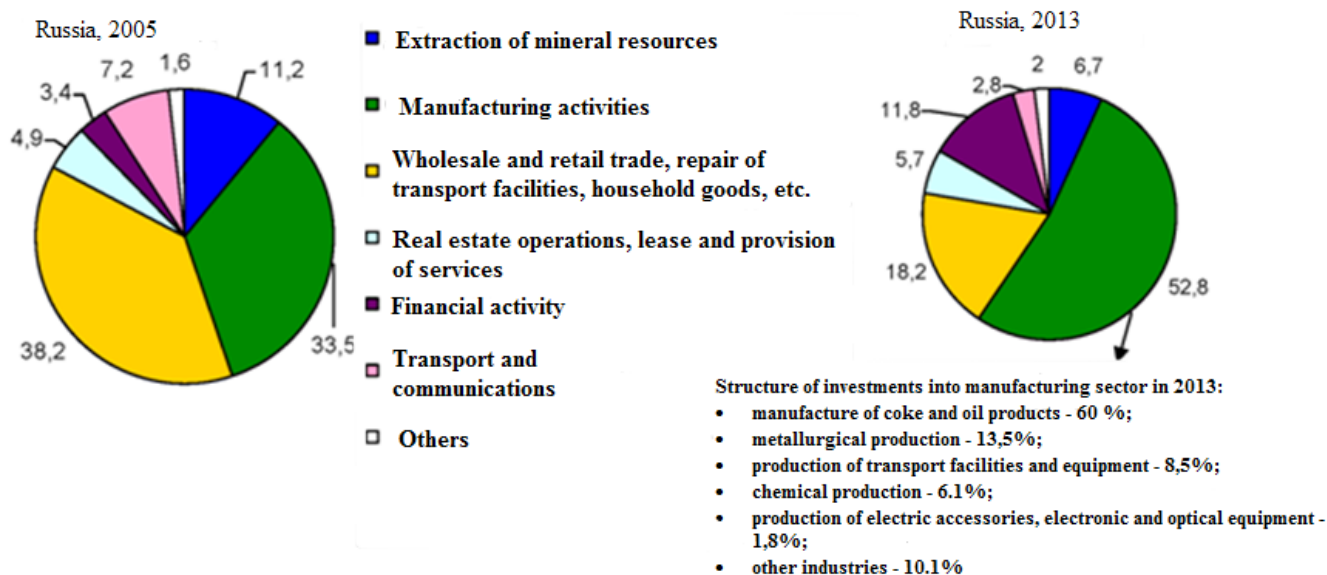


Figure 10. Distribution of foreign investments in the Russian Federation, % [8]

The focus of attraction for foreign investments involves one thing — that is the proximity to ensured effective demand, the ability to get a quick and guaranteed return on investments. So for example, food industry and trade are directly connected with the population's effective demand; until recently, oil and metals were in great demand on the global market.

Commercialization of investments is what determines the basic condition for their attraction [15, P. 282]. In relation to machine building and metal working, chemical industry, production of building materials and any other industries, no matter how they are classified from the perspective of strategic importance, proximity to high science-intensive technologies or involvement in unique natural resources, — the investment flow will not change its direction towards them. The main reason is the lack of effective demand.

The level of the economy's monetization is a significant problem, which is 3–4 times lower than the international economic standards. Actually, paradoxical situation develops. On the one hand, the level of investment activity is restricted by the presence of disparity between the turnover of material means and financial turnover, on the other hand — the resources diverted to the financial sector do not increase the monetization of the economy. The share of loans to the real sector of Russian economy

as of 01.01.2014 amounts to 39.2%. This means that under current conditions the most important redistributive function of loans in our economy is not fully implemented [16, P. 291]. Russia's banking system is one of the most effective and fastest-growing segments of the national economy. Along with that, the banking market of Russia is not homogeneous. The banks are characterized by low capitalization, which complicates solution of the problems concerning the restructuring of the Russian economy [17]. New tools for the banking sector development are required [18]. The unit investment trusts act as one of these tools for the financial market development [19].

In our view, the preferred approach is not the focus on foreign investments, especially because they have mainly loan orientation, but the creation of active (investment) component of the budget. This can be achieved through expanding the amount of monetary aggregates, using domestic loans. In other words, we are talking about the budget deficit for the sake of effective savings and temporary benefit from the ongoing technological modernization. The target function lies in the growth of the implemented industrial investments with the necessary balance between the money stock and the final demand goods, including investment goods. The proposed measures allow to revive the investment process in the country.

References:

1. Bataykin P. A., Khasanova A. Sh., Shlychkov V. V., Toumashev A. R., Toumasheva M. V. Economic Growth in the Conditions of Resource Constraints: Ordinal Approach to Optimization of the Macroeconomic Production Structure. *Journal of Applied Economic Sciences* – 2016. – Vol. XI. – Iss. 3 (41). – P. 521–531.
2. Gumerov A. V., Babushkin V. M., Moiseev R. E., Nikolaeva A. B., Biktemirova M. K., Nuryyakhmetova S. M., Kharisova R. R., Rukomoinikova V. P. Quality functions of industrial enterprises // *International Review of Management and Marketing*. – 2016. – Vol. 6. – No. 1. – P. 165–169.
3. Altynbaeva E. R. Implementation of infrastructure projects on the basis of the mechanism of interaction between the state and private business // *Scientific review*. – 2015. – No. 19. – P. 234–237.
4. Kadyshchev E. N., Basyrov A. Ya. The concept and policy of forming the system of state regulation of investments as a factor of enterprise development // *Bulletin of the Bashkir University*. – 2013. – T. 18. – No. 4. – P. 1110–1112.
5. Kadyshchev E. N., Kadysheva O. E. Formation of a regional investment system // *Bulletin of Economics, Law and Sociology*. – 2012. – No. 1. – P. 56–58.
6. Asiya Sh. Khasanova. Assessment of the Efficiency of the Capital Investment Project of the Resource-saving Technology for the Real Sector of the Economy in the Republic of Tatarstan // *Mediterranean Journal of Social Sciences MCSER Publishing*, – Rome-Italy. – 2015. – Vol. 6. – No 2. – P 3. – P. 155–161.
7. WorldBank <http://data.worldbank.org/indicator/NE.GDI.TOTL.ZS> (Date of circulation 10.12.2016)
8. Kalabekov I. G. Russian reforms in figures and facts // <http://kaig.ru>. (Date of circulation 01.12.2016)
9. National Bureau of Statistics of China <http://www.stats.gov.cn/was5/web/search?Channelid=250710&andsen=investments+in+fixed+capital&x=32&y=16> (Date of circulation 01.12.2016)
10. Central Bank of the Russian Federation // <http://www.cbr.ru/> (Date of circulation 01.12.2016)
11. Rosstat // <http://www.gks.ru/> (Date of circulation 01.12.2016)
12. Unctadstat.unctad.org www.unctad.org
13. Khasanova A. Sh., Mirzagalyamova Z. N., Fatykhova L. I. Guidelines for the effective development of // *Bulletin of Economics, Law and Sociology*. – 2016. – No. 4. – P. 107–112.
14. Fatykhova L. I. The commercialization of innovations as a factor of increasing the investment attractiveness of the project in the Russian conditions // *Bulletin of the Kazan State Technical University named after A. N. Tupolev*. – 2013. – No. 2 (70). – Issue. 2. – P. 282–285.
15. Shlychkov V. V. Economic evaluation of investment trends in market conditions: author's abstract. Dis. ... cand. Economical. Yoshkar-Ola, – 2004.
16. Gabbasova L. B., Mirzagalyamov B. B. Bank competition in Russia // *Proceedings of the Free Economic Society of Russia*. – Volume 187. – Moscow-Tambov, – 2014. – P. 282–294.
17. Gabbasova L. B., Mirzagalyamov B. B. Development Trends of the World Banking Competition in the Context of Globalization // *Bulletin of economics, law and sociology*. – 2015. – No. 4. – 2015. – P. 27–30.
18. Gabbasova L. B., Mirzagalyamov B. B. The banking system of the Republic of Tatarstan: Trends and Development Tools // *Bulletin of Economics, Law and Sociology*. – 2014. – No. 4. – P. 33–36.
19. Daragan A. V. ETF as a New Investment Tool of the Russian Stock Market // *Bulletin of the Kazan State Technical University named after A. N. Tupolev*. – 2014. – Issue. 1. – P. 154–156.

Information about the author

Khasanova Asiya Shamilevna, doctor of economic sciences, professor, head of the Department of economic theory of Kazan National Research Technical University named after A. N. Tupolev – KAI (Kazan Aviation Institute), Kazan City

Address: 420111 Kazan City, K. Marx Street, 10

Tel.: +7 (843) 231-01-09

E-mail: khasanovaas@mail.ru

Mirzagalyamova Zulfiya Nurullova, candidate of economic sciences, professor of the Department of economic theory of Kazan National Research Technical University named after A. N. Tupolev – KAI (Kazan Aviation Institute), Kazan City

Address: 420111 Kazan City, K. Marx Street, 10

Tel.: +7 (843) 231-01-09

E-mail: zmirzagalyamova@mail.ru

Shlychkov Valery Vladimirovich, doctor of economic sciences, professor of the Department of economic theory of Kazan National Research Technical University named after A. N. Tupolev – KAI (Kazan Aviation Institute), Kazan City

Address: 420111 Kazan City, K. Marx Street, 10

Tel.: +7 (843) 231-01-09

E-mail: Shlichkov-valery@mail.ru

ORCID: 0000-0002-3307-2153

Gabbasova Lyaysan Bilgusovna, candidate of economic sciences, Associate Professor of the Department of economic theory of Kazan National Research Technical University named after A. N. Tupolev – KAI (Kazan Aviation Institute), Kazan City

Address: 420111 Kazan City, K. Marx Street, 10

Tel.: +7 (843) 231-01-09

E-mail: gabbalb@rambler.ru

Fatykhova Liliya Ilgizovna, candidate of economic sciences, Associate Professor of the Department of economic theory of Kazan National Research Technical University named after A. N. Tupolev – KAI (Kazan Aviation Institute), Kazan City

Address: 420111 Kazan City, K. Marx Street, 10

Tel.: +7 (843) 231-01-09

E-mail: flid@mail.ru

A.Sh. Hasanova¹Z. N. Mirzagalyamova¹¹Kazan National Technical University named after A. N. Tupolev – KAI (Kazan Aviation Institute), Kazan City

TO THE QUESTION OF COMPETITIVENESS OF THE HIGHER EDUCATION IN RUSSIA

Abstract

Research purpose: the analysis of the undertaken reform in education, studying of approaches of the Russian and foreign scientists to assessment of competitiveness of higher educational institutions for the purpose of identification of new mechanisms of activities of higher education institutions taking into account market and integration contexts of existence.

Research methods: analysis and synthesis, comparison, group, disaggregation and generalization, historical and logical analysis.

Results: a number of characteristics of functioning of the higher school in Russia is provided; the group of various tasks is carried out to a program system of priorities for the purpose of enhancement of system of the higher education.

Scientific novelty: features of functioning of the higher school in Russia are marked out; determinants of competitiveness of educational institutions and its differentiated indicators are revealed.

Practical importance: the analysis of the existing approaches of the Russian and foreign scientists to assessment of competitiveness allowed to group various indicators of activities of higher education institution and its structural divisions in 6 groups.

Keywords: transformation of the education system, the interdependence of educational institutions and the General economic system, educational service as an economic category, the economic interests of the subjects of the educational services market, the competitiveness of the University, the indicators of competitiveness, improvement of the education system.

References:

1. Khasanova A.Sh. A quarter of a century of reform of the Russian economy: does it wander in a labyrinth or run on the spot? // Indian Journal of Science and Technology. – 2015. – Volume 8 (S 10). – DOI: IPL0802.
2. Aleksandrov A.Yu. Organization of the educational process in conditions of transition to new educational standards // Bulletin of the Chuvash University. – 2013. – No. 2. – P. 111–115.
3. Afanasyeva N. V., Kadyshchev E. N., Afanasyev V. V. The role of small innovative enterprises in higher education institutions in increasing the competitiveness of the regional economy // Bulletin of the Chuvash University. – 2013. – No. 4. – P. 285–291.
4. Bataykin P.A., Khasanova A.Sh., Shlychkov V.V., Tumashev A.R., Tuumasheva M. V. Economic Growth in Conditions of Resource Constraints: An Ordinal Approach to Optimizing the Structure of Macroeconomic Production, Zh. Applied Economic Sciences. XI. – Вып. 3 (41). – P. 521–531.
5. Nestulayeva D. R. Electronic Education as a New Form of Training Qualified Personnel for the Modernization Economy // Bulletin of Economics, Law and Sociology. – 2015. – No. 1. – P. 35–37.
6. Komelina V.A., Mirzagalyamova Z.N., Gabbasova L.B., Lavrentyev S.Yu., Harisova G. M. Features of the formation of economic competence of students // International Review of Management and Marketing. International Review of Management and Marketing. – 2016. – 6 (1). – P. 53–57.
7. Sibgatova K.I., Mirzagalyamova Z.N., Pupysheva E.L., Mirzanagimova F.I., Shkinderova I. N. Nurieva E. N. Formation of readiness of teachers of educational institutions and professional community to implement the guidance on joint education of students // Journal of Natural Sciences. – 2014. – 3 December. – DOI: 10.5539/RES.V7N1P74.

8. Gumerov A.V., Babushkin V.M., Moiseev R.E., Nikolaeva A.B., Biktemirova M.K., Nuryakhmetova S.M., Khari-sova R.R., Rukukoynikova V.P. Modeling of the quality functions of industrial enterprises // International Review of Management and Marketing. – 2016. – Т. 6. – No. 1. – P. 165–169.
9. Indicators of education. Statistical collection. – M.: National Research University “Higher School of Economics”, – 2013. – P. 92.
10. Danilova S. V. The rating-rating methodology for assessing the competitiveness of universities // Bulletin of the SSU. – No. 4 (105). – P. 19–26.
11. Higher education and the labor market: the paradigm of interaction // Higher education today. – 2005. – No. 6. – P. 30.
12. Aleksandrov A.Yu., Vereshchak S.B., Ivanova O. A. Legal issues of the correlation of state and public control in the sphere of higher education // Actual problems of economics and law. – No. 2. – 140–146.

Information about the author

Hasanova Asiya Shamilevna, Doctor of economic sciences, professor, head of the department of economic theory of the Kazan National Research Technical University. A. N. Tupolev-KAI, city of Kazan

Address: 420111, Kazan, St. K. Marx, 10

Tel.: +7 (843) 231-01-09

E-mail: khasanovaas@mail.ru

ORCID: 0000-0002-4987-8952

Mirzagalyamova Zulfiya Nurullova,

Candidate of economic sciences, professor of the Department of Economic Theory of the Kazan National Research Technical University. A. N. Tupolev-KAI, city of Kazan

Address: 420111, Kazan, St. K. Marx, 10

Tel.: +7 (843) 231-01-09

E-mail: zmirzagalyamova@mail.ru

А. Ш. Хасанова¹

З. Н. Мирзагалимова¹

¹ Казанский национальный исследовательский технический университет им. А. Н. Туполева – КАИ, г. Казань

К ВОПРОСУ О КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ В РОССИИ

Аннотация

Цель исследования: анализ проводимой реформы в сфере образования, изучение подходов российских и зарубежных ученых к оценке конкурентоспособности высших учебных заведений с целью выявления новых механизмов деятельности вузов с учетом рыночного и интеграционного контекстов существования.

Методы исследования: анализ и синтез, сравнение, группировка, детализация и обобщение, исторический и логический анализ.

Результаты: представлен ряд характерных особенностей функционирования высшей школы в России; проведена группировка различных задач в программную систему приоритетов в целях совершенствования системы высшего образования.

Научная новизна: выделены особенности функционирования высшей школы в России; выявлены детерминанты конкурентоспособности образовательных учреждений и ее дифференцированные показатели.

Практическая значимость: анализ существующих подходов российских и зарубежных ученых к оценке конкурентоспособности позволил сгруппировать различные показатели деятельности вуза и его структурных подразделений в 6 групп.

Ключевые слова: трансформация системы образования, взаимозависимость образовательного учреждения и общей экономической системы, образовательная услуга как экономическая категория, экономические интересы субъектов рынка образовательных услуг, конкурентоспособность вуза, показатели конкурентоспособности, совершенствование системы образования.

ВВЕДЕНИЕ

Перед российским обществом на современном этапе стоит задача достижения технологического лидерства экономики, обеспечения устойчивого экономического роста, увеличения реальных доходов граждан. На их решения направлены экономические реформы, в том числе и в сфере образования [1; 2]. Инновационность в качестве важнейшей черты новой экономики проявляется, прежде всего, в способности трансформировать знания (итог образовательной и научной деятельности) в создание новых продуктов, процессов, услуг [3]. Новая экономика для своего воспроизводства требует нового видения, новых подходов и новых планов действия, предполагает наличие условий, которые стимулировали бы отдельных лиц и предприятия к созданию следующего поколения знаний, технологий, бизнес-моделей и систем динамичного управления [4; 5]. В период становления экономики знаний, стремительного развития технологий и роста потребностей в новых умениях и квалификациях особенно возрастает роль высшего профессионального образования. Отечественная система образования является важным фактором сохранения места России в ряду ведущих стран мира, ее международного престижа как страны, обладающей высоким уровнем культуры, науки, образования.

Темпы научно-технического прогресса, тенденции мирового развития в условиях глобализации требуют постоянных корректив в системе образования. Можно выделить следующие особенности современного этапа социально-экономического развития страны, оказывающие влияние на трансформацию системы образования:

- гражданское общество формирует условия для самопроявления свободных граждан и добровольно сформировавшихся ассоциаций и организаций. В реализации своих способностей люди в таком обществе не зависимы от прямого вмешательства и произвольной регламентации со стороны государственной власти.

- Основными признаками гражданского общества являются: наличие в обществе свободных владельцев средств производства; развитая демократия; правовая защищённость граждан; определённый уровень гражданской культуры; высокий образовательный уровень

- населения; наиболее полное обеспечение прав и свобод человека; самоуправление; конкуренция образующих его структур и различных групп людей; свободно формирующиеся общественные мнения и плюрализм; сильная социальная политика государства; многоукладная экономика; большой удельный вес в обществе среднего класса. Расширение возможностей политического и социального выбора вызывает необходимость повышения уровня готовности граждан к такому выбору;

- переход к постиндустриальному, информационному обществу сопровождается значительным расширением масштабов межкультурного взаимодействия, в связи с чем особую важность приобретают общекультурные компетенции;

- возникновение и рост глобальных проблем, которые могут быть решены лишь в результате сотрудничества в рамках международного сообщества, что требует формирования современного мышления у молодежи;

- динамичное развитие экономики, рост конкуренции, сокращение сферы неквалифицированного и малоквалифицированного труда, глубокие структурные изменения в сфере занятости, определяющие постоянную потребность в повышении профессиональной квалификации и переподготовке работников, росте их профессиональной мобильности. Критерием эффективности освоения знаний и навыков обучающихся выступают сформированные профессиональные компетенции [6]. При этом возрастают интеграционные усилия образовательно и профессионального сообществ [7].

- возрастание роли человеческого капитала, который в развитых странах составляет 70–80 процентов национального богатства, что, в свою очередь, обуславливает интенсивное, опережающее развитие образования как молодежи, так и взрослого населения. В экономике знаний только благодаря человеческому капиталу можно сделать экономический прорыв на основе инноваций, обеспечить конкурентоспособность Российской экономики, моделировать качество конкурентоспособной промышленной продукции [8].

Устойчивый интерес исследователей к современным проблемам вузов позволяет отметить ряд харак-

терных особенностей функционирования высшей школы в России:

- наличие нерациональной финансовой политики государства, не учитывающей инвестиционный потенциал образования. Тенденцией современного этапа развития является урезание государственного финансирования вузов. В 2011 году в структуре средств государственных образовательных учреждений высшего профессионального образования на долю бюджетных средств приходилось 59,6 % [9, С. 92]; существуют определенные недостатки в методике финансового обеспечения направлений подготовки: отсутствие прозрачности системы, объективного подсчета реальных затрат на реализацию образовательных программ, обучение на подготовительных отделениях для иностранных студентов не охватывается ни одним из уровней образования и не включается в подсчет финансового обеспечения. Государство не обеспечивает гарантированного уровня заработной платы профессорско-преподавательского состава. Он достигается за счет внебюджетных источников, субсидий по науке, средств грантовой деятельности;

- нехватка квалифицированных вузовских управленцев, учитывающих новую направленность менеджмента высшей школы, который становится более предпринимательским и корпоративно-рациональным;

- необходимость сбалансированности консерватизма высшего образования, обеспечивающего его фундаментальность и устойчивость, и адаптивности, связанной с учетом динамичных особенностей и потребностей современного общества [10];

- устойчивая тенденция к массовости образования наряду с ухудшением квалификационной и возрастной структуры занятости.

- наличие барьеров между научными достижениями и их практической реализацией.

Данные особенности наряду с динамизмом среды функционирования предопределяют необходимость выявления новых механизмов деятельности вузов с учетом рыночного и интеграционного контекстов существования.

На сегодняшний день объективной реальностью становится трансформация высшего учебного заведения в один из субъектов рыночной экономики. Рынок определяет отношения и взаимозависимость образовательного учреждения и общей экономической системы.

При этом отличительной особенностью вузов является выход с одним и тем же продуктом на два вза-

имосвязанных рынка: рынок образовательных услуг и рынок труда [11, С. 30].

Для решения задач адаптации, выживания и развития в рыночных условиях у вузов появилась потребность в обеспечении конкурентоспособности [12].

Образовательная услуга как экономическая категория выражает экономические отношения в области образования между потребителями и производителями образовательных услуг. Субъектами этого рынка выступают домохозяйства, образовательные учреждения, государство. На рынке образовательных услуг происходит постоянный процесс взаимодействия администрации образовательных учреждений и профессорско-преподавательского состава, абитуриентов и их родителей, студентов и работодателей. Экономические интересы субъектов рынка образовательных услуг противоречивые. Так, государство и образовательные учреждения заинтересованы в воспроизводстве качественного человеческого капитала, а работодателей интересует собственно профессиональная подготовка. В условиях двухуровневой подготовки (бакалавр, магистр) это выражается в различной оценке участниками образовательного процесса выпускников. Работодатели редко позиционируют выпускника — бакалавра на должности, требующие высшего образования. Вузы и выпускники при этом позиционируют себя специалистами с высшим образованием.

Исходя из вышеизложенного, можно сделать вывод, что образовательная услуга — это процесс формирования компетенций (знаний, умений, навыков, способностей) потребителя как субъекта общественно-экономических отношений с целью удовлетворения его личностно-профессиональных потребностей.

Высокая конкурентоспособность вуза позволяет:

- получить большие по сравнению с конкурентами финансовые ресурсы за счет расширения платных услуг населению;

- получить дополнительные финансовые ресурсы со стороны государства за счет оказания более качественных услуг и получения дополнительного государственного заказа;

- получить дополнительные финансовые ресурсы от представителей рынка труда за счет заключения контрактов на подготовку и переподготовку специалистов для конкретных предприятий;

- иметь возможность приобретать в приемную кампанию больший объем человеческого капитала за счет престижности обучения [4].

Для достижения показателей конкурентоспособности образовательных услуг необходимо определить: состав реализуемых направлений бакалавриата; направления научных и методических исследований; объем спроса на предоставляемые услуги по регионам; состав базовых потребителей предоставляемых услуг; распределение средств по направлениям деятельности и подразделениям; принципы поддержания и наращивания квалификационного уровня преподавателей и сотрудников; принципы ценовой политики на выполняемые государственные и хозрасчетные услуги; показатели предпочтительности услуг университета по сравнению с конкурирующими вузами и научными организациями; структуру источников финансирования; соотношение между текущим потреблением и инвестициями в развитие.

Учитывая существующие подходы российских и зарубежных ученых к оценке конкурентоспособности, общую совокупность показателей деятельности вуза и его структурных подразделений можно объединить в 6 групп:

- показатели экономичности показывают соотношение достигаемых результатов и затрачиваемых ресурсов;

- показатели качества обучения отражают степень соответствия образовательной услуги требованиями работодателей, государственным стандартам и ожиданиям потребителей;

- показатели условий обучения характеризуют степень соответствия принятых условий учебы и труда требованиям санитарии, экологии и безопасности, а также обеспеченностью современным учебным оборудованием, доступностью и качеством учебной и научной литературы;

- показатели результативности дают оценку востребованности выпускников вуза по конкретной специальности на рынке труда;

- показатели потенциала образовательного учреждения показывают возможности вуза в учебно-методической, научно-педагогической, хозяйственно-экономической деятельности;

- показатели адаптивности образовательного учреждения отражают оперативность реагирования на изменяющиеся потребности общества.

Процедура оценки конкурентоспособности образовательных услуг включает два аспекта. Первый — надо проанализировать массив так, чтобы выделить главные характеристики, свойственные природе кон-

курентоспособности образовательных услуг. Другими словами, определить число и природу наиболее существенных и относительно независимых характеристик. Здесь целесообразно применить факторный анализ. Второй — специальности/направления бакалавриата отличаются друг от друга наличием содержательно разного труда, разным удельным весом творческого, технического труда профессорско-преподавательского состава, стоимости оборудования и техническо-материальной базы и т. п. Важно проанализировать каждую образовательную услугу, с тем, чтобы определить «лидеров» рынка образовательных услуг и «аутсайдеров».

Таким образом, оценка конкурентной позиции образовательной услуги вуза позволяет решить ряд взаимосвязанных задач:

- определить особенности развития конкурентной ситуации на рынке образовательных услуг, с тем, чтобы наиболее объективно определить квоту бюджетного финансирования;

- установить степень доминирования конкретной специальности/направления бакалавриата вуза на рынке труда для организации рационального использования, как бюджетных средств, так и средств населения на подготовку специалистов в регионе;

- выделить ближайшие вузы-конкуренты и установить относительную позицию вуза среди участников рынка образовательных услуг;

- при разработке стратегии вуза опираться на информацию о вузах-конкурентах в регионе и в стране;

- обоснованно подойти к вопросам разработки стратегии конкуренции, учитывающей конкурентную позицию специальностей/направлений бакалавриата вуза в регионе и с учетом особенности его рыночного окружения.

Можно сформулировать ряд задач, которые нужно решить в целях совершенствования системы образования, сгруппировав их в следующую программную систему приоритетов: создание равных возможностей доступа к образованию для различных категорий населения (в том числе и через развитие дистанционного образования); создание нового финансового механизма управления образованием и условий для повышения качества образования; формирование механизмов государственно-общественного управления системой образования; оптимизация сети региональных образовательных учреждений; формирование эффективной программы развития кадров

для региональной системы образования; развитие отношений партнерства между региональной системой образования и другими организациями и социальными институтами; обеспечение социальной защиты студентов и работников системы образования. Таким образом, можно сделать следующие выводы:

1) расширение финансово-хозяйственной самостоятельности бюджетных учреждений, изменение в механизмах взаимодействия государственных органов с подведомственными учреждениями (переход от сметы к субсидиям; появление планов и отчетов о результатах деятельности; предоставление образовательным учреждениям больших прав в распоряжении доходами и др.) направлены на укрепление зависимости объемов бюджетного финансирования от результатов деятельности учреждений и, следовательно, на повышение эффективности расходования бюджетных средств;

2) повышение уровня экономической безопасности вуза непосредственно связано с формированием набора эффективных инструментов, обеспечивающих его устойчивое экономическое развитие, как способа реализации целей и задач. Значительное влияние на выбор средств, способов и методов повышения уровня экономической безопасности вуза оказывают специфические особенности экономики образования и выявленные факторы. Следовательно, можно сделать вывод о качественном изменении характера и направлений необходимой деятельности образовательных учреждений по обеспечению экономической безопасности в изменившихся социально-экономических и институциональных условиях;

3) в результате расчета нормативов затрат:

– обеспечено распределение статей бюджетной сметы по направлениям затрат, соответствующим положениям нормативных правовых актов, которые в настоящее время регулируют вопросы финансового обеспечения выполнения государственного задания;

– направления затрат, непосредственно связанные с оказанием государственной услуги, отделены от направлений затрат, которые не связаны с оказанием государственной услуги;

– использование индивидуальных нормативов позволяет учесть особенности каждого образовательного учреждения, специфику предоставляемых услуг, сложившуюся материально-техническую базу, степень обеспеченности инженерной инфраструктурой, географическое положение и другие факторы, оказывающие существенное влияние на стоимость подготовки учащихся.

Такой подход снизил риски резкого изменения уровня финансового обеспечения бюджетных учреждений в первый год введения нового механизма финансирования, поскольку нормативные затраты определяются исходя из фактических расходов учреждения. При этом, однако, следует иметь в виду, что индивидуальные нормативы не могут обеспечить прозрачности распределения объемов финансирования между учреждениями, не создают стимулов для сокращения издержек, привлечения внебюджетных источников финансового обеспечения и, как следствие, для повышения эффективности деятельности учреждений и эффективного использования бюджетных средств. Поэтому следующим шагом внедрения нормирования затрат в бюджетных учреждениях может стать разработка групповых нормативов.

Список литературы:

1. Хасанова А. Ш. Четверть века реформ российской экономики: блуждает ли в лабиринте или беге на месте? // Индийский журнал по науке и технике. – 2015. – Том 8 (S10). – DOI: IPL0802.
2. Александров А. Ю. Организация учебного процесса в условиях перехода на новые образовательные стандарты // Вестник Чувашского университета. – 2013. – № 2. – С. 111–115.
3. Афанасьева Н. В., Кадышев Е. Н., Афанасьев В. В. Роль малых инновационных предприятий при вузах в повышении конкурентоспособности региональной экономики // Вестник Чувашского университета. – 2013. – № 4. – С. 285–291.
4. Батайкин П. А., Хасанова А. Ш., Шлычков В. В., Тумашев А. Р., Туумашева М. В. Экономический рост в условиях ресурсных ограничений: ординальный подход к оптимизации структуры макроэкономического производства // Журн. Прикладных экономических наук. XI. – Вып. 3 (41). – Р. 521–531.
5. Нестулаева Д. Р. Электронное образование как новая форма подготовки квалифицированных кадров для модернизационной экономики // Вестник экономики, права и социологии. – 2015. – № 1. – С. 35–37.

6. Комелина В. А., Мирзагалямова З. Н., Габбасова А. Б., Лаврентьев С. Ю., Харисова Г. М. Особенности формирования экономической компетентности студентов // Международный обзор менеджмента и маркетинга. Международный обзор менеджмента и маркетинга. – 2016. – 6 (1). – Р. 53–57.
7. Сибгатова К. И., Мирзагалямова З. Н., Пупышева Е. А., Мирзанагимова Ф. И., Шкиндерова И. Н. Нуриева Е. Н. Формирование готовности учителей образовательных учреждений и профессионального сообщества к реализации руководства по совместному воспитанию учащихся // Журнал естественных наук. – 2014. – 3 декабря. – DOI: 10.5539/RES.V7N1P74.
8. Гумеров А. В., Бабушкин В. М., Моисеев Р. Е., Николаева А. Б., Биктемирова М. К., Нурияхметова С. М., Харисова Р. Р., Рукокойникова В. П. Моделирование функций качества продукции промышленных предприятий // Международный обзор менеджмента и маркетинга. – 2016. – Т. 6. – № 1. – С. 165–169.
9. Индикаторы образования. Статистический сборник. – М.: Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», – 2013. – С. 92.
10. Данилова С. В. Балльно-рейтинговая методика оценки конкурентоспособности вузов // Вестник Сам ГУ. – № 4 (105). – С. 19–26.
11. Высшее образование и рынок труда: парадигма взаимодействия // Высшее образование сегодня. – 2005. – № 6. – С. 30.
12. Александров А. Ю., Верещак С. Б., Иванова О. А. Правовые вопросы соотношения государственного и общественного контроля в сфере высшего образования // Актуальные проблемы экономики и права. – № 2. – 140–146.

Информация об авторе

Хасанова Асия Шамилевна, доктор экономических наук, профессор, заведующая кафедрой экономической теории Казанского национального исследовательского технического университета им. А. Н. Туполева-КАИ, г. Казань

Адрес: 420111 г. Казань, ул. К. Маркса, 10

Тел.: +7 (843) 231-01-09

E-mail: khasanovaas@mail.ru

ORCID: 0000-0002-4987-8952

Мирзагалямова Зульфия Нурулловна, кандидат экономических наук, профессор кафедры экономической теории Казанского национального исследовательского технического университета им. А. Н. Туполева-КАИ, г. Казань

Адрес: 420111 г. Казань, ул. К. Маркса, 10

Тел.: +7 (843) 231-01-09

E-mail: zmirzagalyamova@mail.ru

Contents

Study of art	3
T. R. Safonova	
CHANGE OF THE FUNCTIONAL PURPOSE AS AN ALTERNATIVE METHOD OF PRESERVING FRAGMENTS OF ARCHITECTURAL MONUMENTS.....	3
Linguistics	9
H. Zh. Tovmasyan	
TEXT COHESION VIA THE PRESUPPOSITION BASE REALIZED THROUGH SYNONYMY OF LEXICAL UNITS.....	9
Pedagogy	15
A. I. Artyukhina	
CREATING PROBLEM-ORIENTED CLASS ENVIRONMENT IN MEDICAL TRAINING	15
E. V. Mileakova-Roman V. P. Dorgan M. A. Vashenko	
PROFESSIONAL COMPETENCES OF THE INFANT SWIMMING INSTRUCTORS.....	23
Philology	32
I. A. Artyomenko	
FRATERNAL SOCIOLECT AS A REFLECTION OF CONCEPTUAL AND VALUE CUES PECULIAR TO FRATERNITY AND SORORITY MEMBERS.....	32
N. V. Gabdreteva D. A. Tishkina E. V. Musina T. V. Marsheva E. V. Martynova	
SOME ISSUES OF ACHIEVING THE ADEQUACY OF TRANSLATION	43
N. V. Gabdreteva G. Kh. Zinnatullina G. F. Zinnatullina	
SPEECH ETIQUETTE IN THE SYSTEM OF GENETICALLY DIFFERENT LANGUAGES	51
G. Kh. Gilazetdinova	
STRUCTURAL AND SEMANTIC PECULIARITIES OF WORD-FORMATIVE PARADIGMS OF EASTERN BORROWED WORDS IN THE RUSSIAN LANGUAGE OF THE MOSCOW STATE OF THE XV–XVII CENTURIES.....	58
R. R. Yakhina	
SEMANTIC MODIFICATIONS OF FOREIGN WORDS OF ENGLISH ORIGIN.....	69
Philosophy	77
D. Mentuz	
EPISTEME AND SUBJECTIVITY: THE CONTEXT DOES NOT SOLVE THE “GETTIER PROBLEM”.....	77
Economics and management	83
E. R. Altynbaeva A. B. Nikolaeva O. V. Filina A. V. Daragan 1	
THE ROLE OF GOVERNMENT IN INNOVATION MANAGEMENT.....	83
O. V. Andreeva L. B. Gabbasova B. B. Mirzagalamov A. D. Minlibayev	
ANALYSIS OF THE COMPETITIVE POSITION OF THE BANKING SERVICES IN THE REPUBLIC TATARSTAN	94

O. G. Goncharenko V. A. Anischenko CONCEPTUALIZATION OF APPROACHES TO DEFENSE “PERSONNEL MANAGEMENT” IN THE CONTEXT OF THE PECULIARITIES OF THE CRIMINAL- EXECUTIVE SYSTEM.....	102
N. G. Kondrashova IMPROVEMENT THE SYSTEM OF REGULATION OF AUDIT ACTIVITY IN RUSSIA.....	110
V. S. Lukashov L. K. Ulybina LEASING AS AN INVESTMENT INSTRUMENT FOR MODERNIZATION OF THE RUSSIAN ECONOMY AT THE PRESENT STAGE	116
R. K. Mazitova COMPETITIVE POTENTIAL OF THE RUSSIAN ECONOMY AS A WTO MEMBER.....	124
O. Yu. Mohylevskaya THE COMPETITIVENESS OF INDUSTRIAL ENTERPRISES IN THE SYSTEM OF PARTNER RELATIONS LOYALTY	130
R. E. Moiseyev E. A. Makhteev A. B. Nikolaev M. F. Safargaliyev Yu. M. Tregubov EFFECTIVE USE OF RESOURCES AS FACTOR OF INCREASE IN COMPETITIVENESS OF THE RUSSIAN ENTITIES	137
M. A. Potapova FEATURES OF SOCIAL ENTREPRENEURSHIP FORMATION IN MODERN CONDITIONS	149
L. V. Romanova THEORETICAL AND PRACTICAL ASPECTS OF DEVELOPMENT OF MARKETING MANAGEMENT ON INDUSTRIAL ENTERPRISES	158
N. O. Starkova THEORETICAL ASPECTS OF BRANDING OF THE REGION.....	165
K. R. Nurgaleyeva A. E. Tasmukhanova RISK MANAGEMENT ON THE OPERATIONAL STAGE OF INVESTMENT PROJECTS IN THE REFINING INDUSTRY	177
A. Sh. Khasanova Z. N. Mirzagalyamova V. V. Shlychkov L. B. Gabbasova L. I. Fatykhova ABOUT CERTAIN TRENDS OF INVESTMENT ACTIVITIES AND MEASURES FOR STRENGTHENING OF INVESTMENT ACTIVITY IN RUSSIA.....	187
A. Sh. Hasanova Z. N. Mirzagalyamova TO THE QUESTION OF COMPETITIVENESS OF THE HIGHER EDUCATION IN RUSSIA	1968