

О. Б. Пономарев, С. Г. Светуньков

**ЭКОНОМИКА КАК НАУКА:
ТОЛКОВЫЙ СЛОВАРЬ
ОБЩЕНАУЧНЫХ ТЕРМИНОВ И ПОНЯТИЙ**

Учебное пособие

Москва
Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°»
2023

УДК 33(038)
ББК 65я2
П56

Рецензенты:

И. А. Аренков – д.э.н., профессор, заведующий кафедрой экономики предприятия, предпринимательства и инноваций Санкт-Петербургского государственного университета;

Е. Л. Торопцев – д.э.н., профессор Северо-Кавказского федерального университета.

Пономарев, Олег Борисович.

П56 Экономика как наука : толковый словарь общенаучных терминов и понятий : учебное пособие/ О. Б. Пономарев, С. Г. Светуньков. — Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2023. — 214 с.

ISBN 978-5-394-05287-3.

DOI 10.29030/978-5-394-05287-3-2023.

В толковом словаре представлены универсальные общетеоретические термины и понятия, необходимые для осуществления исследовательской работы в области экономических наук. В качестве иллюстрации применения этой терминологии в экономической науке в каждой статье приводятся примеры из опубликованных научных работ отечественных и зарубежных учёных.

Словарь рассчитан на широкий круг читателей, ориентированных на научное осмысление сути экономической науки, — на бакалавров, магистрантов, аспирантов и докторантов, осуществляющих исследовательскую деятельность в области экономики.

ISBN 978-5-394-05287-3

© Пономарев О. Б., Светуньков С. Г., 2023

© ООО «ИТК «Дашков и К°», 2023

ВВЕДЕНИЕ

Любая наука оперирует двумя категориями терминов и понятий: специальными и общенаучными. В распоряжении отечественных экономистов сегодня имеется много различных справочников и словарей экономических терминов и понятий. Этих словарей и справочников так много, что мы даже затрудняемся порекомендовать кому-нибудь лучший из них. Есть даже экономические энциклопедии, чтение которых доставляет удовольствие. А вот словарей или справочников общенаучных терминов и понятий, которые экономисты используют в своих научных исследованиях, исчезающе мало. Это приводит к тому, что среди опубликованных научных результатов экономических исследований приходится время от времени сталкиваться с неправильным пониманием и неправильным применением общенаучной терминологии. А если используемая терминология имеет множество толкований, то как можно понять друг друга? Никак.

Поэтому основной целью данного издания является представление общенаучной терминологии в доступной для понимания форме, с тем чтобы снять терминологические разногласия подобного рода в научных исследованиях экономики.

Ещё в 2004 г. в издательстве Санкт-Петербургского государственного университета экономики и финансов был выпущен краткий словарь «Логико-гносеологическая терминология в экономике» С. Г. Светунькова и Т. В. Хан. Этот словарь был мгновенно разобран читателями, и ныне его не найти. А потребность в словаре такого рода осталась.

И вот, спустя почти 20 лет после выпуска того словаря, мы приступили к написанию другой работы — толкового словаря общенаучных терминов и понятий. Словарь 2004 г. эта работа напоминает только методом подачи материалов, а сами материалы существенно расширены, дополнены и откорректированы. Часть терминов и понятий мы полностью исключили в новом словаре, поскольку практика показала, что в экономических исследованиях они не применяются и в экономической научной среде не используются.

Номенклатура понятий и терминов, приведённых в настоящем издании, существенно расширилась за счёт включения в научный

обиход новых словосочетаний, появившихся в том числе и благодаря формированию новой парадигмы экономической науки под влиянием цифровизации всего общества. Понятно, что ставшим сегодня общенаучным термином словосочетанием «большие данные» ни Адам Смит, ни Джон Мейнард Кейнс не пользовались. И таких новых общенаучных терминов, используемых в современных научных исследованиях экономики, появилось довольно много.

Поскольку нашей задачей было сформировать не просто словарь, а толковый словарь, то мы решили сделать это таким образом.

В начале каждой статьи приводится по возможности наиболее чёткое и краткое определение общенаучного понятия или термина.

Далее следует его более полное и тщательное толкование, для того чтобы расширить формальное определение неформальным содержанием.

Поскольку растолковать смысл понятия или термина — это одно, а показать, как его следует правильно использовать, — это другое, то мы в конце статьи приводим примеры правильного или неправильного их использования экономистами. Здесь уместны дословные цитаты, что мы и делаем.

Для того чтобы снабдить нашу книгу достойными цитатами, нам пришлось переработать довольно большое количество опубликованной экономической научной и учебной литературы.

Подбор авторов для цитирования мы делали так.

По возможности мы искали примеры употребления общенаучных терминов и понятий у классиков экономической науки или у известных современных учёных-экономистов, чей научный авторитет и высочайшая научная квалификация не вызывает сомнений.

Поскольку экономическая наука непрерывно развивается, как живая интеллектуальная система, она расширяет своё содержание за счёт новых научных положений, в том числе привносимых в экономику другими науками. Так в словарном запасе экономистов появляются новые термины и новые понятия, которые классики не использовали. В таком случае мы обращались к опубликованным работам наших современников — учебникам, монографиям и научным статьям, где эти вновь вошедшие в обиход научного языка общенаучные термины и понятия представлены в наиболее доступной и корректной форме.

В том случае, когда мы не находили таких примеров употребления общенаучной терминологии в экономических текстах или эти примеры нас не удовлетворяли, мы использовали цитаты из собственных публикаций, стараясь не злоупотреблять этим.

При цитировании авторов мы намеренно не указывали страницы, на которых эти цитаты находятся. Если бы мы это сделали, то ввели бы в соблазн многих молодых учёных-экономистов использовать эти цитаты при подготовке к опубликованию в журналах научных статей. Известно, что некоторые журналы требуют от авторов статей, чтобы в списке использованной литературы было не менее чем, скажем, двадцать источников. Тогда таким молодым учёным можно было бы просто выдернуть из нашего толкового словаря необходимое количество цитат, вставить их в текст статьи — и требование редакции журнала было бы выполнено. Но мы подготовили не цитатник, а толковый словарь. Задача его в другом — научить молодых учёных правильному и корректному использованию общенаучных терминов и понятий в исследовании экономики.

И ещё на одну особенность нашего словаря необходимо указать. Актуальность его издания определяется тем, что довольно часто приходится сталкиваться при изучении экономической научной литературы с тем, что молодые (а иногда и не очень молодые) учёные допускают ошибочное толкование и использование общенаучных терминов и понятий. Нам такие случаи известны, и мы приводим некоторые из них в нашем словаре для того, чтобы читатель понимал, как нельзя использовать понятийный аппарат. Здесь также нельзя обойтись без прямого цитирования, что мы и делаем. Но мы намеренно не упоминаем авторов, на чьи ошибки в употреблении общенаучной терминологии указываем. Если учёный однажды допустил ошибку, то это не является основанием для того, чтобы автора этой ошибки увековечивать в словаре как автора ошибки, ведь «то, что написано пером, не вырубишь топором».

Поскольку ряд терминов и понятий раскрывается в контексте общенаучных методов, в нашем словаре приводится информация об этих некоторых общенаучных методах и о том, как их можно правильно применить в экономических исследованиях. Но задачу включить в наш толковый словарь все общенаучные методы, используемые в экономике, мы не ставили — для этого есть многочисленные учебники по философии науки.

АБСОЛЮТ (от лат. absolutus) — слово, употребляемое в самых разных смыслах, соответствующих дословному переводу с латыни: законченный, доведённый до (достигший) совершенства, совершенный, независимый, самостоятельный, неограниченный, безусловный, высшая степень.

*«Оставляя в стороне всё, что есть общего в организации рынков полуфабрикатов и конечных продуктов, следует признать, что их схожесть не является **абсолютной**. Часть имеющихся у них различий можно отнести на счёт неодинаковой степени лёгкости, с которой иерархические организации могут преодолеть ограничения на рациональность по сравнению с малыми группами (семьями) и отдельными личностями» (Уильямсон, 1996).*

*«Полезность, которую мы только что рассмотрели и измерили, является **абсолютной** полезностью всего, что удовлетворяет нашим нуждам, всего, что природа поставляет бесплатно, как и всего, что покупается ценой тяжёлого труда. Если, потребляя какой-либо предмет, кто-то скажет, что он не станет покупать его дороже чем за 30 фр., то, значит, реальная полезность данного продукта для него составляет 30 фр. и в том случае, если бы ему стоило только наклониться и подобрать этот предмет, и в том, если бы ему пришлось заплатить за него 20 фр. Но относительная полезность была бы разной для потребителя в этих случаях. В первом случае она равнялась бы **абсолютной** полезности в 30 фр., а во втором случае составила бы не более 10 фр., то есть разницу между **абсолютной** полезностью и покупной ценой» (Дююи, 1993).*

Лит.: 1) Уильямсон О. И. Экономические институты капитализма. Фирмы, рынки, «отношенческая» контракция. СПб.: Лениздат, 1996; 2) Дююи Ж. О мере полезности гражданских сооружений // Теория потребительского поведения и спроса. СПб.: Экономическая школа, 1993.

АБСТРАКЦИЯ — одна из форм процесса познания, заключающаяся в мысленном отвлечении от частных и несущественных сторон рассматриваемого объекта в целях сосредоточения на наиболее существенных, основных чертах.

В результате этого формируется некоторый упрощённый образ рассматриваемого объекта, который является его моделью. Научного познания нет без абстракции, поскольку учесть все свойства

и взаимосвязи реального объекта невозможно. При абстрагировании очень важно не упустить из рассмотрения те свойства и отношения, которые являются сущностными для решения рассматриваемой задачи. Это бывает не всегда просто сделать, тем более в экономике, где ряд факторов, условий и взаимосвязей носит скрытый (латентный) характер.

*«Использование аппарата случайных величин оказывается удобным, поскольку он позволяет заменить исходное множество событий на числовую прямую. В результате вероятностная модель **абстрагируется** от „несущественных“ деталей и может быть использована для описания самых разных случайных явлений. По сути все свойства и характеристики этих явлений оказываются записаны в одну функцию — функцию распределения случайной величины» (Попов, 2013).*

*«...**Абстракция** устраняет из теории всё несущественное. Если вы вводите абстракцию умело и ведомы своим чутьём (интуицией, если угодно), то вы отбрасываете несущественные отношения» (Дьедонне, 1982).*

*«...Между теорией экономического развития и моделями экономического роста (динамики) разрыв в настоящее время настолько велик, что с ним трудно мириться. В самом деле, модели роста экономики **абстрагируются**, как правило, от самых важных факторов её развития: изменений производственных отношений, прогресса техники, изменений потребностей. Так, модель расширяющейся экономики Джона фон Неймана, послужившая исходным пунктом для ряда других дополнительных моделей, не учитывает ни прогресса техники, ни изменения потребностей, не говоря о развитии экономических отношений. В ней рост экономики происходит только за счёт увеличения числа работников, то есть за счёт того фактора, который в действительности играет меньшую роль, чем изменения техники и экономических отношений» (Новожилов, 1972).*

*«Великий Локк был, по-видимому, первым, кто в своём споре с Петти сформулировал в **абстрактной** форме связь между нормой процента и количеством денег. Он оспаривал предложение Петти об установлении максимальной нормы процента на том основании, что это так же практически неосуществимо, как и фиксированный максимум земельной ренты, поскольку „естественная стоимость денег, выражающаяся в их способности приносить ежегодный доход в форме процента, зависит от отношения всего количества обращающихся*

в королевстве денег ко всей торговле королевства (то есть к общей сумме продаж всех товаров)» (Кейнс, 1993).

«...Большинство людей лучше понимает, что означает определённое количество какого-нибудь товара, чем определённое количество труда. Первое представляет собою осязательный предмет, тогда как второе — **абстрактное** понятие, которое хотя и может быть объяснено, но не отличается такою простотою и очевидностью» (Смит, 2007).

«В интересах ли потребителей сейчас стремиться аннулировать право предпринимателей продолжать заключать изначально запланированные сделки?.. Здесь мы **абстрагируемся** от этического вопроса справедливости такого аннулирования в данных обстоятельствах» (Кирцнер, 2003).

Очень важно не допускать подмены двух понятий: «абстракция» и «идеализация». Они близки, но различны. В общем случае можно рассматривать идеализацию как крайний случай абстрагирования. Но в отличие от идеализации абстрагирование не предполагает наделения объекта исследования какими-то новыми свойствами. Вот пример такой путаницы в понятиях:

«В дедуктивной теории спроса могут обсуждаться, например, яблоки. Но это не такие яблоки, которые можно съесть (ведь о кривой спроса на яблоки не сказано, что она построена в результате эмпирического исследования), а только и исключительно воображаемые, **абстрактные** яблоки, физически неосязаемые, невидимые и невесомые. „Продать“ и „купить“ их можно только мысленно, но не фактически. Вот о таких воображаемых яблоках только и может идти речь в чисто дедуктивной теории спроса. У них нет никаких физических, химических и прочих свойств, которыми обладают реальные яблоки, а есть только цена, да и то придуманная... Хлеб тоже может быть воображаемым, и тогда это — **абстрактное** благо, о нём можно говорить в теории спроса, назначить ему какую-нибудь цену. Но ощутить его вкус во рту невозможно. Есть восточная поговорка: „Сколько ни повторяй „халва“, „халва“, „халва“, во рту сладко не станет“. Это — **абстрактная** халва. Её можно „продать“ только в теории спроса за придуманную цену. Но если халва действительно продаётся в магазине за углом и её можно купить (не за вымышленную, а за реальную цену) на самом деле и съесть, от этого во рту станет сладко. Это уже реальное существующее благо, а не **абстракция**. Ей (такой халве) в дедук-

*тивной теории спроса не место. В чисто дедуктивной теории спроса имеют дело только с **абстрактными** благами. Количественные расчёты в такой теории невозможны, если кривые спроса тоже **абстрактные**, не эмпирические».*

На самом деле в приведённом тексте речь идёт об идеальных вещах, поскольку у них есть только одна характеристика — цена, а другие важные для рассмотрения свойства отбрасываются. Это предельный случай абстрагирования, когда важные сущностные свойства объекта не учитываются, то есть идеализация.

Иногда под «абстракцией» понимают не процесс отвлечения от несущественных черт объекта, а результат абстрагирования, то есть некоторый абстрактный предмет:

*«Профессор Кларк — откровенный теоретик, настаивающий на преднамеренном использовании **абстракций**. Но я не могу с ним согласиться, по крайней мере, в том, к каким **абстракциям** следует прибегать и каким образом их использовать. И хотя описание элементов его теоретической схемы чётче и определённое, чем у Маршалла, сам выбор этих элементов представляется нам менее правильным» (Найт, 2003).*

*«Деятельность организации регулируется последовательной системой **абстрактных** правил. Чёткие правила и инструкции определяют ответственность каждого члена организации и формы координации их деятельности. Строгое следование общим стандартам при решении специфических вопросов предотвращает, по учению Вебера, возможные отклонения при выполнении заданий, вызываемые индивидуальными различиями» (Светуньков, Аренков, 2001).*

Экономическая теория часто оперирует с идеальными моделями и очень редко — с абстрактными. Теории менеджмента, финансов, учёта и аудита, маркетинга и другие теории в экономике, наоборот, оперируют в основном абстрактными моделями и образами, редко используя идеальные. Без научной абстракции нет научного исследования, поскольку невозможно в исследовании охватить все стороны изучаемого объекта или явления. Да и незачем.

Лит.: 1) Попов В. А. Теория вероятностей. Ч. 2. Случайные величины. Казань: Казанский университет, 2013; 2) Дьедонне Ж. Абстракция и математическая

интуиция // Математики о математике. М., 1982; 3) Новожилов В. В. Проблемы измерения затрат и результатов при оптимальном планировании. М.: Наука, 1972; 4) Кейнс Дж. М. Общая теория занятости процента и денег // Кейнс Дж. М. Избранные произведения. М.: Экономика, 1993; 5) Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов. М.: Эксмо, 2007; 6) Кирцнер И. Конкуренция и предпринимательство. М.: Юнити-Дана, 2001; 7) Найт Ф. Х. Риск, неопределённость и прибыль. М.: Дело, 2003; 8) Светульников С. Г., Аренков И. А. Логика маркетинговых решений. СПб.: СПбГУЭФ, 2001.

АГРЕГИРОВАНИЕ — объединение, укрупнение показателей по какому-либо признаку.

Агрегирование применяется в целях уменьшения объёма информации до приемлемых размеров для использования в вычислениях и анализе показателей. Так, например, информация обо всех потребителях одного сегмента преобразуется в модель сегмента, которая характеризуется рядом агрегированных показателей, таких как средний доход потребителей сегмента, средний возраст, суммарный объём приобретения товара, структура потребления и т. п. Агрегирование достигается с помощью суммирования, группировки или других способов сведения единичных показателей в обобщённые.

«...На агрегированном уровне конкуренция между всеми покупателями корректирует эти цены до тех пор, пока они не станут такими, что всё имеющееся предложение будет распродано» (Найт, 2009).

«Неравновесие на этом рынке означает, что (а) на рынке существует множество цен, (b) цены на молоко в среднем либо выше, либо ниже тех цен, при которых, как обнаружат потенциальные продавцы и/или покупатели, их планы в общем и целом точно соответствуют агрегированным планам потенциальных покупателей и/или продавцов. Лишь широко распространённое незнание истинной готовности различных участников рынка покупать и продавать молоко может объяснить явления рыночного неравновесия» (Кирцнер, 2001).

«В макроэкономике используют агрегированные параметры. При макроэкономическом анализе в национальном хозяйстве выделяют лишь четыре экономических субъекта: сектор домашних хозяйств, предпринимательский сектор, государственный сектор и остальной мир (за границу). Каждый из этих секторов представляет собой совокупность реальных хозяйственных субъектов... В макроэкономическом анализе агрегируются не только физические и юридические лица, но и их поведение в хозяйственной жизни. Иначе говоря, совокупность микроэ-

*кономических функций спроса и предложения заменяется макроэкономическими функциями, отражающими поведение макроэкономических субъектов... Макроэкономическое **агрегирование** распространяется и на рынки. Множество рынков отдельных благ, являющееся предметом изучения микроэкономического анализа, в макроэкономике объединяется в единый рынок благ, на котором покупается и продаётся только один вид благ, использующийся и как предмет потребления, и как средства производства (реальный капитал)» (Тарасевич и др., 2003).*

*«Аддитивная и мультипликативная тригонометрические модели ко всему прочему могут описывать немгновенное восстановление экономики после спада. Данные функции также **агрегируют** в себе все возможности описания различных асимметричных ситуаций: как асимметричный наклон, описанный в начале раздела, так и изменения основных показателей циклических процессов» (Циклические процессы, 2015).*

*«У различных авторов в качестве характеристик когнитивного стиля фигурируют: поиск и использование большего или меньшего объёма информации, предпочтение необработанных или **агрегированных** данных, число используемых правил интеграции информации, число генерируемых альтернатив, время, отводимое на принятие решений, использование качественной или количественной информации» (Плотинский, 2001).*

Лит.: 1) Найт Ф. Х. Этика конкуренции. М.: Эком, 2009; 2) Кирцнер И. Конкуренция и предпринимательство. М.: Юнити-Дана, 2001; 3) Тарасевич Л. С., Гребенников П. И., Леусский А. И. Макроэкономика. М., 2003; 4) Циклические процессы дифференциации доходов. СПб.: Политехн. ун-т, 2015; 5) Плотинский Ю. М. Модели социальных процессов. М.: Логос, 2001.

АДАПТИВНОСТЬ — системное свойство, которое заключается в способности системы приспосабливаться к изменившимся условиям с целью сохранения оптимального (или близкого к нему) состояния.

Адаптивность проявляется во взаимодействии с другими системными свойствами, важнейшими из которых являются свойства инерционности, самоорганизации и самообучения. Обладая этим свойством, системы способны приспосабливаться к внешним изменениям (адаптируются).

В результате присущей системе инерционности её адаптация к изменившимся условиям существования носит эволюционный

характер. Поэтому на незначительные случайные изменения в окружающей среде система не реагирует и к ним не адаптируется. Отсутствие свойства инерционности у системы при наличии способности к адаптации может приводить при воздействии на неё внешних факторов к хаотическому изменению количественных и качественных показателей системы. Но таких объектов исчезающе мало.

Любая экономическая система в той или иной степени адаптивна к внешним факторам, которые непрерывно меняют степень и направление своего воздействия на систему. При этом в процессе адаптации система обучается с учётом ранее принятых решений и их последствий для такого изменения своего поведения, которое в новых изменившихся условиях является наилучшим. При этом, возможно, системе приходится перестраивать свою структуру, состав и взаимосвязь между элементами системы — осуществлять процесс самоорганизации. В процессе адаптации к изменяющимся условиям функционирования система меняет свои количественные и качественные характеристики. Это приводит её к эволюционному развитию.

В том случае, когда система оказывается неспособной меняться при изменении внешней среды, её функционирование может оказаться неэффективным, и в итоге такие объекты прекращают своё существование.

*«Методология планирования базируется на ряде принципов, одним из которых является принцип **адаптивности**, который „предусматривает возможность **адаптации** плана к постоянно происходящим изменениям, как в самом объекте планирования, так и во внешней среде“» (Лапушинская, Петров, 2003).*

*«Переход к рыночным отношениям в экономике России самым непосредственным образом затронул и сферу образования. Структурные изменения в рамках проводимых реформ вызвали глубокий экономический кризис, привели к резкому снижению реального финансирования системы образования со стороны государства. В этих условиях государственные образовательные учреждения были вынуждены искать новые формы **адаптации** к изменившейся внешней среде и, в частности, перейти к оказанию дополнительных образовательных услуг на коммерческой основе» (Долгов, Сузова, 2002).*

*«Исключительно важно, чтобы стратегия фирмы разрабатывалась и излагалась в ситуационной форме, обеспечивающей её **адаптивность**, то есть предусматривала различные наборы действий в зависимости от складывающихся условий. Понятно, что такой подход существенно усложняет разработку документа, но в условиях быстро меняющейся обстановки хозяйственной деятельности иной подход зачастую просто не годится: стратегии могут устаревать ещё до начала своей реализации, что вообще лишает смысла их разработку в таком виде» (Международный менеджмент, 2000).*

*«В теориях эволюции до последнего времени доминировала идея постепенного, непрерывного развития, основанного на процессах **адаптации** и естественного отбора. Однако в последние годы всё более популярной становится концепция „прерывистого равновесия“» (Плотинский, 2001).*

*«Прежде всего он (менеджер-предприниматель) должен быть творческой личностью, способной намечать новые направления и изобретать стратегии, которые позволяют организации **адаптироваться** к меняющимся внешним условиям. Он должен уметь опережать события и предвидеть будущее, чтобы готовить организацию к грядущим изменениям. Это значит, что он готов рисковать» (Ади-зес, 2012).*

*«Административная машина государства неспособна гибко реагировать на предложения инновационных предпринимателей, пусть даже их предложения, например в области вооружения, на порядок превосходят имеющиеся; получить со стороны бюрократических структур разрешение на покупку инновации им будет чрезвычайно сложно. А рынок предпринимательских инноваций представляет собой быстрый и **адаптивный** рыночный оборот инноваций, нацеленных на удовлетворение потребностей в новшествах со стороны производителей-предпринимателей, работающих в условиях конкурентной борьбы и остро нуждающихся в эффективных инструментах для победы в конкурентной борьбе» (Пономарёв, Светуньков, 2015).*

«Под влиянием инноваций происходит постепенная смена технологий, уклада хозяйствования, структуры и методов управления. Величина этих „возмущающих“ воздействий инноваций на характер динамики социально-экономического объекта ограничивается инерционностью объекта. И именно поэтому отклонения в тенденциях носят постепенный характер, предопределяя эволюционный характер развития процесса.

Хаотический характер динамики возникает в тех случаях, когда или сам процесс неинерционен и легко меняет под воздействием внешних или внутренних факторов динамику развития, или же когда на инерционный процесс воздействуют внешние факторы такой силы, что под их воздействием ломаются и внутренняя структура процесса, и его взаимосвязи, и его динамика.

*Иначе говоря, эволюционная динамика характеризует процесс **адаптации** объекта к внешним и внутренним воздействиям, а хаотическая динамика — отсутствие способности объекта к **адаптации**» (Светуных И. С., Светуных С. Г., 2022).*

Лит.: 1) Лапушинская Г. К., Петров А. Н. Планирование в условиях рынка. М.: Дашков и К, 2003; 2) Долгов А. П., Сузова М. В. Адаптация систем профессионального образования к рыночным условиям. СПб.: СПбГУЭФ, 2002; 3) Международный менеджмент. СПб.: Питер, 2000; 4) Плотинский Ю. М. Модели социальных процессов. М.: Логос, 2001; 5) Адизес И. Личностный рост. М.: Рид Групп, 2012; 6) Пономарёв О. Б., Светуных С. Г. Экономика и предпринимательство. СПб.: Левша, 2015; 7) Светуных И. С., Светуных С. Г. Методы и модели социально-экономического прогнозирования: в 2 т. Т. I. Теория и методология прогнозирования М.: Юрайт, 2022.

АДДИТИВНОСТЬ — свойство величин, состоящее в том, что значение величины, соответствующее целому объекту, равно сумме значений величин, соответствующих его частям, каким бы образом ни был разбит объект.

Иначе говоря, система аддитивна, если она равна сумме тех же характеристик для составляющих систему подсистем и элементов. Свойство аддитивности широко используется в моделировании экономики, поскольку предположение об аддитивности изучаемых процессов существенно облегчает процесс построения моделей.

Аддитивные модели, в отличие, например, от моделей в мультипликативной форме, значительно проще построить, а их параметры оказывается легче рассчитать. К сожалению, аддитивные системы и процессы, обладающие этим свойством, встречаются в экономической практике очень редко. Чаще всего экономическая система является результатом очень сложного нелинейного с распределёнными лагами взаимодействия составляющих систему подсистем и элементов. Аддитивности здесь нет. К тому же весьма часто при попытке создания аддитивных экономических объектов как простой суммы экономических составляющих возникает системный эффект

эмерджентности, когда у системы возникают свойства, не вытекающие из предположения об аддитивности результата.

Поэтому аддитивные модели чаще всего следует рассматривать только в качестве первого приближения к описанию сложной экономической действительности. В основном понятие аддитивности используют в экономико-математическом моделировании.

*«В экономике часто используют модель производственной функции. По определению производственная функция — это экономико-математическое уравнение, связывающее переменные величины затрат с величинами продукции. Всё многообразие производственных функций можно свести к двум формам: **аддитивной** форме и мультипликативной форме. Производственная функция в аддитивной форме:*

$$Y = a_0 + a_1 x_1^{\alpha_1} + a_2 x_2^{\alpha_2} + a_3 x_3^{\alpha_3} + \dots + a_i x_i^{\alpha_i},$$

где Y — результат, x_i — затраты, a_i — коэффициенты производственной функции, i — число факторов — затрат, α_i — показатель степени при затратах» (Светуныков, 2022).

*«Однако каждое свойство само по себе не является автономным и при изучении личности не вычленяется в чистом виде, и, кроме того, целостность индивида не восстанавливается путём **аддитивного** сложения его отдельных свойств» (Сравнительный анализ, 1984).*

*«Выделяют следующие виды детерминированных факторных моделей: **аддитивная модель**; мультипликативная модель; кратная модель; смешанная модель. **Аддитивная модель** — это модель, в которую факторы входят в виде алгебраической суммы» (Черкасова, 2003).*

*«Как было подчёркнуто во введении, метод затухающего тренда был выделен на предыдущих соревнованиях по прогнозированию как очень эффективный. В этой статье мы оцениваем **аддитивные** модели затухающих трендов ETS (A, Ad, A) для ежемесячных и квартальных данных» (Athanasopoulos et al., 2011).*

Лит.: 1) Светуныков И. С., Светуныков С. Г. Производственные функции комплексных переменных: экономико-математическое моделирование производственной динамики. М.: Ленанд, 2022; 2) Сравнительный анализ и качество эмпирических социологических данных. М.: Ин-т социол. исследований АН СССР, 1984; 3) Черкасова И. О. Анализ хозяйственной деятельности. СПб.: Нева, 2003; 4) Athanasopoulos G., Hyndman R. J., Song H., Wu D. C. The tourism forecasting competition // International Journal of Forecasting. 2011. No. 27.

АДЕКВАТНОСТЬ — соответствие между двумя объектами. В экономике встречаются случаи, когда ставят в соответствие друг другу разные понятия или системы понятий.

*«В теории Маршалла (как и в теориях Джевонса, Вальраса или представителей австрийской школы) понятие „данные потребности“ толкуется как обозначение данной функции полезности, данной интенсивности стремления к обладанию каким-то определённым набором товаров. Такая интерпретация многих поставила перед затруднением, из работы же Парето выяснилось, что она вовсе не обязательна. „Данные потребности“ могут быть вполне **адекватно** определены как данная шкала предпочтений; нам нужно только предположить, что потребитель предпочитает один набор товаров другому, а не доказывать, что его желание иметь один набор на 5 % сильнее, чем желание иметь другой, и т. п.» (Хикс, 1988).*

Но чаще всего рассматривается соответствие некоторой модели объекта самому объекту, и при этом говорят об адекватности модели. Поскольку модель может принимать самые разные формы (словесная, графическая, математическая, физическая), то единого критерия оценивания степени адекватности модели изучаемому объекту нет.

В случае неадекватности модели она не рассматривается, поскольку с её помощью невозможно получить необходимые сведения об объекте. В то же время необходимо помнить, что адекватность не может быть абсолютной, поскольку любая модель есть лишь приближённое отображение действительности, основанное на известной степени абстрагирования. Для признания или непризнания адекватности модели используют различные проверочные критерии и оценки. В итоге мерилom адекватности любой модели является соответствие её значений реальной экономической практике.

*«Методы моделирования, использующие условные наборы данных и проходящие „обкатку“ на базе прошлых ситуаций, представляются вполне пригодными. Рассмотрев достаточное число модельных испытаний, аналитик сможет составить вполне **адекватное** представление о вероятной эффективности метода. К сожалению, накопленные образцы ситуаций, как правило, бывают очень далеки от реальности или же их структура смещена по отношению к структуре реальных ситуаций. Кроме того, чтобы оценить достоинства эмпирического*

метода в ряде случаев, нужно иметь возможность сравнить его с истинным максимальным решением. Для достаточно сложных моделей это не всегда возможно» (Баумоль, Квандт, 1995).

*«...Существуют специальные процедуры проверки, является ли модель точным представлением реальной системы, то есть **адекватна** ли модель системе» (Куприяшкин, 2015).*

*«В качестве модели выступает другой материальный или мысленно представляемый объект, замещающий в процессе исследования объект-оригинал. Соответствие свойств модели исходному объекту характеризуется **адекватностью**» (Бурда А. Г., Бурда Г. П., 2015).*

В тех разделах экономики, в которых исследуется поведение человека, говоря о соответствии этого поведения некоторой общепринятой норме, используют словосочетание «адекватное поведение» или «неадекватное поведение».

*«Есть люди, способные приобрести самые разнообразные знания и навыки, но они не могут изменить свой характер. Работа, требующая от человека **адекватных** его способностям черт характера, становится „невыполнимой“ и обрекает исполнителя на поражение (П. Ф. Друкер, 2010).*

Лит.: 1) Хикс Дж. Р. Стоимость и капитал. М.: Прогресс, 1988; 2) Баумоль У. Дж., Квандт Р. Э. Эмпирические методы и оптимально несовершенные решения // Теория фирмы. СПб.: Экономическая школа, 1995; 3) Куприяшкин А. Г. Основы моделирования систем. Норильск: НИИ, 2015; 4) Бурда А. Г., Бурда Г. П. Экономико-математические методы и модели. Краснодар, 2015; 5) Друкер П. Ф. Эффективный руководитель. М.: Вильямс, 2010.

АКСИОМА — исходное положение какой-либо научной теории, принимаемое без доказательства в силу его очевидности.

*«...**Аксиома** непременно требует, чтобы её мыслили под углом зрения истины (sub ratione veri)» (Спиноза, из письма Симону де Врису, 1931).*

Из аксиомы в данной теории выводятся все остальные предложения теории по принятым в ней правилам вывода.

*«Выбор **аксиом** производится математиками довольно произвольно, иногда из эстетических соображений или, по Пуанкаре, из соображе-*

ний удобства; они вовсе не навязываются извне некоторыми явлениями или чувственной интуицией, которую мы можем иметь по отношению к ним» (Дьедонне, 1995).

Любая теория базируется не на одной аксиоме, а на некоторой совокупности аксиом. Тогда говорят о наличии в теории «аксиоматического ядра» теории. Помимо аксиом аксиоматическое ядро теории содержит в себе постулаты. На базе этого аксиоматического ядра теории формируется логичная система научного знания (теория).

*«...Строгая научная система... такой системой является так называемая **аксиоматизированная** система — та форма, которую Гильберт смог придать, например, некоторым разделам теоретической физики. При этом стремятся выделить все (но не более) предположения, которые необходимы для формирования такой системы. Обычно их называют **аксиомами** (постулатами или исходными предложениями). **Аксиомы** выбираются таким образом, чтобы все другие высказывания, принадлежащие к теоретической системе, могли быть выведены из **аксиом** посредством чисто логических или математических преобразований... Система **аксиом** должна быть непротиворечивой (то есть в ней не должны иметь места ни самопротиворечивые **аксиомы**, ни противоречия между **аксиомами**)... **Аксиомы** данной системы должны быть независимыми, то есть система не должна содержать **аксиом**, выводимых из остальных **аксиом**» (Поппер, 1983).*

Поскольку «очевидность» того или иного положения является субъективной оценкой, то формирование или выбор аксиом не является простой задачей. Так, например, У. С. Джевонс, известный в экономике как один из основоположников теории предельной полезности, писал в своей книге по логике «Основы науки»:

*«Лейбниц устанавливает в форме теоремы то, что обыкновенно принимается как **аксиома**. Так, например, „Теорема I. Величины, равные одной трети, равны между собой. Если $A = B$, а $B = C$, то A будет равно C “» (Джевонс, 2014).*

Аксиома бесспорна и не может противоречить истине. Это базовое утверждение. И на её основе выводят другие положения теории. Не каждая разумная идея может служить аксиомой. Напри-

мер, в коллективной монографии об экономике как структурированной совокупности динамичных многоуровневых систем приводится несколько таких верных утверждений, которые авторами называются аксиомами:

«Аксиома 7. Чем выше уровень и ответственность решений, принимаемых в соответствии с занимаемой должностью, тем строже должен быть отбор кандидатов на её замещение».

Это здравая мысль, которая может быть обозначена как определённое правило, но не как аксиома. Следуя этому правилу, можно добиться более эффективного управления. Это верно. Но цитируемое выше положение является результатом некоторых предварительно высказываемых положений, в том числе и тех, которые ранее также были названы аксиомами. Поскольку оно вытекает из этих положений, то оно не является очевидным. Например, для абсолютной монархии это положение вовсе не столь очевидно и даже, напротив, противоречит тому, что есть на самом деле.

Следует отметить, что некоторые положения, которые когда-то считались аксиоматическими, со временем перестают быть таковыми. Вызвано это тем, что накопленные со временем научные знания уточняют понимание учёными сути происходящих событий. И оказывается, что положения, казавшиеся аксиоматическими, таковыми не являются.

«Всё от Бога» — это положение, которое считалось аксиоматическим на протяжении многих столетий и на базе которого выводились все положения средневековой науки. Теперь ни один здравомыслящий учёный не отнесёт в основание науки это высказывание.

Изменение аксиоматического ядра теории приводит к изменению теории и методологии соответствующих наук, а иногда и к смене научных парадигм в целом.

Лит.: 1) Спиноза Б. Переписка. Л.: Партиздат, 1931; 2) Par Jean Dieudonné. L'abstraction et l'intuition mathématique. Tiré à part de «Dialectica» // Revue international de philosophie de la connaissance. 1975. Vol. 29. № 1. Case postale 1081, 2501 Bienne [Suisse]; 3) Поппер К. Логика и рост научного знания. М.: Прогресс, 1983; 4) Джевонс У. С. Основы науки: трактат о логике и научном методе. М.: Либроком, 2014.

АКСИОМАТИЧЕСКИЙ МЕТОД — способ построения научной теории в виде системы аксиом (постулатов) и правил вывода (аксиоматики), позволяющих путём логической дедукции получать утверждения (теоремы) данной теории.

«Общее понимание аксиоматического метода в нескольких строках. Я уверен: всё, что может быть объектом научного исследования в целом, и постольку, поскольку оно созревает для оформления в теорию, прибегает к аксиоматическому методу и через него косвенно к математике. Обращаясь вперёд, по направлению к более глубокому пласту аксиом, в дополнительном понимании мы достигаем более глубокого проникновения в сущность научного мышления и ещё более ясно осознаём единство нашего знания. В свидетельствах аксиоматического метода, как представляется, математика призвана играть лидирующую роль в науке в целом» (Гильберт, 1998).

Рене Декарт, систематизировавший геометрию и создавший основы «декартовой системы координат», так писал о процессе формирования своей теории:

*«Если воздерживаться от того, чтобы принимать за истинное что-либо, что таковым не является, и всегда соблюдать порядок, в каком следует выводить одно из другого, то не может существовать истины столь отдалённых, чтобы они были недостижимы, ни столь сокровенных, чтобы нельзя было их раскрыть. Мне не составило большого труда отыскать то, с чего следовало начать, так как я уже знал, что **начинать надо с простейшего и легко познаваемого...** Для лучшего познания... мне придётся рассматривать каждую пропорцию в отдельности и лишь иногда удерживать их в памяти или рассматривать сразу несколько... Для лучшего исследования их по отдельности надо представлять их в виде линий, так как я не находил ничего более простого» (Декарт, 2005).*

Аксиоматизм как черта математического знания означает логическую доказательность, дедуктивность, отсутствие однозначной привязки основоположений математических теорий к некоему наперёд заданному толкованию. Именно аксиоматическая организация позволяет с максимальной эффективностью использовать в математике аппарат логики, добиваться наибольшей реализации научных идеалов точности, строгости.

*«Аксиоматическое построение нашей псевдогеометрии проводится без труда: прежде всего необходимо ввести **аксиому**, из которой следует, что длина (соответственно, собственное время) задаётся интервалом, подынтегральное выражение в котором есть функция от x и первых производных по параметру; в качестве такой **аксиомы** можно было бы, например, использовать способность мерной нити сматываться с кривой или известную теорему о построении огибающей для геодезической линии» (Гильберт, Бернайс, 1982).*

Лит.: 1) Гильберт Д. Избранные труды. Т. 2. Анализ. Физика. Проблемы. Personalia. М.: Факториал, 1998; 2) Декарт Р. Сочинения. Калининград: Янтарный сказ, 2005; 3) Гильберт Д., Бернайс П. Основания математики: теория доказательств. М.: Наука, 1982.

АЛГОРИТМ — точное предписание относительно последовательности действий, преобразующих исходные данные и условия в требуемый результат.

Термин происходит от имени хорезмского математика IX столетия Аль-Хорезми (территория современного Узбекистана). Любой алгоритм предусматривает наличие условных переходов, которые означают необходимость изменения последовательности действий, если значение некоторого показателя оказывается равным или неравным заданному проверочному значению условия. Для алгоритмов характерно наличие замкнутых контуров. В этом их принципиальное отличие, например, от методов, механизмов, процедур и последовательности действий.

«Алгоритмы охватывают весь круг понятий, использующих детерминированные процессы, включающие структуру данных, которыми оперируют, как и структуру последовательности выполняемых операций; иные рассматривают алгоритмы лишь как разнообразные методы решения конкретных задач, аналогичные отдельным теоремам математики» (Knuth, 1981).

*«Основные этапы **алгоритма** нейросистемного анализа и прогнозирования нестационарных экономических процессов:*

- анализ статистических данных (предварительная обработка);*
- нейросистемный анализ и распознавание процесса (вводятся элементы распознавания типа динамики — бифуркация, цикличность, фрактальность, популяционность и энтальпийность. Задаются коли-*

чественные и качественные пределы изменений элементов распознавания. После диагностики происходит определение доли влияния каждого параметра на характер процесса и определяется тип динамики);

- конструирование основных гипотез развития;
- проверка гипотез на значимость (с использованием как математических, так и экспертных расчётов производится проверка эффективности выбора данной гипотезы. Если выбранная гипотеза оказалась неэффективной, то производится возврат по схеме **алгоритма**);
- моделирование вариантов развития;
- выполнение многовариантных прогнозных расчётов с помощью системы моделей;
- получение новых статистических данных;
- проверка точности прогнозов при поступлении новой информации (в случае неудовлетворительности оценок рекомендуется осуществить возврат на первый этап **алгоритма** и произвести процедуру с иными параметрами распознавания и прогнозирования)» (Вохидов, 2003).

Лит.: 1) Knuth D. E. Algorithms in modern mathematics and computer science. Lecture Notes in Computer Science 122. Berlin: Springer, 1981; 2) Вохидов А. С. Анализ и прогнозирование нестационарных процессов экономики с использованием метода нейросистемного распознавания. СПб., 2003.

АНАЛИЗ — метод научного исследования, предполагающий воображаемое или реальное расчленение объекта на составные элементы, признаки, части в целях выявления их системных свойств и отношений между собой и с другими предметами.

Реальные экономические объекты отличаются большим многообразием составляющих их элементов и свойств. Поэтому использование анализа в данном случае требует предварительного определения принципов анализа и критериев разбиения объекта на составляющие его элементы. Наиболее распространённым методом анализа в экономике является метод типологии.

*«Комплексный **анализ** и оценка внешней среды, в которой будет действовать и развиваться международный бизнес фирмы, — важнейший момент подготовки всех стратегических и многих тактических*

решений международного менеджера. Здесь есть единодушное согласие как бизнесменов-практиков, так и теоретиков международного бизнеса, менеджмента и маркетинга. Столь же едины мнения о том, что базовыми составляющими такого **анализа** должны быть следующие элементы:

- **анализ** экономической внешней среды;
- **анализ** политической внешней среды;
- **анализ** правовой внешней среды;
- **анализ** культурной внешней среды.

Иногда, в более специфических случаях, отдельно рассматривают и другие элементы (социальную составляющую внешней среды, природно-климатические условия и т. д.), но четыре составляющие, указанные выше, так или иначе остаются основой» (Международный менеджмент, 2000).

Как видно из приведённого отрывка, внешняя среда, как достаточно сложный объект исследования, представлена в виде четырёх составляющих (экономическая, политическая, правовая, культурная), то есть осуществлена классификация объекта и каждая из четырёх составляющих подвергается в свою очередь более детальному изучению и анализу.

«...Цель науки — предсказывать будущее, с тем чтобы наше поведение было более разумным. А разум, как было показано выше, даст предсказания посредством **анализа**, выделяя различные силы или тенденции, присущие той или иной ситуации, и исследуя по отдельности характер и влияние каждой из них. Тем самым статический метод и логическое рассуждение являются равноценными вариантами исследования. У нас нет иного способа обсуждения какой-либо силы или перемены, кроме как описать влияние первой или результаты последней при заданных условиях» (Найт, 2009).

«Динамический **анализ** — это **анализ** временных последовательностей. Объясняя, почему некоторая экономическая величина, например цена, именно такова, как она есть, он учитывает не только уровень других экономических величин в данный момент, как это делает статическая теория, но и их прошлые, а также ожидаемые будущие значения» (Шумпетер, 1995).

«Гипотезы подразделяются на описательные и объяснительные. Соответственно этому выделим два класса процедур **анализа**. К пер-

вому отнесём дискриптивные процедуры: группировку, классификацию и с некоторыми оговорками типологизацию. Второй класс образует аналитико-экспериментальные процедуры, назначение которых — установление связей взаимодействия и детерминации» (Ядов, 1998).

Лит.: 1) Международный менеджмент. СПб.: Питер, 2000; 2) Найт Ф. Х. Этика конкуренции. М.: Эком, 2009; 3) Шумпетер Й. А. Капитализм, социализм и демократия. М.: Экономика, 1995; 4) Ядов В. А. Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности. М.: Добросвет, 1998.

АНАЛОГ — сходный предмет или система, который, обладая подобными же свойствами, как и исходный объект, представляет собой, как правило, более простой объект для исследования.

Аналог, например, является основным элементом системы получения маркетинговой информации при экспериментах, когда создаётся модель сегмента, на которой и проводятся различные маркетинговые эксперименты.

*«Роль знаковой системы, фиксирующей наличное знание об экономике, может играть, например, сеть проводов постоянного тока, соединённая с источниками питания, — **аналоговая** модель. Но играть эту роль она может только в том случае, когда силам тока, напряжениям, сопротивлениям и т. д. — знакам в **аналоговой** модели — сопоставлены экономические объекты и процессы» (Раяцкас, 1987).*

*«Любой рабочий, временно свободный от производственных обязанностей в цехе вследствие снижения объёма выпускаемой продукции, может быть переведён на работу по уборке цеха, направлен на переподготовку или на **аналогичную** работу в соседний цех» (Аоки, 1995).*

*«Ведь чтобы быть конкурентоспособными на внешних рынках и привлекать зарубежные инвестиции, нужно на деле обеспечивать агентам нашего рынка условия, **аналогичные** западным» (Кушлин, 1999).*

Лит.: 1) Раяцкас Р. Л., Плакунов М. К. Количественный анализ в экономике. М., 1987; 2) Аоки М. Фирма в японской экономике. СПб.: Лениздат, 1995; 3) Кушлин В. И. Эффективность рыночных преобразований // Вестник РАН. 1999. Т. 69. № 4.

АНАЛОГИЯ — метод научного познания, основанный на том, что из сходства некоторых признаков двух или нескольких объектов делается вывод о сходстве других признаков этих объектов. Это индуктивный вывод, а потому не является полностью достоверным.

Аналогия эффективна, если общие признаки сравниваемых предметов разнообразны и существенны и есть основания считать, что они обеспечат сходство и по интересующему исследователя признаку. В научной аналогии общие признаки у сравниваемых предметов должны быть в точности одинаковыми, связь признаков не должна зависеть от обстоятельств и специфики сравниваемых предметов. Кроме того, для повышения вероятности выводов по аналогии необходимо учитывать сходства внутренних, а не внешних свойств сопоставляемых объектов.

Приёмы аналогии широко используются в тех случаях, когда выдвинутые теоретические положения не удаётся доказать с помощью имеющихся знаний об объекте. К аналогии прибегают также в процессе творческого поиска новых идей, в методах математического моделирования, в прикладных исследованиях и др.

Схема аналогии:

A имеет признаки *P, Q, S, T*

B имеет признаки *P, Q, S...*

B, очевидно, имеет признак *T*.

Аналогия может быть трёх видов: аналогия свойств, аналогия отношений и аналогия структуры (изоморфизм). Аналогия свойств заключается в поиске сходства в свойствах двух сравниваемых объектов (например, основные свойства объекта *A* совпадают с основными свойствами объекта *B*); аналогия отношений уместна в условиях сравнения парного или большего количества связанных некоторыми отношениями объектов (например, объект *A* относится к объекту *B* так же, как объект *B* относится к объекту *Г*), и аналогия структуры (например, совокупность основных элементов и взаимосвязей между ними объекта *A* подобна совокупности основных элементов и взаимосвязей между ними объекта *B*). Аналогии играют важную эвристическую роль, однако умозаключения по аналогии, как и другие эвристические методы познания, ведут лишь к вероятностному, а не окончательному достоверному методу.

«Надёжность представляет собой комплексное свойство объекта, состоящее в его способности сохранять свои основные характеристики в установленных пределах. Надёжность технических объектов описывается вероятностными показателями, такими как вероятность безотказной работы, наработка на отказ, технический ресурс, срок службы и т. д. Надёжность технического объекта определяется надёжностью работы составных его элементов. По аналогии с техническими объектами можно рассмотреть и маркетинговое решение как сложную систему, состоящую из совокупности взаимосвязанных элементов. В отличие от технических систем экономические системы не могут быть многократно проверены на надёжность их функционирования из-за эволюционного характера динамики экономических систем. Поэтому надёжность маркетингового решения не может быть определена аналогами таких показателей, как вероятность безотказной работы, наработка на отказ, технический ресурс, срок службы и т. д. Тогда надёжность маркетингового решения можно определить следующим образом. Элементы, составляющие маркетинговое решение и взаимосвязанные друг с другом, будут представлять собой надёжное маркетинговое решение, если при реализации каждого элемента решения в заданных условиях будут получены ожидаемые результаты» (Светуньков, Аренков, 2001).

Здесь, как видно, с помощью аналогии с техническими объектами удалось ввести в научный оборот и дать определение понятию, ранее не использованному в экономике. Очень часто в экономике применяется аналогия с другими экономическими системами, например с такими же системами других стран.

«Как на федеральном, так и региональном и местном уровнях к участию в финансировании физической культуры и спорта должны привлекаться всевозможные внебюджетные источники... Коротко проанализируем зарубежный опыт подобной деятельности. Государственное финансирование спорта во Франции состоит из трёх составных частей: прямое — через Министерство молодёжи и спорта; косвенное — через Национальный фонд развития спорта; децентрализованное — через муниципалитеты и другие органы местного самоуправления... Подобный опыт финансирования физической культуры и спорта представляется интересным, однако для использования его в отечественной практике требуется решить множество правовых, управленческих, финансовых и организационных проблем» (Рожков, 2003).

Уже несколько десятилетий специалисты в области физики пытаются найти аналоги между экономикой и физикой:

*В этой главе мы рассмотрим некоторые модели экономического равновесия. Для таких моделей характерно наличие многих систем, имеющих собственные цели, ресурсы и бюджеты. Взаимодействие между составляющими экономику системами может осуществляться в форме обмена. **Физическими аналогами** таких взаимодействий являются процессы переноса масс или энергии, которыми сопровождается переход физической системы в состояние равновесия. При этом происходит выравнивание интенсивных признаков физической системы в различных её частях и достигается экстремума функция состояния, называемая термодинамическим потенциалом. Для изолированных физических систем таким потенциалом является энтропия Клаузиуса или свободная энергия Гельмгольца. **Аналогично** этому в экономике переход в состояние равновесия сопровождается выравниванием цен на один и тот же вид ресурсов у различных потребителей данного вида ресурсов и достигает максимума некоторая функция состояния экономики, которую **по аналогии** можно определить как энтропию экономики» (Разумихин, 1975).*

Здесь, как можно заметить, используется аналогия структуры перехода к состоянию равновесия. И в физических системах, и в экономических системах наступает состояние равновесия. По своей упрощённой структуре переход к состоянию равновесия в экономических системах похож на переход к равновесию в физических системах. Но если перейти от этой весьма упрощённой идеализированной схемы процесса к более детальной абстрактной схеме, то сразу же будут заметны существенные различия в структуре этих двух процессов, после чего становится понятным, что здесь аналогия неуместна.

Экономисты активно и чаще всего корректно используют метод аналогии:

*«Следует отметить, что положения классической теории могли быть применены к тому типу экономики, в котором мы действительно живём, лишь благодаря ложной **аналогии** с некоторого рода безобменной экономикой Робинзона Крузо, где доход, потребляемый или сберегаемый индивидуумами, представляет собой исключительно продукцию *in specie* этой деятельности... По **аналогии** предполагается, что действия индивидуума, посредством которых он обогащает себя, не беря как будто бы ничего у кого-либо другого, должны обогатить также и общество в целом» (Keuynes, 2008).*

Лит.: 1) Светульников С. Г., Аренков И. А. Логика маркетинговых решений. СПб.: СПбГУ-ЭФ, 2001; 2) Рожков А. П. Совершенствование механизмов финансового обеспечения физической культуры и спорта в Российской Федерации // Известия СПбГУЭФ. 2003. № 4; 3) Разумихин Б. С. Физические модели и методы теории равновесия в программировании и экономике. М.: Наука, 1975; 4) Keyenes J. M. The general Theory of employment, interest and money. BN Publishing, 2008.

АНТИНОМИЯ — появление в рассуждении двух взаимоисключающих, но одинаково обоснованных высказываний.

Наиболее известным примером антиномии является высказывание «Я лжец». С антиномиями приходится сталкиваться и в обычной жизни («ужасно нравится»), и в некоторых разделах экономики («ретропрогноз»).

Антиномии-проблемы, в отличие от формально-логических противоречащих высказываний, выполняют эвристическую функцию в процессе познания. В антиномиях-проблемах констатируется не совокупность одновременно истинных утверждений, но проблема, которую необходимо решить.

*«В статье доказано, что понятие „монополистическая конкуренция“ есть гносеологическое противоречие, **антиномия-проблема**. Её решение состоит в разграничении уровней отношений монополистической конкуренции — монополистической ниши дифференцированного товара на конкурентном рынке его родового товара» (Петрищев, 2012).*

«Путь от антиномии-проблемы до её разрешения описывается в последовательных категориях дилеммы — альтернативы — нового парадокса. Противоречие может получить разрешение как на стадии перехода от антиномии-проблемы к дилемме (наиболее вероятный „отрезок“ для снятия антиномий), так и при переходе от дилеммы к альтернативе (наименее вероятный способ разрешения, чреватый возможными ошибками и нагромождениями новых антиномий). Переход же от альтернативы к новому парадоксу (или непосредственно от разрешённой антиномии к новому парадоксу) имеет общеметодологический смысл, поскольку свидетельствует о неизбежности возникновения новых фундаментальных антиномических проблем, являющихся следствием выхода научного познания на новые рубежи парадоксальности — предтечи новоявленных смыслов научности» (Уваров, 1996).

Лит.: 1) Петрищев М. В. «Монополистическая конкуренция» как антиномия-проблема // Проблемы современной экономики. 2012. № 2; 2) Уваров М. С. Бинар-

ный архетип. Эволюция идеи антиномизма в истории европейской философии и культуры. СПб.: БГТУ, 1996.

АНТИТЕЗА — оборот речи, в котором для усиления выразительности речи резко противопоставляются контрарные (противоположные) понятия.

Является важным средством достижения целей в ходе научной дискуссии в качестве демонстрации свойств или отношений предмета дискуссий. Чаще всего антитезы используют в ходе доказательства того или иного положения, поскольку они усиливают впечатление.

Значительная часть афоризмов стала таковыми постольку, поскольку использует именно антитезу. Например, Наполеон любил повторять:

«Армия ослов под предводительством льва сильнее, чем армия львов под предводительством осла».

Здесь противоположные понятия — лев и осёл. Смысл афоризма понятен. Если вместо «ослов» и «львов» использовать тот смысл, который подразумевается при их применении, получится вполне заурядное высказывание, но не такое яркое: «Армия глупцов под руководством умного и храброго сильнее, чем армия умных и храбрых под руководством глупого».

Давид Рикардо в «Началах политической экономии и налогового обложения» пишет:

«Вода и воздух чрезвычайно полезны, они прямо необходимы для существования, однако при обычных условиях за них нельзя ничего получить в обмен. Напротив, золото, хотя полезность его в сравнении с воздухом или водой очень мала, обменивается на большое количество других благ» (Рикардо, 1993).

Здесь вновь используется антитеза для придания выразительности обоснования.

Понятие «антитеза» редко встречается в экономических текстах, но как приём доказательства отдельных научных положений антитеза используется часто:

«...В крайнем случае они допускают, что „существуют различия в степени“ между „рассчитывающим“ крестьянином Средневековья и современным банкиром, между стремлением к прибыли ремесленника и магната американского треста.

Я в противоположность этому утверждаю (полное доказательство этого я могу, конечно, представить лишь в ходе дальнейшего изложения):

1) что дело вовсе не всегда идёт о „различиях в степени“, как, например, в том случае, когда один хозяйствующий субъект ведёт хозяйство принципиально эмпирически, а другой — принципиально рационалистически; когда хозяйственная деятельность в одном случае требует преимущественно проявления интеллекта, а в другом — проявления чувства» (Зомбарт, 2009).

Лит.: 1) Рикардо Д. Начала политической экономии и налогового обложения // Антология экономической классики. Т. 1. М.: Эконом, 1993; 2) Зомбарт В. Буржуа: Этюды по истории духовного развития современного экономического человека. Художественная промышленность и культура. М.: Терра, 2009.

АНТИТЕЗИС — суждение, противоречащее основному доказываемому положению.

Используется как один из способов косвенного доказательства (так называемое доказательство от противного). Истинность тезиса можно доказать с помощью доказательства ложности антитезиса на основании логического закона исключённого третьего. Ложность антитезиса устанавливается следующим образом: сначала антитезис принимают за основание, и из него выводятся (дедуцируются) следствия. Если хотя бы одно из полученных следствий вступает в противоречие с имеющимися суждениями, истинность которых доказана, то следствие считается ложным, а вслед за ним и сам антитезис, породивший данное следствие. Ложность антитезиса доказывает истинность тезиса. Этот способ иначе называется «сведение к абсурду».

«...Если бы в реальности существовало желание не подчиняться, но управлять, испытывать власть над другими, тогда люди предпочли бы поступиться чем-либо, чтобы управлять другими, — иными словами, они предпочли бы платить другим больше, чем те получили бы при работе механизма цен, только чтобы иметь возможность управлять ими. Но это предполагает, что управляющие платят, чтобы иметь

возможность управлять, а не получают деньги за то, что они управляют; в большинстве случаев это явно не так» (Коуз, 1995).

Лит.: Коуз Р. Г. Природа фирмы // Теория фирмы. СПб.: Экономическая школа, 1995.

АПОСТЕРИОРИ — термин, означающий знание, полученное из опыта.

По сути, представляет собой один из элементов индуктивного рассуждения и доказательства: поскольку изучить все возможные эмпирические случаи, как правило, оказывается невозможно, то на основе полученных апостериорных знаний может делаться вывод о свойствах явления в целом. Априорный и апостериорный подходы, так же как индукция и дедукция в науке, наибольший эффект приносят при совместном использовании.

«Можно выделить два подхода: 1) априорный, когда первоначально выдвигаются некоторые гипотезы для того, чтобы облегчить процесс анализа и прогнозирования, 2) апостериорный, когда анализ и прогнозирования осуществляются на основе тщательного предварительного изучения свойств и особенностей прогнозируемых процессов» (Светуньков, 1993).

Бурный рост апостериорного подхода и апостериорного вывода в науке, в том числе и экономической науке, начался после того, как учёные пересмотрели формулу условной вероятности Байеса. В структурной форме формула Байеса может быть записана так:

$$P(\text{предположение}|\text{данные}) = \frac{P(\text{предположение})P(\text{данные}|\text{предположение})}{P(\text{данные})}$$

Отсюда видно, что на основе поступивших новых данных можно уточнить высказываемое ранее предположение, то есть априорная информация уточняется с помощью апостериорного подхода.

«Апостериорная вероятность — это результат байесовского анализа, который отображает всё, что известно о задаче (проблеме), с учётом имеющихся данных и используемой модели... Апостериорная вероятность является в некотором случае компромиссом между априорной вероятностью и правдоподобием» (Мартин, 2020).

Лит.: 1) Светуньков С. Г. Эконометрические методы прогнозирования спроса. М.: МГУ, 1993; 2) Мартин О. Байесовский анализ на Python. М.: ДМК Пресс, 2020.

АППРОКСИМАЦИЯ — процесс замены одних математических объектов другими, в том или ином смысле близкими к исходным объектам, для того чтобы облегчить процесс моделирования и вычислений.

По сути своей аппроксимация означает приближение. Как правило, аппроксимация носит многоитеративный характер, описываемый с помощью соответствующих алгоритмов. Например, в практике экономического моделирования широко применяется аппроксимация сложной кривой линии совокупностью прямых линий (кусочно-линейная аппроксимация).

Аппроксимация как замена сложного объекта простым неминуемо приводит к тому, что происходит упрощение и возникает некоторая ошибка. Эту ошибку называют ошибкой аппроксимации.

Если от фактического наблюдения Y_i за некоторым объектом отнять расчётное значение \hat{Y}_i этого наблюдения, полученное с помощью аппроксимации объекта какой-то моделью, то будет получена эта самая ошибка аппроксимации:

$$\varepsilon_i = Y_i - \hat{Y}_i.$$

Аппроксимирующие модели подбирают так, чтобы эта ошибка аппроксимации была как можно меньше. Для этого используют разные критерии минимизации ошибки аппроксимации — минимум средней абсолютной ошибки, минимум суммы квадратов этого отклонения и т. п.

«В технической кибернетике широкое распространение получил раздел под названием «теория стохастической аппроксимации». Стохастическая аппроксимация является формальной алгоритмической основой для адаптации прогнозных моделей, используемых в практике прогнозирования эволюционных рядов экономической динамики. Этот алгоритм позволяет за считаное число шагов аппроксимации адаптировать эконометрические модели к внешним условиям» (Светуньков, 1993).

*«В экономике **аппроксимация** чаще касается не математических объектов (обычно неизвестных), а различных показателей, их взаимосвязей и динамики, предполагая не только подбор параметров задаваемой математической модели, но, прежде всего, её конструирование» (Каплан, 2022).*

*«Для проведения сравнительного анализа параметров мирового экономического развития была проведена **аппроксимация** степенными зависимостями динамики значений ВВП/чел для стран, представленных в базе А. Мэддисона» (Кириллюк и др., 2009).*

Лит.: 1) Светульников С. Г. Эконометрические методы прогнозирования спроса. М.: МГУ, 1993; 2) Каплан А. В. Решение экономических задач на компьютере. М.: ДМК Пресс, 2008; 3) Кириллюк И., Малков С., Малков А. Особенности долгосрочной экономической динамики мировой системы: анализ статистических данных // Прикладная эконометрика. 2009. № 4 (16).

АПРИОРИ — термин, означающий знание, полученное до или независимо от опыта.

Априорное знание получается путём логических рассуждений с использованием методов дедукции и индукции. Для получения априорных знаний широко используется аксиоматический подход. Гипотезы, предположения, некоторые посылки любой теории носят априорный характер.

В экономической практике к априорным допущениям прибегают при невозможности получения апостериорных знаний, например при использовании метода аналогий в процессе освоения новых рынков. В процессе сегментирования рынка также часто прибегают к априорным положениям, например при выдвижении гипотезы о признаке сегментирования рынка. В процессе практической реализации сегментирования априорные положения уточняются с помощью апостериорной информации.

Априорный подход облегчает процесс научного исследования, поскольку предполагает использование известных и хорошо себя зарекомендовавших инструментов исследования. Но применительно к экономике это зачастую приводит к получению неверных выводов и рекомендаций, поскольку экономическая динамика эволюционна, а априорный подход предполагает некоторую стабильную, неизменную во времени ситуацию.

Вот пример априорного подхода в экономическом прогнозировании:

«Рассматривая математико-статистический аппарат анализа временных рядов и прогнозирования, авторы исходили из того, что экономическим явлениям в определённой степени присущ вероятностный характер» (Кильдишев, Френкель, 2021).

Такое предварительное априорное предположение облегчило авторам процесс выбора вида моделей и методов экономического прогнозирования, ограничивая их вероятностными объектами.

Используется понятие априорности и в других разделах экономики, не связанных с математическими методами:

*«По ходу рассуждений мы обнаружим, что большую часть „законов“ чистой экономической теории следует понимать именно таким образом. Чистая экономическая теория даёт замечательную способность извлекать из шляпы кроликов — очевидные **априорные** положения, которые имеют очевидное отношение к действительности. Пытаться выяснить, каким образом кролики попали в шляпу, — занятие увлекательное, ведь те из нас, кто не верит в чудеса, должны быть убеждены, что каким-то образом они туда попали» (Хикс, 1988).*

Лит.: 1) Кильдишев Г. С., Френкель А. А. Анализ временных рядов и прогнозирование. М.: URSS, 2021; 2) Хикс Дж. Р. Стоимость и капитал. М.: Прогресс, 1988.

АРГУМЕНТАЦИЯ — логико-методологическая часть процесса убеждения в ходе полемики, дискуссии или диспута, в основе которой лежат доводы, соображения и приёмы рационального характера, начиная от критически ориентированного здравого смысла и заканчивая строгими логическими аргументами.

Прошедшие строгую проверку аргументационные процедуры в методологии науки возводятся в ранг доказательств. Наиболее убедительной считается аргументация, осуществляемая в форме дедуктивного умозаключения (в виде рассуждений, заключение которых с логической необходимостью вытекает из посылок). Дедуктивные умозаключения, опирающиеся на истинные посылки, называются доказательными или демонстративными и носят обязательный характер. В отличие от демонстративной аргументации выводы эвристической аргументации, построенной на индукции, аналогии и т. д., носят разрешительный характер, то есть допускают выбор одной из возможностей. Аргументация является составной частью процесса убеждения, который включает в себя также психологическую, нравственную, мировоззренческую, эмоциональную стороны.

«Доказательство имеется тогда, когда умозаключение строится из истинных и первых [положений], то есть из таких, знание которых берёт своё начало от тех или иных первых и истинных [положений]. Диалектическое же умозаключение — это то, которое строится из правдоподобных положений» (Аристотель, 1978).

Аргументация должна быть убедительной не только по смыслу, но и логически последовательной, она должна отвечать требованиям, предъявляемым к основным элементам доказательства: тезису, аргументам и демонстрации.

«Точная логическая аргументация и довольно обширный подбор фактов покажут вам, что учение о единообразном размножении всех существ, кажущееся парадоксальным, может стать более чем правдоподобным» (Робине, 1935).

К тезису предъявляются требования ясности и неизменности, то есть ясно сформулированный тезис не должен изменяться в процессе аргументации. Аргументам предписывается быть истинными, ясными, точными, достаточными и непротиворечивыми. Это означает, что только истинные высказывания, ясно и точно сформулированные, достаточные для обоснования (опровержения) тезиса и не противоречащие друг другу, могут быть эффективными.

Основным требованием к демонстрации, то есть способу связи аргументов и тезиса, является требование соблюдения последовательности процедур аргументации: формулирование тезиса, подбор аргументов, установление логической связи между аргументами и тезисом (в случае прямого доказательства). Если же применяется косвенное доказательство, то последовательность иная: выдвигание тезиса, переход к антитезису, подбор аргументов, указывающих на несостоятельность антитезиса (фальсификация), установление логического следования между аргументами и отрицанием антитезиса.

Вот пример аргументации по вышеописанным структурам у Э. Чемберлина:

«Конкурентная теория не годится потому, что конкуренция в рамках всей отрасли является неполной и крайне неравномерной. Конкуренция между спортивными гоночными машинами и десятитонными грузовиками должна, в сущности, равняться нулю; и существует,

вероятно, больше оснований для построения общего графика спроса на „форды“ и на жильё, чем на „форды“ и „локомобили“. Эти меры, возможно, являются крайностями, но то обстоятельство, что каждый производитель из состава всей группы имеет перед собой рынок, по меньшей мере частично отличающийся от рынков, имеющих у прочих производителей, вводит в дело новый фактор, отсутствующий при чистой конкуренции, — и это существенно меняет результат... Для объяснения механизма взаимодействия экономических сил, функционирующего в подобной отрасли производства, теория чистой конкуренции совершенно непригодна» (Чемберлин, 1996).

А вот пример неудачной аргументации, которая включает в себя мировоззренческие и эмоциональные факторы, но не обладает необходимой доказательной силой:

«Первоочередная проблема — сохранение духовности как одного из начал любой цивилизации. Острота этой проблемы объясняется тем, что развитие западного мира, который выдаётся за идеал, чья культура стремится занять монопольное положение, стать общемировой, пошло в направлении, критическом для судьбы человечества: утрата духовности здесь затронула не только уровень личности, она переросла в общезначимое явление. Утверждается бездуховный способ существования людей».

Приведённая аргументация неубедительна, поскольку утверждения «выдаётся за идеал», «культура стремится занять монопольное положение, стать общемировой», «утрата духовности» и т. п., которые выступают в качестве элементов тезиса, не являются истинными и сами нуждаются в доказательстве.

Аргументы, используемые в дискуссии, споре, могут быть разделены на два вида: аргументы по существу дела и аргументы, направленные к человеку. К первому роду аргументов следует отнести дедуктивную аргументацию, системную аргументацию и эмпирическую аргументацию. Ко второму роду аргументов относят аргументы к авторитету, аудитории, жалости, незнанию, силе, скромности или тщеславию. Этот род аргументов является ненаучным, поскольку позволяет победить в споре, но не позволяет добиться истины.

Довольно часто в качестве аргумента используется отсылка к авторитету. В советские годы ссылки на работы В. И. Ленина, К. Маркса

и Ф. Энгельса или решения съездов КПСС были обязательными системе экономической аргументации. Эти работы считались высшим авторитетом, и ссылка на них к месту и не к месту была обязательной. Вот, например, как это было:

«Между политическим и хозяйственным руководством в социалистическом государстве существует диалектическое единство. С одной стороны, главной целью социалистических преобразований в конечном счёте является решение экономических задач. В. И. Ленин отмечал, что „...самые основы, самая сущность Советской власти, как и сама сущность перехода от капиталистического общества к социалистическому, состоит в том, что политические задачи занимают подчинённое место по отношению к задачам экономическим“ (Ленин В. И. ПСС, т. 36, с. 130). С другой стороны, экономические задачи не могут быть решены успешно без активного политического воздействия партии и социалистического государства на ход экономического развития. В. И. Ленин предостерегал, что „без правильного политического подхода к делу данный класс не удержит своего господства, а следовательно, не сможет решить и своей производственной задачи“ (Ленин В. И. ПСС, т. 42, с. 279). Принцип единства политического и хозяйственного руководства определяет руководящую роль КПСС в системе управления народным хозяйством» (Основы управления, 1986).

Лит.: 1) Аристотель. Сочинения: в 4 т. Т. 2. М.: Мысль, 1978; 2) Робине Ж. Б. О природе. М.: Соцэкгиз, 1935; 3) Чемберлин Э. Теория монополистической конкуренции: реориентация теории стоимости. М.: Экономика, 1996; 4) Афанасенко И.Д. Россия в потоке времени. История предпринимательства. СПб.: СПбУЭФ, 2003; 5) Основы управления. М.: Экономика, 1986.

АТРИБУТ (от лат. «придаю», «наделяю») — необходимое, существенное, неотъемлемое свойство материального объекта как сложного образования, то есть такое свойство, без которого объект не может ни существовать, ни мыслиться.

Понятие атрибута широко используется в маркетинге, точнее, в том его разделе, который посвящён товарной политике фирмы. Для получения конкурентных преимуществ фирма стремится в том числе улучшить те свойства товара, которые являются наиболее значимыми, то есть уделяет особое внимание атрибутам товара. В распоряжении маркетологов имеются особые мультиатри-

бутные маркетинговые модели, позволяющие решать эту задачу наилучшим образом.

*«Термин „**атрибут**“ обозначает выгоду, которую ищет покупатель. Именно атрибут „создаёт“ услугу и удовлетворение и как таковой используется в качестве критерия выбора. Это „дизайн“ часов, „надёжность“ автомобиля, „бесшумность“ принтера и т. д. **Атрибутами** могут обладать не только функциональные, но и эмоциональные свойства продуктов, и покупатель, выбирая товар, обычно учитывает целый перечень атрибутов.*

*В рамках маркетинга **мультиатрибутивная** модель товара (услуги) является основой для принятия решений по его (её) развитию и совершенствованию. Существует несколько концепций формирования данной модели: двухуровневая, трёхуровневая, четырёхуровневая и пятиуровневая» (Кузьмина, 2020).*

В приведённом выше отрывке происходит некоторое смещение понятия «атрибут». С одной стороны, это свойство, с другой стороны — «выгода, которую ищет покупатель». Впрочем, из текста ясно, что под атрибутом понимается свойство, которое является важным для потребителя.

Лит.: Кузьмина Е. Е. Маркетинг. М.: Юрайт, 2020.

БОЛЬШИЕ ДАННЫЕ (Big Data) — разновидность пополняющихся данных, отличающаяся возрастающим объёмом, разнообразием шкал измерения и структуры данных и растущей скоростью пополнения массивов.

Источниками больших данных выступают оцифрованные данные, непрерывно поступающие с различных измерительных устройств, из социальных сетей, компаний сотовой связи, от интернет-провайдеров, с устройств аудио- и видеорегистрации и т. п. Для обработки больших данных используют средства массово-параллельной обработки неопределённо структурированных данных.

*«Решения IoT, совмещённые с анализом **Big Data** и ИИ, помогают компаниям значительно оптимизировать срок доставки... В отличие от традиционных ERP-систем по управлению запасами, приложение ИИ*

проводит продвинутую оптимизацию, используя большой массив данных компании, полученный благодаря интернету вещей» (Сибел, 2021).

*«Стоит отметить, что использование **больших данных** позволит производственным предприятиям принимать более корректные управленческие решения, основанные на актуальных данных, а также улучшить обслуживание клиентов и повысить производительность в компании в целом» (Ильин, Борреманс, 2020).*

Лит.: 1) Сибел Т. Цифровая трансформация. Как выжить и преуспеть в новую эпоху. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2021; 2) Ильин И. В., Борреманс А. Д. Разработка требований к структуре элементов ИТ-инфраструктуры для внедрения технологий INDUSTRY 4.0 // Фундаментальные и прикладные исследования в области управления, экономики и торговли. СПб.: Политехник, 2020.

«БРИТВА ОККАМА» — методологический принцип, требующий отсекаать лишние теоретические допущения.

Принцип, сформулированный английским философом, монахом У. Оккамом в XIV в., сегодня представляют так: «Не следует умножать сущности сверх необходимости». Фактически же Оккам сформулировал такой принцип: «Frustra fit per plura quod potest fieri per pauciora», то есть «Излишне объяснять через многое то, что можно через меньшее».

По сути, данное гносеологическое правило предписывает стремиться к строгости мышления, конкретности, «экономии» исходных допущений, отказаться от излишнего теоретизирования в пользу эмпирического познания как более фундаментального.

Логика Оккама требует также необходимости уточнения терминов, прояснения их смысла в зависимости от места и характера суждения.

*«**Бритва Оккама** — методологическое правило, которым сознательно или подсознательно обычно руководствуются исследователи. Его смысл состоит в том, чтобы не тратить время на анализ маловероятных гипотез, а сразу изучать версии, наиболее вероятные с точки зрения накопленного опыта.*

*Метод «**Бритва Оккама**» может помочь как группам, так и отдельным сотрудникам более чётко определить проблемы» (Кузьмин, 2008).*

Лит.: Кузьмин А. М. Методы поиска новых решений // Методы менеджмента качества. 2008. № 5.

ВЕРИФИКАЦИЯ — установление истинности или ложности научного утверждения путём эмпирической проверки.

Процедура верификации была введена логическими позитивистами в качестве критерия научности теорий, утверждений и концепций. Успешно прошедшие процедуру эмпирического подтверждения теории объявлялись ими научными, независимо от их истинности или ложности. Впоследствии актуальная верификация (непосредственная проверяемость органами чувств) была заменена принципиальной верифицируемостью, логической возможностью проверки.

Верификация — обязательный этап, например, в экономическом прогнозировании. После того как экономист создаст ту или иную прогнозную модель, оценит её основные параметры, возникает необходимость подтвердить возможность использования модели на практике. На этом этапе и осуществляется верификация модели. Чаще всего верификация прогнозной модели осуществляется её проверкой другими, более простыми и не очень точными моделями или экспертными оценками. При этом в случае, когда прогнозная модель даёт результаты, существенно отличающиеся от тех, которые получены более простыми моделями, считается, что она не прошла верификацию.

«Необходима верификация результатов исследований, относящихся как к потенциалу фирмы, так и к условиям её деятельности. Практически всегда существует вероятность того, что в силу каких-то причин — неполноты или неточности исходных данных, методических слабостей, субъективности экспертов или менеджеров — использование этих результатов приведёт к выбору не самых лучших на данный момент решений» (Пивоваров, 2013).

Лит.: Пивоваров С. Э. Международный менеджмент. СПб.: Питер, 2013.

ВЕРОЯТНОСТЬ — математическая, количественная характеристика степени возможности появления какого-либо события при данной совокупности конкретных условий.

Понятие вероятности является исходным для разработки вероятностно-статистических методов, которые широко применяются при изучении числовых явлений (математическая статистика, экономика, социология и пр.). Формы проявления вероятности описываются с помощью различных моделей, называемых в теории

вероятностей и математической статистики «законами распределения вероятностей».

Чаще всего на практике приходится сталкиваться с «нормальным распределением» вероятностей, когда случайных факторов очень много, математическое ожидание их суммарного воздействия на событие равно нулю, а вероятность сильных воздействий случайных факторов на событие крайне мала. При такой ситуации может широко использоваться стандартный аппарат математической статистики — от использования метода наименьших квадратов до вычисления корреляций.

Иногда приходится встречаться с ситуациями, когда термин «вероятность» используется как синоним понятия «возможность», например: «вероятно, что цена на товар повысится». В логике также выделяется логическая вероятность, которая лишена математического смысла и отражает лишь результат логического следования. В экономической практике следует быть очень осторожным с использованием понятия «вероятный» в смысле «возможный», поскольку такое употребление может привести к неправильному пониманию сути происходящих событий и принятию неправильного хозяйственного решения. Поэтому лучше использовать понятие «вероятный» или «вероятность» только так, как это принято в математике, — применяя к стохастическим (случайным) процессам.

*«Если цены на мировых рынках будут снижаться, то экономический кризис будет носить затяжной характер, и, **вероятнее** всего, директивное вмешательство в экономику окажется вынужденным и существенным» (Краченко, 2010).*

*«**Вероятно**, потребители бы практиковали принятие хорошо информированных решений о покупках. Но им препятствует ограничение во времени и в терпении. Поэтому им легче основывать свой выбор на именах брендов товаров и стран, которым они доверяют» (Акулич, 2021).*

*«Данная в условиях задачи таблица распределения **вероятностей** различных значений спроса подталкивает к тому, чтобы в качестве возможных значений спроса выбрать шесть чисел, отражённых в ней. Это особенно естественно, поскольку для этих уровней спроса уже оценены соответствующие вероятности» (Зайцев, Варюхин, 2017).*

Лит.: 1) Краченко П. П. Экономика упущенных возможностей. М.: Дело и сервис, 2010; 2) Акулич М. Страны, бренды, потребители. Объявление страны. [Б. м.]: Изда-

тельские решения, 2021; 3) Зайцев М. Г. Варюхин С. Е. Методы оптимизации управления и принятия решений: примеры, задачи, кейсы. М.: Дело, 2017.

ВОСХОЖДЕНИЕ ОТ АБСТРАКТНОГО К КОНКРЕТНОМУ — один из методов построения научной теории, заключающийся в движении познания от отдельных общих абстракций через последовательные этапы к целостному воспроизведению предмета исследования.

Согласно этому методу, процесс познания состоит из двух самостоятельных этапов. На первом происходит переход от чувственно-конкретного к его абстрактным образам. Под «абстрактным» здесь понимается неполное, одностороннее знание, выраженное в общих понятиях и категориях, отражающих отдельные стороны объекта. Единый объект расчленяется, описывается при помощи множества понятий и суждений, превращаясь в совокупность зафиксированных мышлением абстракций. На втором этапе процесса познания мысль движется от абстрактных определений объекта к конкретному объекту, восстанавливая исходную целостность объекта, воспроизводя его, но уже в мышлении.

Конкретное — это всестороннее и полное знание, отражающее объект во всей совокупности его сторон и связей. Конкретное выступает как синтез многих определений, как система абстракций. Оба этих этапа тесно взаимосвязаны. Процесс восхождения от абстрактного к конкретному был бы невозможен, если бы не существовала обратная возможность: восхождения от конкретного к абстрактному. В последнем случае познание движется от знания об отдельных сторонах объекта, выраженных в соответствующих абстракциях, ко всё более полному и всестороннему знанию.

«Понять означает найти связи, увидеть единичное как частный случай чего-либо общего. Но переход к общему есть всегда уже переход к абстрактному, точнее, переход на более высокий уровень абстрактности. Обобщая, мы объединяем множество разнородных вещей или процессов, рассматривая их с одной определённой точки зрения, стало быть, отвлекаясь — иными словами, абстрагируясь — от множества их особенностей, которые считаем несущественными» (Гейзенберг, 1987).

Лит.: Гейзенберг В. Шаги за горизонт. М.: Прогресс, 1987.

ВЫБОРОЧНЫЙ МЕТОД — основа математической статистики. Суть метода заключается в следующем.

Пусть имеется многочисленная совокупность однородных элементов, каждый из которых может обладать каким-либо признаком. Имеющееся множество однородных элементов называют генеральной совокупностью. Из этой генеральной совокупности выбирается один из элементов, причём так, чтобы попадание в выборку для каждого элемента было возможно с одинаковой вероятностью. Группа из этих N элементов называется в этом случае случайной выборочной совокупностью, число элементов, отобранных для исследований, — объёмом выборки, а сам процесс отбора — простым случайным выбором.

По выборочным наблюдениям имеется возможность судить о свойствах генеральной совокупности, избежав тем самым необходимость собирать всю информацию об элементах генеральной совокупности, что связано в большинстве случаев с колоссальными затратами. Доказательства, опирающиеся на выборочный метод, относятся к группе индуктивных доказательств, поэтому вывод о свойствах генеральной совокупности носит предположительный, вероятностный характер. Чем больше объём выборки, тем более высока вероятность правильно оценить статистические характеристики генеральной совокупности.

«Выборочная совокупность обладает следующими характеристиками, отличающими её от других подмножеств:

- 1) элементы **выборочной совокупности** формируются из генеральной совокупности;*
- 2) они формируются случайным образом — так, чтобы каждый элемент генеральной совокупности имел одинаковую вероятность попасть в **выборку**;*
- 3) способ формирования выборки должен обеспечивать независимость элементов **выборки** друг от друга;*
- 4) элементы **выборки** должны давать представление о свойствах генеральной совокупности» (Светуньков И. С., Светуньков С. Г., 2022).*

Практикующему экономисту приходится иметь дело не с генеральными совокупностями, а с некоторыми частями из неё, то есть с выборкой.

Выборочный метод широко используется при анализе, например, сегментов рынка, выявлении причинно-следственных связей и т. п. Поскольку предметом научных исследований экономиста выступают чаще всего экономические показатели, отражающие поведение многочисленных хозяйствующих субъектов, он вынужден использовать не все эти показатели, а лишь некоторые их обобщённые величины — средние цены, средние объёмы продаж и т. п. То есть исследователь из генеральной совокупности выбирает тем или иным способом наиболее представительную выборку, обработав которую получает некоторые характеристики совокупности в целом.

Следует иметь в виду, что далеко не все имеющиеся в распоряжении экономиста данные могут представлять собой генеральную совокупность.

*«Если процессы, в ходе которых формируется совокупность элементов, не являются однородными, то это означает, что информация о них, которую несут в себе фиксируемые в такие моменты времени наблюдения, не даёт знания о совокупности в целом — они отражают лишь поведение объекта в этот конкретно-исторический промежуток времени, поведение объекта до этого промежутка и после него происходило в других условиях с другими характеристиками, которые чаще всего не вытекают друг из друга. В этом случае использовать **выборочный метод** нельзя. В лучшем случае при этом будут получены некоторые характеристики текущего момента, но знания о прошлом и будущем из них не вытекают» (Светуньков И. С., Светуньков С. Г., 2022).*

В экономике выборочный метод методологически совместим с задачами пространственной экономики или при анализе устойчивых неизменных внутренних условий одного и того же рода. В экономической динамике условия формирования генеральной совокупности нарушаются, поскольку в экономических объектах происходят необратимые изменения. Поэтому выборочный метод методологически непригоден для статистического моделирования экономической динамики.

Лит.: Светуньков И. С., Светуньков С. Г. Методы и модели социально-экономического прогнозирования: в 2 т. Т. I. Теория и методология прогнозирования М.: Юрайт, 2022.

ВЫВОД — результат процесса рассуждения (заключение) или же сам процесс рассуждения.

Вывод как процесс получения логичного заключения производится последовательно от некоторых исходных суждений, которые называются предпосылками, к новым суждениям, являющимся заключением. Вывод может быть простым и сложным. Сложный вывод, характерный для научного вывода, проводится в несколько этапов формирования промежуточных умозаключений.

Основными методами научного вывода являются дедукция и индукция.

Пример неудачного вывода:

«Когда ещё в 1994 г. мэр Ковальчук объезжал город, он наткнулся на брошенную недостроенную коробку, возле которой кучковались подростки. Так через несколько лет под самым Полярным кругом в наше развешёлое время казино и мини-супермаркетов возникла Школа искусств».

Очевидно, что из того, что мэр города наткнулся на брошенную недостроенную коробку какого-то здания, вовсе не следует, что через несколько лет на этом месте должна была возникнуть Школа искусств, даже если мэр натолкнулся на коробку со всего разбега и упал замертво. Такой вывод будет необоснованным.

Чаще всего заключение вывода отделяется от самого рассуждения словами «следовательно», «значит», «поэтому», «так», «таким образом» и т. п.

*«Потом является знаменитая теория Рикардо, сущность которой состоит в следующем: цена средств пропитания определяется трудом, необходимым для их производства на самой тощей из возделываемых почв. Увеличение же народонаселения вынуждает обращаться ко всё более и более неблагодарным почвам. **Следовательно**, всё человечество (кроме собственников земли) поневоле должно давать всё более и более труда за одинаковое количество средств пропитания или, что то же самое, получать всё меньшее количество этих средств за одинаковое количество труда, тогда как рента землевладельцев не возрастает с каждым переходом к обработке почв низшего достоинства. **Заключение**: всё увеличивающееся обогащение праздных людей, всё увеличивающееся обеднение людей труда, **следовательно**, пагубное неравенство» (Бастия, 2000).*

«Если бы заработная плата возросла на 10 % и в силу этого в каждой отрасли промышленности потребовалось бы на 10 % больше оборотного капитала, то это оказало бы одинаковое воздействие на оба занятия. В обоих потребовалось бы 210 ф. ст. вместо 200, чтобы произвести прежнее количество товаров, и последние продавались бы за такую же точно сумму денег, именно за 126,27 ф. ст.; следовательно, их относительная стоимость не изменилась бы и прибыли одинаково понизились бы в обеих отраслях промышленности» (Рикардо, 2008).

«Всеми принято считать, что жители должны участвовать в покрытии государственных расходов лишь соответственно их доле и заинтересованности в общественном спокойствии, то есть в соответствии с их имуществом или богатством. Однако существуют два рода богатства: одно — фактическое, а другое — потенциальное.

Человек фактически и действительно богат в соответствии с тем, что он ест, пьёт, надевает или каким-нибудь другим образом действительно и фактически использует. Те же люди, которые хотя и имеют достаточно возможностей, но мало пользуются ими, лишь потенциально богаты или богаты лишь в воображении; они являются скорее управляющими и банкирами других людей, чем собственниками для самих себя.

Поэтому мы приходим к заключению, что каждый должен участвовать в государственных расходах в соответствии с тем, что он берёт себе и действительно потребляет» (Петти, 1997).

Лит.: 1) Бастиа Ф. Экономические софизмы. Экономические гармонии // Трактат по политической экономии. Экономические софизмы. Экономические гармонии / Ж.-Б. Сэй, Ф. Бастиа. М.: Дело, 2000; 2) Рикардо Д. Начала политической экономии и налогового обложения. Избранное. М.: Эксмо, 2008; 3) Петти У. Трактат о налогах и сборах. Verbum sapienti — слово мудрым. Разное о деньгах. М.: Ось-89, 1997.

ГЕНЕЗИС — процесс, характеризующий зарождение и последующее развитие объекта, приведший его к определённой ситуации.

Изучение генезиса экономического объекта позволяет получить информацию о его основных тенденциях, причинно-следственных связях и др.

Генезис является основным инструментом исторического метода.

Чаще всего, изучая генезис того или другого экономического объекта и сообщая о результатах исследования, экономисты не употребляют сам термин в тексте, предпочитая заявить о генезисе в названии текста, например:

«1.1. Маркетинг-менеджмент: генезис развития и современное понимание» (Фирсанова, 2003).

Изучение генезиса объекта экономического исследования очень важно, поскольку подавляющее большинство экономических явлений и субъектов не только находятся в сложной взаимосвязи, но, претерпевая непрерывное воздействие со стороны других объектов и причин, адаптируясь к ним, меняют не только свои количественные характеристики, но и собственную структуру. Поэтому в ходе развития объект может приобрести свойства, которые ему не были присущи в момент зарождения. Определение причины и времени появления этого нового свойства позволит экономисту правильно выявить и изучить основные свойства объекта.

*«Подобно познанию, научное мышление есть результат отражения действительности, воспроизведения субъектом её образа, в процессе которого **генезис** теории неотделим от развития отражаемого ею объекта» (Активизация человеческого фактора..., 1990).*

«Возвращаясь к вопросам экономической теории, отметим, что современная экономическая теория представляется, как правило, учёными-экономистами в единстве следующих основополагающих признаков.

1. Эволюция экономической теории базируется на развитии общественных экономических отношений. <...>

*2. **Генезис** экономических общественных отношений порождает многообразие научных направлений в области экономической теории, а также приводит к необходимости объединения многообразных разрозненных правовых национальных комплексов в мегаотрасли „экономическое право“» (Ершов и др., 2017).*

Лит.: 1) Фирсанова О. В. Взаимодействия субъектов рынка в теории маркетинг-менеджмента: методологические принципы исследования. СПб.: СПбГУЭФ, 2003; 2) Активизация человеческого фактора и эффективность труда. Киев: Наукова думка, 1990; 3) Ершов В. В., Ашмарина Е. М., Корнев В. Н. Экономическое право Российской Федерации. М.: РГУП, 2017.

ГЕНЕРАЛЬНАЯ СОВОКУПНОСТЬ — это полная совокупность всех однородных элементов, характеризующаяся некоторой функцией распределения, математическим ожиданием, дисперсией и т. п.

В научной практике собрать информацию обо всех элементах генеральной совокупности не представляется возможным из-за высоких затрат времени и средств на выполнение этой работы. Поэтому о свойствах генеральной совокупности судят по свойствам выборочной совокупности.

Например, сложно определить неудовлетворённые потребности всех покупателей, входящих в супермаркет, поскольку для этого к каждому покупателю необходимо приставить интервьюера, который бы не только опрашивал своего потребителя, но обладал бы свойствами расшифровывать невербальные жесты покупателя. Собранный таким образом совокупность данных за потребительскими предпочтениями и будет представлять генеральную совокупность покупателей магазина.

С учётом того, что свойства генеральной совокупности покупателей можно выявить только с привлечением для этого огромных ресурсов, считается, что эффективнее судить о свойствах генеральной совокупности по выборочным значениям из неё. Поэтому в рассматриваемом случае осуществляется изучение неудовлетворённости только в репрезентативной выборке из этой генеральной совокупности. Правила выбора таких покупателей и их число легко определить из рекомендаций математической статистики.

«Например, в России в 2011 г. было зарегистрировано около 109 миллионов избирателей. Для опросного исследования, посвящённого намерениям избирателей поддержать на выборах ту или иную партию, генеральная совокупность представляет собой 109 миллионов человек; они будут называться элементами генеральной совокупности» (Ахременко, 2016).

Следует иметь в виду важное свойство генеральной совокупности. Ею может быть названа только совокупность однородных элементов, то есть элементов, формирующихся под воздействием одних и тех же неизменных причин и условий. Если совокупность формируется под влиянием изменяющихся условий, то она не будет являться генеральной совокупностью. Например, совокупность дан-

ных о ВВП России с момента появления её государственности и по 2020 г. не будет являться генеральной совокупностью.

Лит.: Ахременко А. С. Политический анализ и прогнозирование: в 2 ч. Ч. 1. М.: Юрайт, 2016.

ГЕТЕРОГЕННОСТЬ — неоднородность свойств или структуры объекта.

Исследование гетерогенных объектов представляет собой чрезвычайно сложную задачу, решить которую не всегда удаётся. Существенная часть экономических объектов является гетерогенной, поэтому для их исследования приходится применять наряду с формализованными методами и процедурами экспертные методы, поскольку первые не всегда адекватно описывают гетерогенные объекты.

*«Если два состава действующих лиц **гетерогенны** и если размер загрязняющей атмосферу группы не превышает критический, некоторого рода равновесие может быть достигнуто в условиях, когда модели поведения значительно отличаются. Однако даже в этом случае ситуация далека от оптимальной, в том числе для тех, кто загрязняет окружающую среду» (Бьюкенен, 1997).*

*«Для определения размеров необходимо оценить гетерогенность экономики. Большие экономики — это **гетерогенные** экономики. **Гетерогенные** экономики всегда большие по населению, ВВП и территории. Но не все большие по этим показателям экономики могут быть гетерогенными и потому не могут быть большими» (Фокин, 2016).*

Лит.: 1) Бьюкенен Дж. М. Сочинения. М.: Таурус Альфа, 1997; 2) Фокин Н. И. Экономический словарь неэкономических понятий. [Б. м.]: Издательские решения, 2016.

ГИПОТЕЗА — предположение (допущение), выдвигаемое для решения исследовательской задачи.

Гипотеза есть тезис, истинность которого не может быть рассмотрена достоверно. В современной науке гипотеза понимается как предположительное знание. Гипотезы служат для систематизации данных, их дедуктивного упорядочивания, обобщения и предположительного расширения наличных эмпирических данных. Гипоте-

зы применяются также для придания исследованию направленного характера. Такую функцию выполняют частично обоснованные гипотезы, которые являются одновременно и объектом исследования. Выполняя эту функцию, гипотеза выступает либо в форме рабочей, либо в форме предварительных и неточных положений программного характера. Во всех перечисленных случаях различается степень общности предположения и методы его обоснования, что сказывается и на характере проводимого научного исследования (общего или специального).

К научной гипотезе предъявляются требования быть синтаксически грамотной, семантически осмысленной, логически корректной, теоретически обоснованной и эмпирически проверяемой (прямо или косвенно). При соблюдении данных требований гипотеза квалифицируется как научная вне зависимости от того, окажется ли она впоследствии истинной или ложной.

В научных исследованиях встречаются иногда так называемые *ad hoc* (лат. «к этому», «специально для этого случая») гипотезы — непроверяемые самостоятельно предположения, введённые только для защиты некоторых других гипотез от вполне определённых контраргументов. Их действие не распространяется вне гипотез, которые они защищают.

«...Достаточно развитая наука прогрессирует в двух отношениях. С одной стороны, происходит развитие знания в рамках метода, предписываемого господствующей рабочей гипотезой, с другой стороны, осуществляется исправление самих рабочих гипотез» (Уайтхед, 1998).

«Гипотеза — главный методологический инструмент, организующий весь процесс исследования и подчиняющий его строгой логике. Логическая конструкция гипотезы представляет собой условно-категорическое умозаключение: «Если... то...». Первая посылка выдвигает условие, а вторая утверждает следствие из данного условия. Если исследование не подтверждает следствие, гипотеза опровергается, но подтверждение следствия не даёт логических оснований для достоверности гипотезы. Подтверждение делает гипотезу правдоподобной, вероятной. Отсюда одно из принципиальных требований к хорошей гипотезе: чем больше следствий она содержит, тем более вероятно её подтверждение. <...>

Важно, чтобы гипотезы были логически связаны в систему доказательств выдвинутого объяснения. В таком случае подтверждение одной гипотезы даёт дополнительные основания для принятия связанной с ней посылки. Проверка следующего следствия из общей посылки предполагает новые подтверждения и так дальше. Понятно, что опровержение первой рабочей гипотезы требует выдвижения новых гипотез.

Итак, исходные гипотезы должны быть развёрнуты в целую цепочку выводных гипотез-следствий (операция дедуктивной обработки гипотез)» (Ядов, 1998).

«Математика — лишь способ выдвижения гипотез, согласованных с наличным знанием. Поэтому трудно переоценить важность проверки выдвинутых гипотез в любом случае — и тогда, когда математика используется, и тогда, когда она не используется в экономической науке. Результаты наблюдений практически всегда подвержены случайным влияниям, поэтому проблема проверки гипотез не может быть решена (за редким исключением) без привлечения средств математической статистики» (Раяцкас, Плакунов, 1987).

Лит.: 1) Уайтхед А. Избранные работы по философии. М.: Прогресс, 1998; 2) Ядов В. А. Стратегия социологического исследования. М.: Добросвет, 2003; 3) Раяцкас Р. Л., Плакунов М. К. Количественный анализ в экономике. М.: Наука, 1987.

ГОМЕОСТАЗ — характеристика устойчивого состояния равновесия открытой системы в её взаимодействии со средой.

Понятие гомеостаза впервые введено биологом У. Б. Кэнноном для обозначения физиологических процессов, поддерживающих некоторые переменные состояния организма, называемые существенными в рамках заданных границ. В теории современной синергетической экономики понятие «гомеостаз» является одним из основных.

«В биологических и экологических системах сохранение устойчивости сводят к поддержанию гомеостаза, в экономических системах для обозначения устойчивого состояния используют понятие „равновесие“. И понятие „гомеостаз“, и понятие „равновесие“ есть ограниченная характеристика устойчивости, полученная посредством наблюдения за критическими параметрами и удержанием их значений в допустимых пределах. Так, о гомеостазе организма судят по тем-

пературе тела, кровяному давлению, частоте пульса и составе крови. Аналогично состояние фондового рынка оценивают объёмами торгов и значениями фондовых индексов» (Дрогобыцкий, 2017).

Лит.: Дрогобыцкий И. Н. Системный анализ в экономике. М.: Юнити-Дана, 2017.

ГОМОГЕННОСТЬ — однородность свойств или структуры объекта.

Объекты с гомогенной структурой, как правило, поддаются тщательному и подробному исследованию, поскольку элементы объекта, взаимосвязь между ними, количественные характеристики объекта остаются неизменными.

В отдельных случаях количественные показатели, характеризующие свойства или структуру объекта, могут изменяться, но это изменение может быть изучено и описано либо с помощью методов детерминированного анализа, либо, что чаще всего встречается в экономике, с помощью методов теории вероятности и математической статистики.

Гомогенность характерна для устоявшейся экономики и её рынков, когда изменения в них происходят под воздействием совокупности случайных факторов.

*«Общие издержки принятия решений будут меньше при любом данном правиле коллективного выбора в сообществах с примерно однородным населением, чем в тех, где население неоднородно. Из этой гипотезы следует, что более **гомогенное** общество должно использовать более общие правила принятия коллективных решений. Однако характеристика однородности влияет как на издержки принятия решений, так и на внешние издержки» (Бьюкенен, 1997).*

*«С точки зрения развития рыночных отношений мировая экономика стала неизмеримо более **гомогенна**. Поскольку значительный сегмент мировой экономики развивался в нерыночных или существенно искажённых рыночных условиях, то и констатировать появление именно глобальных цепочек стоимости вряд ли было правомерно» (Зуев и др., 2014).*

*«Если прежде „классики“ и „неоклассики“ решающим условием экономического роста считали чистую конкуренцию и конкурентная борьба допускалась только на **гомогенном** рынке, то, по теории Чемберли-*

на, конкуренция имеет место и в условиях монополии на базе дифференциации продукта, когда у товаров одного и того же вида возникают особые свойства и покупатель получает возможность выразить своё предпочтение одному из товаров этого вида» (Иваницкий, 2016).

Лит.: 1) Бьюкенен Дж. М. Сочинения. М.: Таурис Альфа, 1997; 2) Зуев В. Н., Островская Е. Я., Дунаева М. С. Включение национальных экономик в глобальные цепочки стоимости: измерение парадигмы организации внешнеэкономических связей // Современная конкуренция. 2014. № 2 (44); 3) Иваницкий В. Л. История экономического учений. М.: Юрайт, 2016.

ГРУППИРОВКА — элементарная процедура упорядочения имеющих в распоряжении исследователя данных.

Различают два вида группировки: простую и перекрёстную.

Простая группировка представляет собой упорядочение данных по одному признаку. Связывание данных при этом осуществляется в соответствии с индикативным признаком, который в явном виде содержит главное содержание исследовательской гипотезы.

Перекрёстная группировка представляет собой более сложную процедуру упорядочения. При этом происходит связывание данных, которые были предварительно упорядочены по двум и более индикативным признакам. Эта процедура выполняется с целью обнаружения какой-либо зависимости между указанными признаками.

Примером простой группировки потребителей, например, может быть их группировка по половому признаку — на мужчин и женщин. Если этих же потребителей сгруппировать ещё и по другому признаку, например по признаку принадлежности (или непринадлежности) к учащимся, будет получено две группы — учащиеся и неучащиеся. Перекрёстную группировку можно осуществить, если использовать эти два признака — половой признак и признак принадлежности к учащимся. Легко убедиться в том, что применение такой перекрёстной группировки позволяет выделить четыре группы потребителей: 1) потребителей мужского пола, которые где-либо учатся; 2) потребителей мужского пола, которые нигде не учатся; 3) потребителей женского пола, которые где-либо учатся; 4) потребителей женского пола, которые нигде не учатся.

Перекрёстная группировка широко используется, например, в маркетинге. При этом маркетологи предпочитают говорить не о

построении перекрёстной группировки, а о построении матриц. Первой такой перекрёстной группировкой, с помощью которой удалось определить стратегии фирм, была группировка стратегий, предложенная Бостонской консультационной группой. В маркетинге эта группировка получила название «матрица БКГ»:

«Практическими приложениями этой теории являются матрица БКГ, матрица Мак-Кинси, матрица „продукт — рынок“ и др. Матрица Бостонской консультационной группы (БКГ) позволяет определить стратегическую позицию предприятия по каждому направлению его деятельности и на основе этой позиции выбрать правильную стратегию действий предприятия на рынке и оптимальную стратегию перераспределения финансовых потоков между разными направлениями деятельности. Строки в матрице — темп роста рынка, столбцы — относительная доля рынка» (Люханова, 2021).

*«Вся совокупность норм, используемых при организации деятельности предприятия, разделяется на **группы** (по видам ресурсов): нормы времени; нормы трудовых затрат; нормы расхода материалов; нормы расхода энергоресурсов; нормы расхода инструмента; нормы расхода запасных частей» (Глухов, 2002).*

*«...Мы считаем необходимым отметить, что **группировка** произведена Л. Н. Литошенко по величине посевной площади на семью, в то время как было бы более правильно **группировать** по отношению десятин посева на одного работника, дабы элиминировать влияние размеров семьи на ряды цифр. Однако ввиду более или менее одинаковых результатов как при той, так и при другой **группировке** мы ограничиваемся этими справками, приведя как пример правильной **группировки** нижеследующую таблицу по Новгородской губернии...» (Чаянов, 1989).*

Лит.: 1) Люханова С. В. Принятие управленческих решений. М.; Берлин: Директ-Медиа, 2021; 2) Глухов В. В. Менеджмент. СПб.: Питер, 2002; 3) Чаянов А. В. Организация крестьянского хозяйства // Чаянов А. В. Крестьянское хозяйство. М.: Экономика, 1989.

ДАННЫЕ — зафиксированные каким-либо способом сведения об объекте исследования.

*«Используем **данные** Всемирного банка, выбрав первые десять стран с наибольшими объёмами резервов, представив их в таблице за 1960, 1970, 1980, 1990, 2000 и 2016 гг.» (Прогнозирование и планирование экономики, 2019).*

*«В реальной жизни переменные, используемые в регрессионном анализе, выбираются на основе доступности **данных** и стоимости сбора новой информации. В регрессионном анализе используются два типа **данных**: перекрёстные и временные. Перекрёстные **данные** представляют информацию о переменных в определённый период времени. Временные **данные** представляют информацию о переменных за различные периоды времени» (Кит, Янг, 2008).*

*«Корпоративные знания и **данные** необходимы для поддержания на высоком уровне основных бизнес-процессов и обеспечения быстрого реагирования на динамику рынка, формирования реальных конкурентных преимуществ кластера на рынках, включая общенациональный и мировой. База **данных** кластера трансформируется через корпоративную информацию его участников, позволяет оценить альтернативные варианты управленческих решений, разрабатываемые проекты и формируемые программы с различных позиций — полезности, ценности, релевантности, эффективности, альтернативных издержек и т. п., выбрать из имеющихся вариантов оптимальное решение по всем важнейшим критериям и параметрам оценки» (Ильин, Анисифоров, 2012).*

Лит.: 1) Прогнозирование и планирование экономики. М.: Прометей, 2019; 2) Кит П., Янг Ф. Управленческая экономика. Инструментарий руководителя. СПб.: Питер, 2008; 3) Ильин И. В., Анисифоров А. Б. Использование облачных технологий при построении информационных систем кластера // Экономика и управление. 2012. № 7.

ДЕДУКЦИЯ — один из способов рассуждения (умозаключения) или процесс логического перехода от общих посылок к заключениям о частных случаях.

Смысл дедуктивного вывода заключается в том, что информация, содержащаяся в заключении, составляет всего лишь часть информации, содержащейся в исходных посылках. То есть дедуктивное умозаключение не расширяет объёма знаний субъекта, совершающего умозаключение, а уточняет его. Дедуктивное рассуждение — конкретизация общего положения и получение частных выводов.

Существует несколько разновидностей дедуктивного вывода, но в науке чаще всего используют *силлогизмы*.

Силлогизм — умозаключение, в котором из двух истинных посылок выводится заключение.

В силлогизме выделяют: большую посылку, меньшую посылку, средний термин, больший или меньший термин, заключение.

Большая посылка — это суждение, в котором содержится общее правило. Например, в умозаключении «Все люди в странах с рыночной экономикой включены в рыночные отношения. Студенты Санкт-Петербурга живут в стране с рыночной экономикой, и они включены в рыночные отношения» большая посылка — это «Все люди в странах с рыночной экономикой включены в рыночные отношения».

Меньшая посылка — это суждение, в котором даётся частный случай. В рассматриваемом примере меньшая посылка — это «Студенты Санкт-Петербурга живут в стране с рыночной экономикой».

Средний термин — это термин, который является общим для обеих посылок силлогизма, служит посредствующим звеном между ними. В нашем случае средний термин — «живут в стране с рыночной экономикой».

Большой или меньший термин — термины, переходящие в вывод в соответствии с рангом посылки (большей или меньшей). В рассматриваемом примере большой термин — «включены в рыночные отношения», а меньший термин — «студенты Санкт-Петербурга».

Дедуктивный вывод получается таким: «Все люди в странах с рыночной экономикой включены в рыночные отношения. Студенты Санкт-Петербурга живут в стране с рыночной экономикой. Следовательно, они включены в рыночные отношения».

Вот пример дедуктивного вывода:

«Монополия, предоставленная отдельному лицу или торговой компании, оказывает то же действие, что и секрет в торговле или производстве. Монополисты, поддерживая постоянный недостаток продуктов на рынке, не обеспечивая полностью действенный спрос, продают свои товары намного дороже естественной цены и поднимают свои доходы — будь то заработная плата или прибыль — значительно выше их естественной нормы. Монопольная цена во всех случаях является наивысшей, какой только можно добиться. Естественная цена, или цена свободной конкуренции, напротив, представляет собой самую низкую цену, какую только можно взять, — конечно, если речь идёт не об отдельном случае, а о продолжительном времени. Первая во всех случаях является высшей ценой, какую только можно вытянуть у покупателей или какую, как предполагается, они согласны дать; вторая представляет собой низшую цену, какую продавцы обычно соглашались взять, не прекращая в то же время своего дела» (Смит, 2007).

Фундаментальный принцип дедукции заключается в том, что из истины нельзя по правилам вывести ложное заключение. Ложное заключение может быть получено либо в случае, когда исходное положение неистинно, либо нарушены правила вывода. Покажем пример нарушения дедуктивного вывода, который в итоге привели авторов к неверному заключению.

«Аналитическое выражение кривой спроса на картофель имеет вид:

$$x = 2/p + 5, \quad (1)$$

где: x — объём спроса, p — цена...

Достаточно применить один простой приём, который мы назовём „лакмусовой бумажкой“... Он заключается в том, чтобы исследовать кривую выручки, получаемой владельцем данного продукта от его продажи. По известной в микроэкономике формуле находим, что выручка в данном случае будет равна:

$$R = px = 2 + 5p. \quad (2)$$

...Из формулы неопровержимо следует, что если тот картофель, который имеется в виду в указанном примере, продавать по цене, равной нулю (то есть раздавать его бесплатно), то продавец всё же получит выручку, равную двум немецким маркам в единицу времени. Получается неслыханный результат!.. Причина такого абсурдного результата состоит в том, что продаётся не реальное благо, а абстрактное, которое не имеет ничего общего с реальным картофелем, кроме цены, да и то придуманной».

Разберём структуру дедуктивного вывода приведённого выше отрывка. В основе этого вывода лежат несколько посылок.

Первая из них: кривая спроса имеет вид $x = 2/p + 5$ (1).

Вторая посылка касается выручки, которая, очевидно, представляет собой произведение объёмов продаж на цену продаж, по которой эти продажи осуществлены, то есть выручка равна $R = px$ (2).

Далее следует вывод: выручка равна $R = px = 2 + 5p$, а это абсурд. Действительно, полученный результат — это абсурд, но в дедуктивном доказательстве приведённого отрывка присутствует ещё одна посылка, которая не высказывается, а пропускается в ходе рассуждений, но имеет ключевое значение. Вот она, эта третья посылка: кривая предложения принимает вид кривой спроса.

Это, как легко убедиться из приведённых текстов, нигде прямо не утверждается, поэтому вывод кажется логичным и получение абсурдного результата обескураживает.

С учётом третьей посылки полная структура дедуктивного вывода такова:

- 1) кривая спроса имеет вид $x = 2/p + 5$,
- 2) кривая предложения принимает вид кривой спроса,
- 3) выручка равна $R = px$.

Как видно, именно потому, что в приведённом отрывке авторами ставится знак равенства между спросом и предложением, а эта посылка пропущена, и был получен абсурдный результат, который сразу и не осознать.

Утверждать, что кривая предложения принимает форму кривой спроса — то же самое, как утверждать, что огонь костра такой же холодный, как и родниковая вода. Именно появление внутри дедуктивного вывода ложного утверждения (спрос описывается той же моделью, что и предложение) и привело авторов к получению ложного вывода. Правильное использование дедуктивного вывода не позволило бы авторам получить неверный вывод.

Нарушением правил дедуктивного вывода активно пользуются юмористы и пропагандисты.

Лит.: Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов. М.: Эксмо, 2007.

ДЕТЕРМИНИРОВАННОСТЬ ИНФОРМАЦИИ — одно из состояний информации об объекте исследования, характеризующееся полной степенью определённости и однозначности.

Детерминированная информация даёт исследователю полное знание, не оставляющее каких-либо сомнений.

*«Вернёмся поэтому к нашим исходным предпосылкам. Допустим, что в системе обращаются подлинные деньги, которые не приносят процента. Мы видели, что в этом случае вся система цен и процентных ставок **детерминирована**, число уравнений равно числу неизвестных» (Хикс, 1993).*

«Рид настаивал на том, что прибыль следует трактовать как отдачу от инвестированного капитала, а особый доход предпринимателя — как разновидность заработной платы. Он также делал акцент на

элементе „компенсации за риск“ в „прибыли“ (на самом деле — в процентном доходе) предпринимателя, но при этом полагал, что этот элемент не обусловлен никакими причинами **детерминированного** характера и потому находится „за пределами науки“» (Найт, 2003).

«Теория относительности разделалась с иллюзиями Ньютона об абсолютном пространстве-времени, квантовая механика развеяла мечту о контролируемом процессе измерения, и, наконец, теория хаоса развила Лапласову фантазию о полной **детерминированности** развития систем» (Ford, 1989).

Лит.: 1) Хикс Дж. Р. Стоимость и капитал. М.: Прогресс, 1993; 2) Найт Ф. Риск, неопределённость и прибыль. М.: Дело, 2003; 3) Ford J. What is Chaos. That We Should be Mindful of It? In P. Davies (ed.). The New Physics. Cambridge University Press. Cambridge, 1989.

ДИАГНОСТИКА — учение о принципах и методах распознавания состояния объекта экономического исследования. В прикладном смысле — процесс распознавания того или иного состояния объекта.

Очень активно диагностика используется в экономической аналитике, например в маркетинговой аналитике. В маркетинговой аналитике при исследовании конкуренции диагностике подвергаются: структура рынка, уровень конкурентной борьбы, этап конкурентной борьбы и т. п. Для того чтобы осуществить диагностику состояния объекта, необходимо точно знать все возможные состояния этого объекта и признаки, характеризующие каждое из этих состояний. При этом необходимо выполнение однозначного соответствия показателей состоянию объекта. Тогда по значениям диагностирующих признаков можно осуществить диагностику состояния самого объекта и выработать соответствующее решение.

*«Мне лично необходима даже организационная **диагностика**, а **диагностика** в более широком понимании — **диагностика** собственников и первого лица, **диагностика** организации, **диагностика** рынка, на котором она работает или собирается работать. <...>*

*Без **диагностики** невозможно проанализировать соответствие (или несоответствие) этих людей и их целей построенной ими организации самой организации — состоянию и динамике развития конкретного рынка и т. п.» (Альтшулер, 2016).*

«Комплексная диагностика представляет собой внутренний аудит системы управления и персонала компании, который помогает осмыслить сложившуюся ситуацию и ответить на ряд важных вопросов. Что представляет собой наша организация сегодня? Что происходит в нашей компании? Чего мы достигли, чего — нет? О чём думают сотрудники? Какова их лояльность? Какие у нас накопились трудности и проблемы? В чём их причины? Почему их не удаётся в полной мере преодолеть? Что нужно изменить для того, чтобы эти проблемы решились легче и быстрее?» (Куприянов, 2018).

Лит.: 1) Альгшулер И. Г. О стратегии, маркетинге и консалтинге. Занимательно — для внимательных! М.: Дело, 2016; 2) Куприянов Ю. В. Модели и методы диагностики состояния бизнес-систем. М.: Юрайт, 2018.

ДИЛЕММА — вид умозаключения, в число посылок которого входят два условных и разделительных суждения, причём разделительное суждение формулируется в виде дизъюнкции, в которой объединяются основания или следствия условных суждений.

Дилемма выражает необходимость выбора между двумя решениями (альтернативами).

«Несмотря на то что во всей системе цен силы конкуренции и монополии неразрывно сплетаются в единую ткань, отличаясь в ней лишь своими особыми узорами, единая ткань эта была теорией расплетена и переделана в два полотна, каждое из которых проще, чем первоначальное, и имеет с ним лишь частичное сходство. Больше того, в основном принималось, что система цен в действительности так примерно и складывается, что все подлежащие объяснению явления ценообразования имеют своей причиной либо конкуренцию, либо монополию и что, следовательно, применение для их изучения двух крайних теоретических схем, в которых каждое из этих начал рассматривается в чистом виде, соответствует природе вещей» (Чемберлин, 1996).

Лит.: Чемберлин Э. Теория монополистической конкуренции. Реориентация теории стоимости. М.: Экономика, 1996.

ДИНАМИЧЕСКИЙ ПОДХОД — способ изучения объектов и явлений, рассматривающий их в процессе изменения во времени самих объектов, явлений, их элементов и соотношений между ними.

С помощью динамического подхода выявляются закономерности в ходе анализа самих изменений. Для динамического подхода основной предпосылкой анализа является признание непрерывности изменений количественных и качественных характеристик процессов, взаимосвязей и показателей во времени.

«В тех случаях, когда элементы экономической жизни или их связи подвергаются изменениям, не исчерпываемым изменением их числа, объема и вообще не сводимым к количественным изменениям, мы говорим о наличии качественных изменений. Сюда относятся, например, изменения в технике производства, в организации хозяйства, в составе и характере общественных потребностей и т. д.» (Кондратьев, 1989).

Качественные изменения, приводящие к необратимости изменений структуры систем во времени, являются основной причиной развития систем. Изучение только количественных изменений без их связи с качественными изменениями характерно для статического подхода.

Динамический подход к изучению экономических систем — подход, который опирается на положение о непрерывном изменении качественных свойств рассматриваемой экономической системы и систем, с которыми она находится во взаимосвязи. При этом сила и направление взаимодействий, как между системами, так и между отдельными элементами самой системы, непрерывно меняются, приводя к изменению структуры самой системы и её количественных показателей развития. Именно в этом проявляется существенное отличие экономических систем от систем и объектов, изучаемых в разделе естественных наук. Выявление этой особенности и в отношении других систем привело к разделению теории систем на две составляющие — теорию жёстких систем, в которых взаимосвязи и основные характеристики остаются качественно неизменными (технические системы, физические системы), и теорию мягких систем, в которых взаимосвязи и основные характеристики претерпевают как количественные, так и качественные изменения.

Н. Д. Кондратьев, например, подчеркивал, что *«понятие конъюнктуры представляет собой видовое понятие по отношению к более общему, родовому понятию экономической динамики»*. Поэтому, рассматривая конъюнктуру, он определял три понятия: экономической статики, динамики и конъюнктуры.

*«По Н. Д. Кондратьеву, под статической понимается теория, которая рассматривает экономические явления по существу вне категории изменения во времени. При этом не следует упрощённо понимать сам процесс изменения во времени. Рассмотрение простого количественного изменения экономического явления во времени ещё не означает наличия динамической точки зрения. Для этого необходимо в качестве главного принципа **динамического подхода** отмечать непрерывное изменение во времени экономических показателей, факторов и взаимосвязей между ними, причём это изменение должно носить количественный и качественный характер» (Светуных, Литвинов, 2000).*

Н. Д. Кондратьев, стоявший на позициях динамического подхода, дал оригинальное определение конъюнктуры:

«Под экономической конъюнктурой каждого данного момента времени мы понимаем направление и степень изменения совокупности элементов народнохозяйственной жизни по сравнению с предшествующим моментом» (Кондратьев, 1989).

Это понятие конъюнктуры и предопределило метод исследования конъюнктуры, который использовался учёным и возглавляемым им институтом.

Лит.: 1) Кондратьев Н. Д. Проблемы экономической динамики. М.: Экономика, 1989; 2) Светуных С. Г., Литвинов А. А. Конкуренция и предпринимательские решения. Ульяновск: КТП, 2000.

ДИСКУССИЯ — разновидность публичного обсуждения какой-либо проблемы, целью которой является поиск решения этой проблемы.

В ходе проведения дискуссии ни один из её участников не ставит целью победить в дискуссии. Главная задача научной дискуссии заключается во всестороннем научно обоснованном обсуждении научной проблемы, сформулированной в теме дискуссии.

Проблема может формулироваться в терминах научной гипотезы или в терминах утверждения. И в том и в другом случае формулировка темы дискуссии требует обоснования, которое может быть абсолютным (то есть содержать убедительные основания для единственного варианта) или сравнительным (то есть содер-

жать систему аргументов в пользу одного или нескольких вариантов решения проблемы).

Обоснование научного высказывания должно базироваться на аргументах, которые могут быть эмпирическими или теоретическими. Эмпирические данные могут использоваться в ходе аргументации в качестве примеров, иллюстраций и образцов.

*«В классической экономической науке человек предстаёт перед нами как некий робот, наделённый разумом. Более того, у Маршалла отсутствует важнейший компонент исследования человека — полемика в отношении будущего. В конце концов после многолетней **дискуссии** концепция Маршалла была опровергнута его учеником Джоном Мейнардом Кейнсом в общеизвестной книге „Общая теория занятости, процента и денег“, изданной в 1936 г.» (Бернштейн, 2009).*

*«Суть этой проблемы наиболее доходчиво можно пояснить на фоне одной современной **дискуссии**. Нынешнее поколение экономистов видело не только мировую депрессию небывалой глубины и продолжительности, но и последующий период слабого, то и дело прерывающегося оживления. Я уже изложил свою интерпретацию этих явлений... и причины, в силу которых я не считаю, что они обозначают перелом в эволюции капитализма. Однако вполне естественно, что многие, если не большинство моих коллег, придерживаются другой точки зрения» (Шумпетер, 1995).*

Лит.: 1) Бернштейн П. Фундаментальные идеи финансового мира: эволюция. М.: Альпина Бизнес Букс, 2009; 2) Шумпетер Й. А. Капитализм, социализм и демократия. М.: Экономика, 1995.

ДИХОТОМИЯ (греч. «деление на два») — вспомогательный приём при проведении классификации, при котором понятия делятся на два контрадикторных (противоречащих). Например, предприниматель — преуспевающий и не преуспевающий, город — большой и небольшой.

Дихотомическое деление представляет собой довольно простую и очевидную операцию, однако существенным недостатком является неопределённость второго члена деления (отрицательного), которая к тому же увеличивается при каждом последующем делении.

Этот приём может быть эффективен в том случае, когда совокупность изучаемых явлений находится только в двух состояниях,

контрадикторных друг другу. Иначе говоря, если понятию A противопоставляется другое понятие — $неA$, то такая дихотомия эффективна в том случае, если понятие $неA$ такое же полное, как и понятие A .

*«Среди всех возможных задач социально-экономического прогнозирования существенную часть занимают задачи прогнозирования динамики, задачи, методы решения которых опираются на обработку временных рядов. Временной ряд может формироваться в разных условиях, которые определяют его характеристики и свойства. В наиболее общем случае он может отражать два типа процессов — **обратимые и необратимые.***

Обратимые процессы представляют собой такой тип развития объекта, который характеризуется постоянством качественных характеристик при изменении его количественных показателей как результат реакции на изменение внешних условий. Если внешние условия остаются стабильными, изменение количественных характеристик обратимого процесса определяется только действием случайных факторов ε . Из этого понимания обратимого процесса следует, что если в ходе его развития внешние условия x_t станут такими же, как прежде ($x_t = x_0$), то количественные характеристики процесса y_t вернутся к прежним величинам ($y_t = y_0$), искажаемым разве что влиянием случайных факторов $y_0 + \varepsilon$.

В отличие от обратимого **необратимый** процесс происходит в условиях, когда претерпевают изменения его количественные и качественные характеристики. Под качественными изменениями в процессе следует понимать изменение его структуры, состава элементов, силы и направления взаимосвязи между ними. Тогда под необратимым процессом будем понимать такой тип развития объекта, который характеризуется изменением во времени его количественных характеристик, а также структуры элементов, степени и направления взаимосвязей между ними. Это означает, что, если внешние условия протекания процесса остаются стабильными, в нем все равно продолжают происходить изменения, вызванные внутренними факторами и силами, постепенно меняющими структуру процесса. Процесс претерпевает во времени необратимые изменения, поэтому если в ходе его развития внешние условия x_t станут такими же, как прежде ($x_t = x_0$), то количественные характеристики процесса y_t будут существенно отличаться от прежней величины ($y_t \neq y_0$) (Светуных И. С., Светуных С. Г., 2022).

Лит.: Светуньков И. С., Светуньков С. Г. Методы и модели социально-экономического прогнозирования: 2 т. Т. I. Теория и методология прогнозирования М.: Юрайт, 2022.

ДОКАЗАТЕЛЬСТВО — процедура обоснования истинности некоторого утверждения путём приведения тех утверждений, истинность которых уже установлена.

По способу проведения доказательства делятся на два вида: прямые доказательства и косвенные доказательства.

Задача прямого доказательства заключается в эмпирическом доказательстве (например, с помощью результатов наблюдения, экспериментов, демонстрации и т. д.) или в нахождении таких аргументов, из которых со всей очевидностью вытекает доказываемое положение.

Задача косвенного доказательства — вскрыть ошибочность антитезиса.

Наибольшей убедительной силой доказательства обладает дедукция. Индуктивные доказательства обладают меньшей доказательной силой.

Среди наиболее часто используемых в научной практике методов доказательства встречаются методы, использующие законы логики — закон исключения третьего, закон снятия двойного отрицания и т. п., широко используются методы доказательства от противного и доказательства разбором случаев. Доказательство не обладает абсолютной строгостью, оно является опосредованной формой убеждения.

ЗАКОН — объективно существующая, необходимая, повторяющаяся и устойчивая связь явлений, обуславливающая их упорядоченное изменение.

Не проявляясь в чистом виде, законы всегда находятся во взаимосвязи друг с другом. Законы действуют как законы-тенденции, они модифицируются конкретно-историческими обстоятельствами. Кроме того, действие того или иного закона неизбежно видоизменяется сопутствующим действием других законов.

В зависимости от оснований законы можно классифицировать следующим образом.

По формам движения материи законы бывают механическими, физическими, химическими, биологическими, социальными.

По основным средствам действительности можно выделить законы природы, законы общества, законы мышления.

По широте охвата своего действия законы подразделяются на всеобщие, общие, частные.

В зависимости от механизма детерминации законы могут быть динамическими или статистическими, причинными или не причинными.

По глубине фундаментальности законы могут быть теоретическими и эмпирическими. Теоретические законы подразделяются на общие принципы, отображающие необходимые причинные связи и выступающие в дифференциальной форме (описывающие мгновенные характеристики объекта), и следствия, конструктивно выводимые из принципов, принимающие интегральный вид (относящиеся к процессу в целом). Эмпирические законы выражают постоянство (инвариантность) существенных свойств, отношений и тенденций развития материальных объектов и служат логической основой объяснения происходящих и предвидения будущих явлений.

*«...Нет ни одного **закона**, о котором мы могли бы с уверенностью сказать, что в прошлом он был бы верен с той же степенью приближения, что и сейчас. <...> Своим разжалованием всякий **закон** обязан воцарению нового **закона**, и, таким образом, не может наступить междоцарствие» (Пуанкаре, 1983).*

*«Предположим, что перед нами две колонки цифр, выражающих количество предметов, потребляемых в соответствии с их продажной ценой, начиная от нуля, где наблюдается наибольшее потребление, до самой высокой цены, которая приводит к исчезновению потребления. Это соотношение неизвестно ни для одного предмета, можно даже сказать, что оно никогда не будет известно, так как оно зависит от столь изменчивой воли человека. Сегодня оно уже не то, что было вчера. Следовательно, бесполезно пытаться его точно определить опытным путём, наощупь. Однако существуют общие **законы**, которым это соотношение, при всей своей изменчивости, постоянно подчиняется, а эти общие **законы** вытекают, в свою очередь, из общих неизменных принципов. Один из этих **законов** состоит в том, что потребление возрастает с уменьшением цены, другой **закон** гласит, что чем меньше цена, тем выше потребление» (Дююю, 1993).*

*«Все теории паритетов являются производными от **закона** единой цены, по которому цены (доходы) финансовых активов с одинаковым риском, скорректированные на валютный пересчёт, с учётом операционных издержек выравниваются на всех мировых рынках. Механизмом выравнивания выступает международный арбитраж» (Международный менеджмент, 2000).*

*«Роль **закона** стоимости в социалистической экономике всё ещё недооценивается. Правда, в настоящее время советские экономисты (за некоторыми исключениями) признают действие **закона** стоимости в социалистической экономике. Но остаётся неясным и спорным вопрос, как действует этот **закон**. Предполагается, что **закон** стоимости в каких-то отношениях ограничивается планом. На первый взгляд, это согласуется с фактами... Но правильно ли трактовать их как ограничение **закона** стоимости? Одно из двух. Если **закон** стоимости действует в социалистической экономике, то его нельзя ограничить. Если же он не действует, то его не нужно ограничивать. Сама идея, что объективный **закон** может быть ограничен в своём действии субъективными факторами, внутренне противоречива. План так же не может ограничить **закон** стоимости, как он не может ограничить **закон** тяготения или равенство квадрата гипотенузы сумме квадратов катетов. И если плановые цены могут не соответствовать **закону** стоимости, то это не означает, что план может ограничить действие **закона** стоимости. Несоответствие плановых цен **закону** стоимости вызывает отрицательные экономические последствия» (Новожилов, 1972).*

Лит.: 1) Пуанкаре А. О науке. М.: Наука, 1983; 2) Дюпюи Ж. О мере полезности гражданских сооружений // Теория потребительского поведения и спроса. СПб.: Экономическая школа, 1993; 3) Международный менеджмент. СПб.: Питер, 2000; 4) Новожилов В. В. Проблемы измерения затрат и результатов при оптимальном планировании. М.: Наука, 1972.

ЗАКОНОМЕРНОСТЬ — устойчивые, повторяющиеся отношения (связи) между явлениями.

Действие закономерностей проявляется в виде тенденций, определяющих основную линию развития общества. Закономерностям присущ объективный характер.

Существуют динамические (жёсткие) и статистические (вероятностные) закономерности. Для первых характерно то, что при данных условиях явление обязательно возникает. Статистическая

закономерность свидетельствует о некоторой вероятности возникновения явления. Степень вероятности возрастает при увеличении количества событий. В большинстве эмпирических наук, где новые знания получают за счёт взаимодействия с объектом исследования, закономерности носят статистический характер.

В современной экономической науке стараются использовать понятие закона, а не закономерности. А вот в советской экономической науке всё было наоборот: много говорилось об экономических закономерностях и мало что — об экономических законах.

Вот пример довольно редкого сегодня использования понятия «закономерность»:

*«Отрасль экономической науки, занимающаяся исследованием **закономерностей** поведения потребителя (домашнего хозяйства), сравнительно молодая. Если заглянуть в первый том „Капитала“ К. Маркса, книги, которую можно считать экономической энциклопедией середины XIX в., то мы обнаружим буквально несколько фраз, посвящённых „потребительской стоимости товара“... до тех пор считалось, что поведение потребителя хаотично, индивидуально и потому не может быть обобщено в форме какой-либо строгой **закономерности**» (Богатырёва, 2019).*

Лит.: Богатырёва М. В. Основы экономики. М.: Юрайт, 2019.

ИДЕАЛИЗАЦИЯ — метод научного исследования, при котором мысленно образуются абстрактные объекты, с предельным отвлечением от реальных свойств и признаков, с одновременным рассмотрением идеализированных объектов в предельных условиях и состояниях.

Идеализация — один из важнейших инструментов построения научной теории. Чаще всего идеализируемый объект не только предельно упрощают, но и наделяют его свойствами, которые исследуемому объекту не присущи. Примерами таких идеальных объектов в естественных науках являются «материальная точка», «прямая линия», «идеальный газ», «абсолютно чёрное тело» и т. п. Каждый из них наделён свойством, который не присущ исследуемому объекту. Например, идеальный газ может быть сжат до нуля, что в реальности быть не может. Но именно такое предположение и идеализация позволила сформулировать известный закон Бойля — Мариотта.

В результате использования этого научного метода каждый из идеальных объектов выступает в качестве сильно упрощённой модели, изучая свойства которой по аналогии делают вывод о свойствах исходного объекта. Это один из вариантов использования общенаучного принципа «от простого к сложному».

*«В экономической теории используется такое понятие, как „рынок совершенной конкуренции“. Это **идеализированная** модель рынка. Вот его отличительные черты: 1) наличие большого числа экономических агентов, продавцов и покупателей; 2) однородность продаваемой продукции; 3) ни один из продавцов или покупателей не в состоянии повлиять на рыночную цену; 4) свободный вход на рынок и выход из него; 5) максимальная информированность продавцов и покупателей о товарах и ценах, то есть полное знание о настоящих и будущих условиях рынка; 6) бесконечная делимость ресурсов и дифференциация производимой продукции» (Светуньков, Литвинов, 2000).*

Очевидно, что на практике такие условия не встречаются и свойства рынка совершенной конкуренции представляют собой свойства идеализированной модели.

*«Понятие „совершенной конкуренции“ может подразумевать, например, отсутствие явлений трения в смысле **идеальной** текучести или мобильности факторов, так что приспособление к меняющимся условиям, которое практически всегда требует времени, в теории совершается мгновенно. Оно может подразумевать совершенное знание будущего и вытекающее отсюда отсутствие неуверенности. Оно может включать и такие добавочные „совершенства“, какие отдельный теоретик может считать удобным и полезным внести в него для решения занимающей его задачи» (Чемберлин, 1996).*

*«Поэтому наиболее полно удовлетворить свои потребности индивид способен только в условиях хозяйственной свободы, которая присуща рыночно-капиталистической экономике. Её **идеализация** характерна для всего неолиберального направления в целом» (Основы экономической теории, 2018).*

Лит.: 1) Светуньков С. Г., Литвинов А. А. Конкуренция и предпринимательские решения. Ульяновск: КТП, 2000; 2) Чемберлин Э. Теория монополистической конкуренции. Реориентация теории стоимости. М.: Экономика, 1996; 3) Основы экономической теории. М.: Юрайт, 2018.

ИДЕНТИФИКАЦИЯ — процесс отождествления некоторой модели объекту.

Этот процесс принимает самые различные формы в зависимости от типа используемой модели и характера модели. В экономико-математическом моделировании одним из наиболее часто используемых способов идентификации выступает верификация модели.

*«Все альтернативы сотрудничества должны быть чётко определены и разложены на внутренние составляющие — компоненты и параметры... Можно выделить следующие компоненты... **идентификация партнёра**: компетенция предприятия партнёра выступает как центральная переменная в процессе выбора; должны быть перепроверены все слабые и сильные стороны партнёра... <...> Каждая компонента состоит из нескольких параметров. <...> Параметры компоненты „**идентификация партнёра**“ затрагивают вопросы особенностей потенциального партнёра, которого можно описать с помощью множества параметров. Участники предполагаемого МСА должны иметь совместимость, взаимодополняемость и приверженность ранее принятым обязательствам.*

Совместимость партнёров является основой любого альянса. Она должна быть проверена по таким факторам, как сходство оперативных стратегий, корпоративных философий, политики в области персонала, организационной и управленческой структур, политики по отношению к внешней среде. Совместимость может быть хорошей, удовлетворительной и плохой.

Взаимодополняемость — жизненно важный фактор деятельности альянса, поскольку каждый партнёр должен содействовать совместной деятельности дополняющими ресурсами. Обычно партнёры превосходят друг друга в различных, но связанных между собой технологиях, знаниях, опыте. Взаимодополняемость может быть хорошей, удовлетворительной и плохой.

Приверженность ранее принятым на себя обязательствам — важный элемент, поддерживающий организацию в трудные для неё времена. Приверженность может быть хорошей, удовлетворительной и плохой» (Международный менеджмент, 2000).

*«**Идентификация** рисков не будет эффективной, если она не проводится регулярно на протяжении всего периода реализации проекта. **Идентификация** рисков должна привлекать как можно больше*

участников: менеджеров проекта, заказчиков, пользователей, независимых специалистов» (Преображенская, 2011)

Лит.: 1) Международный менеджмент. СПб.: Питер, 2000; 2) Преображенская Т. В. Информационный менеджмент. Новосибирск: НГТУ, 2011.

ИДЕОЛОГИЯ НАУЧНАЯ — система концептуально сформированных идей, разделяемых группой учёных, отражающая их научное мировоззрение и подходы к решению научных проблем.

Большевики, а затем и коммунисты вносили в понятие «научная идеология» исключительно политическое содержание:

«Идеологии могут быть донаучными, научными и псевдонаучными — в зависимости от качества философской теории, лежащей в их основе. Последовательно научной является идеология пролетариата, рабочего класса, совокупного рабочего класса как современного пролетариата, поскольку в её основе лежит марксизм как наука об общественном развитии человечества».

Не разделяя «вселенский» размах марксистов в определении того, что представляет собой научная идеология, укажем на то, что любая научная идеология базируется не на чутье пролетариата, который понятия не имеет о науке, а на сформировавшейся среди учёных системе научных взглядов и идей. Исаак Ньютон был далёк от пролетариата, но ни один пролетарий при этом не осмелится заявить, что научная идеология Ньютона ненаучна. Конечно же, научная идеология базируется на различных мировоззрениях, которые могут в корне отличаться друг от друга. Научность идеологии подтверждается не принадлежностью к рабочему классу, а практикой.

«...Физическая интерпретация не является просто докладом, она составляет часть науки. Если её сила сохраняется, так это потому, что её идеи как минимум не противоречат фактам. Точно так же, как политический режим нуждается в поддержке населения, научная идеология может жить только до тех пор, пока опыт не опровергнет её. Надо различать идеологический и научный аспекты... Если Бор и его друзья довольствовались формулировкой на прагматическом языке связной совокупности эвристических правил, сводам которых мы должны подчиняться и которые ещё остаются в силе, то все его охотно принимают в ожидании ответа на вопросы, ускользающие от

вероятностной интерпретации. Разногласия начались с идеологии, то есть с её запретов» (Бройль, 2010).

Лит.: Бройль Л. Избранные научные труды. Т. 1. Становление квантовой физики: работы 1921–1934 годов. М.: Логос, 2010.

ИДЕЯ — одна из высших категорий познавательной деятельности, а потому слабо определяемая.

Первоначально в древнегреческой философии под идеями понималась воспринимаемая человеком суть вещей. Демокрит, утверждая, что весь мир состоит из атомов, именно их и называл идеями. Идеи составляют мир, из идей формируются окружающие человека вещи. Идеи — не ощущаемые в опыте неизменные сущности вещей. Вещи состоят из идей, разный набор идей приводит к изменчивости вещей.

В Средние века понятие «идея» претерпело изменение. Под идеей уже стали понимать результат мыслительной деятельности человека, и к началу XX в. сложилось общее мнение о том, что идея — результат постижения человеком объективной реальности.

Таким образом, **научная идея** представляет собой результат осмысления новых явлений, базирующийся на научном знании и получаемый с помощью методов научного вывода. Идея является результатом обобщения имеющегося научного знания, она систематизирует это знание, придаёт ему цельность.

*«...Основная **идея** обычных типов организации управления сводится к тому, что каждый отдельный рабочий является более искусным в своей профессии, чем это возможно для любого агента администрации, и что поэтому детали надлежащего производства работы должны быть целиком предоставлены ему. Поэтому **идея** отбора одного рабочего за другим и приучения его под руководством компетентного учителя к новым навыкам работы до тех пор, пока он постоянно и привычно не станет работать в соответствии с научными законами, выработанными не им, а кем-то иным, — эта **идея** прямо противоречит старому воззрению о том, что каждый рабочий лучше всего может сам регулировать свою манеру работать» (Тейлор, 1991).*

*«Конкурентный процесс полностью зависит от свободы тех, кто располагает лучшими **идеями** или горит сильным желанием услужить рынку, предлагая лучшие возможности. Любое произвольное препят-*

стве на пути к рынку является ограничением конкурентности рыночного процесса» (Кирцнер, 2001).

*«В технологически отсталых странах, где преобладает примитивное сельскохозяйственное производство, **идея** равного распределения собственности живёт и поныне. Люди обычно называют это аграрным социализмом, хотя такое название не совсем удачно, поскольку система эта не имеет ничего общего с социализмом... **Идея** синдикализма представляет собой попытку приспособить идеал равного распределения собственности к обстоятельствам современной крупномасштабной промышленности. Синдикализм стремится ввернуть владение средствами производства не индивидам и не обществу, а рабочим, занятым в конкретной отрасли промышленности или области производства (Мизес, 1994).*

Лит.: 1) Тейлор Ф. У. Принципы научного менеджмента. М.: Контроллинг; Изд-во стандартов, 1991; 2) Кирцнер И. Конкуренция и предпринимательство. М.: Юнити-Дана, 2001; 3) Мизес Л. Либерализм в классической традиции. М.: Начала-Пресс, 1994.

ИЕРАРХИЯ — совокупность упорядоченных элементов системы, расположенных в порядке подчинения и перехода от низшего к высшему элементу.

Один из типов структуры системы, отражающий некоторую пирамиду подчинённости уровней подмножеств структурных элементов. В сложных иерархических системах экономики важнейшим является вопрос о делегировании полномочий по принятию хозяйственных решений и согласованию действий подмножеств структурных элементов по достижению поставленной цели. Подобные задачи решаются с помощью методов декомпозиции, при планировании — с помощью методов блочного программирования.

«Проведение гибридной стратегии ведёт к созданию МСА, успешный менеджмент которых предполагает управление взаимодействием между сотрудничеством и конкуренцией посредством установления приоритета основных стратегических целей партнеров: максимизация доходов, рост знаний, сохранение гибкости, защита основных компетенций...

*Каждому виду МСА соответствует определённая **иерархия** целей, специфика организаций-партнёров и предполагаемое соотношение*

сотрудничества и конкуренции в их гибридной стратегии. Иерархия целей и особенности организаций-партнёров во многом определяют характер совместной деятельности, конкурентный аспект и аспект сотрудничества их взаимоотношений» (Международный менеджмент, 2000).

«Собственники корпорации избирают директоров, основная функция которых — выбирать служащих, которые должны фактически заниматься бизнесом компании. Однако и сами директора реально руководят общей стратегией корпорации. Далее, в случае крупного предприятия, управленцы, которых назначают директора, осуществляют лишь общий надзор над деловой политикой, а главная их функция, в свою очередь, — отбор подчинённых, призванных принимать большую часть текущих решений по контролю над фирмой. И конечно же, процесс не останавливается и на этом этапе; иерархическая лестница функционеров, основные обязанности которых заключаются в выборе подчинённых, может состоять из большого числа ступеней» (Найт, 2003).

Лит.: 1) Международный менеджмент. СПб.: Питер, 2000; 2) Найт Ф. Риск, неопределённость и прибыль. М.: Дело, 2003.

ИНВАРИАНТНОСТЬ — свойство объектов оставаться неизменными, сохраняться при определённых преобразованиях координат и времени.

Это свойство в экономике присуще, например, устойчивым рынкам или объектам с высокой степенью инерционности в краткосрочной динамике, отдельным потребностям в экономиках со стабильной динамикой развития. Так как экономическим системам присущ сложный эволюционный характер развития, инвариантность является временным, переходящим свойством.

*«Р. Лукас в работе „Качество экономической политики: критика“ показал, что существование **инвариантной** к экономической политике динамической системы не согласуется с динамической экономической теорией. Следствием этого результата стало понимание невозможности неоклассического синтеза. Использование динамической экономической теории для анализа экономической политики требует, чтобы динамическая система, описывающая эволюцию национальных счетов, была эндогенным элементом, а не **инвариантным***

к политике элементом, который может быть найден эмпирически» (Тейлор, Улиг, 2019).

Лит.: Тейлор Дж. Б., Улиг Х. Справочное руководство по макроэкономике. К. 4. Модели экономического роста и краткосрочных колебаний. М.: Дело, 2019.

ИНДУКЦИЯ — метод познания, при котором на основе учёта всех частных посылок, констатирующих наличие некоторого признака отдельных предметов определённого класса, делается обобщающий вывод о наличии данного признака у всех предметов данного класса.

Индукция — это метод поиска общего через рассмотрение ряда единичных или частных положений.

В виде схемы *структура индуктивного умозаключения* имеет такой вид:

S_1 есть P ,

S_2 есть P ,

S_3 есть P .

S_1, S_2, S_3 составляют часть предметной области S .

Все S есть P .

Индуктивное умозаключение расширяет объём знаний субъекта, совершающего умозаключение. Это переход от знаний меньшей степени общности к большей степени общности, когда из единичных или частных суждений выводятся общие суждения.

Научные основания индукции как метода познания были разработаны Ф. Бэконом (1561–1626), а затем Дж. Ст. Миллем (1806–1873).

В индукции, как и в дедуктивных умозаключениях, выделяют посылки и заключение (вывод), но посылки не подразделяются на меньшую и большую (все посылки индуктивных рассуждений равнозначны), а могут быть подразделены на первую, вторую и т. д. Количество посылок не ограничивается.

Полная эмпирическая индукция возможна лишь в случае конечного счётного множества объектов в её предметной области. Она используется в научных исследованиях редко.

Индуктивный метод проявляется в двух основных формах: индукции посредством перечисления (эnumerативной индукции) и индукции посредством исключения (элиминативной индукции).

Соответственно, выделяют четыре основных метода индуктивного вывода: единственного сходства, единственного различия, сопутствующих изменений, а также объединённый метод сходства-различия.

С помощью индукции в научном исследовании выявляются не только сходные факты, но и факты отличающиеся, но при этом подтверждающие гипотезу и отражающие существенные, закономерные связи между исследуемыми свойствами предметов и явлений.

*«Об истинности **индуктивного** умозаключения никогда нельзя говорить с достоверностью... Даже если посылки предполагаются истинными и вывод является правильным **индуктивным** умозаключением, результат может оказаться ложным. Самое большее, что мы можем сказать, — это то, что по отношению к данным посылкам заключение имеет некоторую степень вероятности... Мы знаем, что единичное утверждение факта, полученное путём наблюдения, никогда не является абсолютно достоверным, потому что мы можем сделать ошибки в наших наблюдениях. Но по отношению к законам существует ещё большая неопределённость. Любой закон, относящийся к миру, устанавливает, что в любом частном случае, в любом месте и в любое время если одна вещь истинна, то другая вещь также истинна. Ясно, что здесь речь идёт о бесконечном числе возможных случаев... И если существует бесконечное число наблюдений, как бы велико оно ни было, это не может сделать „универсальный“ закон достоверным... даже наилучшим образом обоснованные законы физики опираются на конечное число наблюдений. Всегда возможно, что завтра может быть обнаружен противоречащий случай» (Карнап, 1971).*

Примеры индуктивного вывода в трудах учёных-экономистов:

«Мне кажется, что в некоторых округах Франции рабочие вряд ли могут обходиться без стакана вина. Точно так же в Лондоне они не обходятся без кружки пива; там этот напиток составляет предмет такой настоящей необходимости, что нищие выпрашивают милостыню на кружку пива точно так же, как во Франции — на кусок хлеба... Стало быть, мера того, что нужно для проживания, зависит часто от самих жителей страны, где трудится рабочий» (Сэй, 2000).

«...Мы должны стараться изготовить как можно больше своих собственных товаров, будь то естественные или искусственные... Железная руда в рудниках не многого стоит по сравнению с пользой и работой, которые она даёт, когда она вырыта, перевезена, куплена, продана,

отлита в артиллерийские орудия, мушкетеры и многие другие военные орудия для нападения и защиты, выкована в якоря, болты, клинья, гвозди и т. п., употребляемые для судов, домов, телег, карет, плугов и других орудий для обработки земли. Сравните нашу сырую шерсть с нашим сукном, для получения которого требуется стрижка, мытьё, чесание, прядение, тканье, валяние, окраска и прочая отделка, и вы найдёте, что эти ремёсла более выгодны, чем естественные богатства. Я мог бы привести ещё другие примеры, но я не буду скучен, потому что если я буду останавливаться на этом и других ранее упомянутых моментах слишком долго, то материала окажется достаточно на то, чтобы написать толстую книгу» (Мун, 1664)

Лит.: 1) Карнап Р. Философские основания физики. М.: Прогресс, 1971; 2) Сэй Ж.-Б. Трактат по политической экономии. М.: Дело, 2000; 3) Mun T. England's treasure by forraign trade, or, The ballance of our forraign trade is the rule of our treasure written by Thomas Mun; and now published for the common good by his son John Mun. Mun, Thomas, 1571–1641, Mun, John. London: Printed by J. G. for Thomas Clark, 1664.

ИНЕРЦИОННОСТЬ — свойство объекта, претерпевая количественные изменения под воздействием внешних факторов, незначительно и постепенно изменять при этом свою структуру, направление и степень взаимосвязи между элементами системы.

Именно присущая экономическим объектам инерционность позволяет прогнозировать основные характеристики их изменения, осуществлять целеполагания, принимать стратегические решения.

*«Для успешного применения скользящих средних на практике необходимо в первую очередь решить вопрос о периоде усреднения N . Действительно, если для любых стационарных процессов относительно периода наблюдений действует главное правило — чем больше, тем лучше, то в данном случае необходимо искать другие подходы. Очевидно, что период усреднения напрямую зависит от того периода наблюдений, когда данные пусть и весьма условно, но могут всё же считаться более или менее стационарными. Этот период, безусловно, определяется **инерционностью процесса**. К сожалению, общепризнанной методики определения **инерционности процесса** пока мировая наука не дала. Поэтому ответ на поставленный вопрос может быть только таким — для определения оптимального значения N следует или использовать экспертные оценки, или осуществить целенаправленный перебор различных величин периода усреднения и выбрать наилучшую*

из них по одному из критериев отбора (минимум дисперсии, минимум ошибки ретропрогноза и т. п.)» (Светуньков, 1993).

«...**Инерционность** в социально-экономических процессах проявляется двояким образом: как **инерционность** взаимосвязей, то есть сохранение в основных чертах механизма формирования явлений, и как **инерционность** в развитии отдельных сторон процессов — темпов, направления, колеблемости основных количественных характеристик. Степень инерционности зависит от уровня управления. В экономической системе чем ниже уровень в иерархии, тем менее инерционны характеристики объекта» (Антохонова, 2017).

«Главной особенностью планировочной системы, определяющей необходимость её выделения в качестве самостоятельного системного объекта, является её большая **инерционность**, следовательно, большой временной горизонт» (Перцик, 2020).

Лит.: 1) Светуньков С. Г. Эконометрические методы прогнозирования спроса. М.: МГУ, 1993; 2) Антохонова И. В. Методы прогнозирования социально-экономических процессов. М.: Юрайт, 2017; 3) Перцик Е. Н. Территориальное планирование. М.: Юрайт, 2020.

ИНТЕГРАЦИЯ — процесс, обеспечивающий взаимодействие и объединение различных организационных единиц в единое целое для достижения заданных целей.

«Когда происходит горизонтальная **интеграция** (при N фиксированном), **интегрированные** предприятия интернализуют отрицательные экстерналии, оказываемые ими друг на друга при конкуренции в объёмах выпуска. При отсутствии синергетического эффекта снижения издержек (то есть при $\lambda = 1$) эта интернализация вынуждает каждое **интегрированное** предприятие сокращать объём производства» (Лещёва, 2014).

«При создании объединённой производственной системы обычно присутствует эффект **интеграции**, делающий объединение различных подразделений в единую систему взаимовыгодным и экономически эффективным» (Панасюк, 2013).

Лит.: 1) Лещёва М. Г. Использование инструментального аппарата моделирования для интегрированных формирований // Экономический анализ: теория и практика. 2014. № 15 (366); 2) Панасюк Я. М. Оценка эффективности интеграции компаний на российском рынке // Вопросы экономики. 2013. № 24 (162).

ИНТЕРПРЕТАЦИЯ — толкование какого-либо явления (события, процесса, понятия и т. п.) с позиций научной теории.

*«Чтобы создать фон для обсуждения смысла неопределённости и причинно-следственных отношений, с нею связанных, мы начнём с краткого обзора ранее предлагавшихся теорий прибыли. Бросив беглый взгляд на историю трактовки данного предмета вплоть до последних нескольких десятилетий, мы ощущаем необходимость подробнее остановиться на недавно возникшей полемике в связи с **интерпретацией** прибыли в терминах риска. В этом обсуждении проявится решающий характер различий между измеримым риском и неизмеримой неопределённостью» (Найт, 2003).*

*«Неправильно представлять отношение либерализма к государству так, будто он желает ограничить сферу возможной деятельности последнего или ненавидит в принципе любую деятельность государства в области экономики. Такая **интерпретация** вообще вне существа дела. Позиция, которую либерализм занимает в отношении функций государства, является следствием защиты им частной собственности на средства производства» (Мизес, 1994).*

*«Экономическая наука основана на наблюдении и **интерпретации**, и применительно к проблемам, которые мы здесь обсуждаем, разница точек зрения может уменьшиться, но уж никак не исчезнуть» (Шумпетер, 1995).*

Лит.: 1) Найт Ф. Риск, неопределённость и прибыль. М.: Дело, 2003; 2) Мизес Л. Либерализм в классической традиции. М.: Начала-Пресс, 1994; 3) Шумпетер Й. А. Капитализм, социализм и демократия. М.: Экономика, 1995.

ИНТУИЦИЯ (от лат. «пристальное всматривание») — прямое внелогическое синтезирующее усмотрение истины не только при установлении аксиоматического базиса, но и при формулировке основных определений, понятий, используемых в теории.

Интуитивная аргументация представляет собой ссылку на непосредственную, интуитивную очевидность выдвигаемого положения. Основой интуиции является взаимодействие наглядных образов и абстрактных понятий, проявляющееся особым образом на уровне подсознания. Внезапность и неожиданность появления интуитивной догадки объясняется психологами скачкообразными переходами от ассоциативных образов к логическим понятиям.

Различают концептуальную (переход от образов к понятиям) и эйдетическую (образную) интуиции.

Способность интуитивного озарения возникает в результате целенаправленной деятельности человека. Любая интуитивная догадка требует тщательной проверки. В экономике интуитивная аргументация применяется только в том случае, когда нет возможности использования эмпирических методов обоснования.

Чаще всего это происходит в ситуации малоформализуемых задач или в ситуации, когда необходимо быстрое принятие решения. Интуиция является просто плодом хорошего знания темы. Кроме того, реально исследователь работает не в одной, а в нескольких научных программах, точки пересечения которых представляют пункты кристаллизации нового знания. Интуиция является непосредственным знанием только в том отношении, что в момент выражения нового положения оно не следует с логической необходимостью из существующего чувственного опыта и теоретических построений.

*«Нельзя недооценивать необходимой роли воображения и **интуиции** в научном исследовании. Разрывая с помощью иррациональных скачков... жёсткий круг, в который нас заключает дедуктивное рассуждение, индукция, основанная на воображении и **интуиции**, позволяет осуществить великие завоевания мысли, она лежит в основе всех истинных достижений науки... Таким образом (поразительное противоречие!), человеческая наука, по существу рациональная в своих основах и по своим методам, может осуществлять свои наиболее замечательные завоевания лишь путём опасных внезапных скачков ума, когда проявляются способности, освобождённые от тяжёлых оков строгого рассуждения, которые называют воображением, **интуицией**, остроумием» (Бройль, 2010).*

*«...Научная творческая мысль выходит за пределы логики (включая в логику и диалектику в разных её пониманиях). Личность опирается в своих научных достижениях на явления, логикой (как бы расширенно мы её ни понимали) не охватываемые. **Интуиция**, вдохновение — основа величайших научных открытий, в дальнейшем опирающихся и идущих строго логическим путём, — не вызываются ни наукой, ни логической мыслью, не связаны со словом и с понятием в своём генезисе» (Вернадский, 1997).*

*«**Интуиция** — прямое усмотрение истины, постижение её без всякого рассуждения и доказательства. **Интуитивная** аргументация пред-*

ставляет собой ссылку на непосредственную, **интуитивную** очевидность выдвигаемого положения. **Интуитивная** аргументация обладает слабой доказательной базой. Поэтому **интуитивные** методы в экономике применяются только в том случае, когда нет возможности использования эмпирических методов доказательства. Чаще всего это происходит в ситуации малоформализуемых задач или в ситуации, когда необходимо быстрое принятие решения. **Интуиция** является одной из составляющих элементов экспертных методов» (Светуньков, 2002).

«Разработка и производство нового товара требуют от предпринимателя принятия рискованных решений и привлечения для этого значительных средств, что доступно далеко не каждому из них. Кроме того, понять, что новый товар найдёт своих покупателей, очень не просто — этого товара ведь до сих пор никто не производил, и реакция на него потребителей неизвестна. Здесь нужна предпринимательская **интуиция** и хватка — сколько предстоит преодолеть барьеров на пути от появления предпринимательской идеи до получения прибыли от её практического использования!» (Пономарёв, Светуньков, 2015).

Лит.: 1) Бройль Л. Избранные научные труды. Т. 1. Становление квантовой физики: работы 1921–1934 годов. М.: Логос, 2010; 2) Вернадский В. И. О науке. Т. 1: Научное знание. Научное творчество. Научная мысль. Дубна: Феникс, 1997; 3) Светуньков С. Г. Методы маркетинговых исследований. СПб.: ЛКИ, 2003; 4) Пономарёв О. Б., Светуньков С. Г. Экономика и предпринимательство. СПб.: Левша, 2015.

ИНФОРМАЦИЯ — одно из свойств материи, определяемое через меру уменьшения неопределённости знания о свершении какого-либо события.

Информация является результатом понимания имеющихся данных.

«Едва ли нужно напоминать учёным, что **информация** является ценным ресурсом: знание — сила. Однако в граде, представляющем собой экономическую теорию, **информация** ютится в трущобах. По большей части её игнорируют: наилучшая технология считается уже известной; соотношение между товарами и предпочтениями покупателей предполагается заданным. А к одной из порождающих **информацию** областей — рекламе — относятся с той враждебностью, какую экономисты обычно приберегают для тарифов или монополистов» (Стиглер, 1995).

*«О качественном определении **информации**. Дать качественное (содержательное) определение — значит ответить на вопрос, что такое **информация**. Скажем сразу: такого качественного определения **информации**, которое удовлетворяло бы всех и было бы общепризнанным, пока не существует... Интересна трактовка отношения между управлением и **информацией**: управление рассматривается как процесс упорядочения отражения. С этой точки зрения, рассматривая человеческие знания как вид отражения с учётом выводов теории **информации**, можно было бы понимать под **информацией** положительное приращение знаний относительно отражаемого объекта у определённого наблюдателя в рамках определённой задачи» (Ясин, 1970).*

Лит.: 1) Стиглер Дж. Дж. Экономическая теория информации // Теория фирмы. СПб.: Экономическая школа, 1995; 2) Ясин Е. Г. Теория информации и экономические исследования. М.: Статистика, 1970.

ИСТИНА — адекватно верное отражение предмета, то есть адекватное воспроизведение в формах сознания форм объективной действительности.

Истина есть единство объективного и субъективного: она объективна в источнике по своему внешнему материальному содержанию, но субъективна по своему внутреннему содержанию, истина не существует помимо человека и человечества. Абсолютная истина, то есть полное и исчерпывающее знание о мире в целом, недостижима.

Развитие познания — это длительный непрекращающийся процесс движения относительных истин. Истина конкретна, так как обусловлена достигнутым уровнем практики и познания и связана с определёнными условиями нахождения объекта познания. Развитие науки не застраховано от заблуждений, ошибки — это диалектический способ поиска истины. Заблуждения могут вести к созданию проблемных ситуаций, способствовать нахождению правильного пути решения проблем, построению истинной теории и определению границ её применимости.

*«Научная **истина** никогда не должна восприниматься фанатично, любой учёный должен быть готов к тому, чтобы исправлять и дополнять свои любимые теории. В результате не существует абсолютной **истины**» (Бриллюэн, 1972).*

*«Принципы, которые в действительности применимы ко всей производственной жизни, занимают господствующее положение в элементарных трактатах, хотя эти последние ставят своей сознательной целью объяснение хозяйства организованных обществ. Эти трактаты никогда не подразделяли экономическую теорию предлагаемым здесь путём и никогда не излагали универсальных **истин** этой науки в самостоятельном отделе таким путём, чтобы подчеркнуть различие между этими **истинами** и теми фактами и законами, которые зависят от социальной организации. Однако то, что они проделали, излагая эти **истины**, сделало возможным рассмотрение социальных законов хозяйства без повторения в начале многих из более общих законов» (Кларк, 2000).*

*«Деньги в просторечии, как я уже заметил, часто означают богатство, и эта двусмысленность выражения сделала это распространённое представление столь привычным для нас, что даже те, кто убеждён в его нелепости, весьма склонны забывать свои собственные принципы и в ходе своих рассуждений принимать его как несомненную и неопровержимую **истину**» (Смит, 2007).*

*«...Это положение, будучи принятым, естественным образом вело бы к другому положению, воплощающему важную **истину**: если норму процента, кривую спроса на капитал и влияние нормы процента на готовность сберегать из определённого дохода считать заданными, то уровень дохода должен выступать как фактор, который уравнивает сберегаемую сумму с инвестируемой суммой» (Keyenes, 2008).*

Лит.: 1) Бриллюэн Л. Новый взгляд на теорию относительности. М.: Мир, 1972; 2) Кларк Дж. Б. Распределение богатства. М.: Гелиос АРВ, 2000; 3) Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов. М.: Эксмо, 2007; 4) Keyenes J. M. The general Theory of employment, interest and money. BN Publishing, 2008.

ИСТОРИЧЕСКИЙ МЕТОД — один из основных общенаучных методов, который заключается в последовательном изучении динамики развития анализируемой ситуации с момента её зарождения и до момента, рассматриваемого исследователем.

При этом выделяются наиболее важные, сущностные моменты этой динамики. Исторический метод позволяет выделить основные тенденции развития объекта; определить причинно-следственные связи изучаемой системы; выявить основные факторы, определяющие динамику процесса и влияющие на него; найти связь изучаемого объекта с другими объектами и т. п.

Впервые исторический метод был применён в германской экономической школе учёными В. Рошером, Б. Гильдебрандом и К. Книсом.

Примером эффективного использования исторического метода в маркетинге является изучение эволюции концепций маркетинга — от самой простой производственной концепции до современной концепции маркетинга взаимодействия. Исторический метод, применённый в данном случае, позволяет определить тенденции философии и инструментария маркетинга, наметить основные элементы становления новой концепции маркетинга и важнейшие направления совершенствования этой концепции, взаимосвязь между уровнем развития хозяйственной деятельности общества и маркетинговым инструментарием и т. п.

«Исторический метод, применённый в учебнике, позволяет определить основные тенденции развития предпринимательства и науки о нём, показать роль и место предпринимательства в современной рыночной экономике.

Понимание того, как усиливалась роль предпринимательской деятельности в экономике с развитием человечества, позволяет уяснить и то, какое отношение к предпринимательству должно иметь государство. Государственное регулирование предпринимательской деятельности — важнейшая государственная задача, к сожалению до сих пор не очень эффективно решаемая в современной России» (Ишутин, 2005).

Лит.: Ишутин Р. В., Светульников С. Г. Основы теории предпринимательства. М.: РАП, 2005.

КАТЕГОРИИ — наиболее общие и фундаментальные понятия, раскрывающие существенные свойства и качества, связи и отношения исследуемых предметов.

Поскольку к категориям относят наиболее общие понятия, то они являются слабо определяемыми.

Категориальный аппарат любой специальной науки выражает её основное содержание и непрерывно развивается в результате поступательного развития научных исследований и обогащения системы научных знаний. Представляя целостную динамическую систему, категории специальной науки неразрывно связаны между собой и выступают этапами познавательного процесса. Катего-

рия выступает формой логического мышления, в которой раскрываются внутренние, существенные стороны и отношения исследуемых предметов.

Экономические категории являются предельными понятиями в экономике. Рассмотрим представление о категории в теории спроса как результат сложного иерархического обобщения понятий. В теории спроса известно такое понятие, как «ажитаж». Оно является частным случаем понятия более высокого уровня, а именно понятия «поведение потребителя на рынке данного товара». Как известно, поведение потребителя на конкретном рынке является одной из форм проявления ещё более общего понятия «спрос на данный товар». Спрос на конкретный товар является частным случаем более общего понятия «спрос». Однако и понятие «спрос» всё ещё не может выступать в качестве финальной категории, поскольку есть ещё более общее понятие, включающее в себя понятие «спрос», — это понятие «потребность», так как потребность принимает форму спроса. Дальше обобщать в рамках теории спроса уже сложно, поэтому понятие «потребность» можно рассматривать как одну из фундаментальных категорий экономической теории спроса.

О том, что категория — это понятие, к сожалению, иногда учёные забывают, трактуя его в иной плоскости. Вот типичный пример этого:

*«Одной из основополагающих **категорий** классической теории запасов по праву считается модель EOQ, которую достаточно часто называют формулой Уилсона».*

В данном тексте мы специально выделили три разных понятия, которые автор цитируемого текста использует как синонимы, а именно: понятие «категория», понятие «модель» и понятие «формула». Если в отдельных случаях возможно использование понятий «модель» и «формула» в качестве синонимов, так как формула может выступать в качестве математической модели, то ни формула, ни модель не могут ни в коем случае выступать в качестве категории — фундаментального и наиболее общего понятия.

Имеется ещё одно толкование понятия «категория» — как обозначения одного из разрядов однородной группы объектов.

*«Деньги... наделяются высшей **категорией** качества, поэтому остальные ценные бумаги продаются со скидкой по отношению к ним...*

*Краткосрочные векселя образуют следующую **категирию**; это не вполне совершенные деньги, но всё-таки близкий заменитель денег...*

*Долгосрочные ценные бумаги образуют ещё более низкую **категирию** ценных бумаг, ценятся меньше и, если судить по тому, как колеблется их стоимость, являются, очевидно, гораздо менее совершенным заменителем денег» (Хикс, 1993).*

*«Разделив общество на **категории** по их доходам и наложив один слой на другой, начиная с беднейших, мы получим предмет, напоминающий по своей форме пирамиду из пушечных ядер, какую можно видеть в артиллерийских парках, где чем ниже слой, тем больше ядер он содержит. Таким образом, чем ниже падает цена на какой-либо предмет, тем больше покупателей он приобретает, не считая того, что прежние потребители потребляют эти предметы в больших количествах, как мы это уже не раз объясняли» (Дююи, 1993).*

Лит.: 1) Хикс Дж. Р. Стоимость и капитал. М.: Прогресс, 1993; 2) Дююи Ж. О мере полезности гражданских сооружений // Теория потребительского поведения и спроса. СПб.: Экономическая школа, 1993.

КЛАССИФИКАЦИЯ — система последовательных делений, произведённых посредством расчленения на классы по какому-либо признаку с определённой целью в процессе познания.

Для проведения классификации необходимо правильно найти основание системы деления. Признак или совокупность признаков, по которым объекты объединяются в классы, являются основаниями классификации. Класс — это совокупность объектов, обладающих некоторыми признаками общности.

Классификация является более сложной разновидностью типологизации, чем группировка. Классификация отличается относительно устойчивым характером, инвариантностью своих основ, методологической значимостью для теории и практики.

Помимо правильного нахождения одного основания к классификации предъявляются требования соответствия объёма элементов классифицируемой совокупности объёму элементов всех образованных классов.

Кроме того, члены классификации (образованные классы) должны взаимно исключать друг друга, то есть должны быть непересекающимися. В многоступенчатых классификациях подразделение на классы должно быть непрерывным, то есть при переходах от одного уровня на другой необходимо следующим классом указывать ближайший ему по иерархической структуре системы класс. В научном исследовании чаще всего проводится классификация, представляющая систему таксонометрических и мереологических делений (по типам, классам, родам и видам понятий, характеризующим соответствующие объекты реального мира).

С классификацией можно встретиться практически в любом научном экономическом исследовании, в учебниках и в учебных пособиях.

*«...Также могут иметь место различные смешанные отношения, так, например, хозяйствующие субъекты, которые являются потребителем/поставщиком друг друга на одном рынке, могут быть конкурентами на другом рынке. Точной **классификацией** этих смешанных отношений, которая должна быть определена в специальной теории рыночных отношений, здесь можно пренебречь, так как для нас важен только анализ типичных рыночных отношений» (Heinrich von Stackelberg, 1934).*

*«...Научная организация управления не предполагает в качестве своей необходимой предпосылки никакого крупного изобретения или открытия новых и поразительных фактов. Она предполагает всё же определённую новую комбинацию элементов, которой прежде не существовало, а именно такое собирание, анализ, группировку, **классификацию** уже известных прежде данных в новые законы и правила, что эти прежние разрозненные знания организуются в новую стройную науку» (Тейлор, 1991).*

*«Работник, перед которым стоит задача выработать эффективное решение у себя в организации, прежде всего должен определить, с какой из вышеобозначенных четырёх ситуаций он имеет дело. Опытному управляющему известно, что неверная **классификация** ситуации приводит к принятию неверного решения» (Друкер, 2010).*

*«Следует заметить, что **классификация налогов** имеет не только сугубо теоретическое, но и важное практическое значение. В прикладном аспекте та или иная **классификация** позволяет проводить*

анализ налоговой системы, осуществлять различные оценки и сопоставления по группам налогов, особенно в динамике за долгосрочный период, когда состав отдельных налогов и сборов менялся» (Налоги и налогообложение, 2017).

Лит.: 1) Stackelberg H. Marktform und Gleichgewicht. Springer-Verlag Wien New York, 1934; 2) Тейлор Ф. У. Принципы научного менеджмента. М.: Контролинг; Изд-во стандартов, 1991; 3) Друкер П. Ф. Эффективный руководитель. М.: Вильямс, 2010; 4) Налоги и налогообложение. М.: Юнити-Дана, 2017.

КОГНИТИВНЫЙ ПОДХОД — подход с позиций познания, который акцентирует внимание на процессах представления, хранения, обработки, интерпретации и производстве новых знаний. Является одним из направлений системного подхода.

«Основоположник когнитивной школы (80-е гг. XX в.) в экономической науке Г. Саймон пропагандировал идею о величии и сложности мира, в сравнении с которым человеческий мозг и его способности обработки информации представляются ничтожно малыми. Г. Саймон образно определяет процесс принятия решения субъектом как тщетную попытку проявить рациональность... Одной из проблем, решение которой стремятся найти представители данного теоретического направления в экономике, является проблема исследования соотношения собственно принятия конкретных действий и тот мыслительный процесс, который предшествует этому» (Фирсанова, 2003).

Часто в экономических исследованиях используют когнитивную структуризацию. Суть её заключается в схематическом отображении структуры взаимосвязей, причём элементы на когнитивных картах изображаются какой-либо геометрической фигурой, например овалом, а взаимосвязи между ними — направленными стрелками. Когнитивная структуризация служит для построения системной модели объекта. Когнитивная структуризация широко используется при построении имитационных динамических моделей, описывающих динамику рынков, поскольку позволяет описать взаимодействие всех элементов системы, направление причинно-следственных связей, последовательное математическое описание которых и представляет собой процесс математического моделирования сложных систем.

*«Под **когнитивным** подходом понимается решение традиционных для данной науки проблем методами, учитывающими **когнитивные** аспекты, в которые включаются процессы восприятия, мышления, познания, объяснения и понимания. **Когнитивный** подход в любой предметной области акцентирует внимание на „знаниях“, вернее, на процессах их представления, хранения, обработки, интерпретации и производстве новых знаний.*

***Когнитивный** подход имеет десятки ракурсов. Большое внимание уделяется вопросам понимания естественного языка, компьютерного перевода, проблемам компьютеризации общества и теории искусственного интеллекта» (Плотинский, 2001).*

*«Можно утверждать, что сегодня успешно формируется специальная дисциплина, которую можно назвать „экономическая когнитология“ либо „**когнитивная экономика**“ и „**когнитивные** основы экономики знаний“, что предполагает введение соответствующих спецкурсов и образовательных программ в рамках действующих учебных заведений» (Исаев, Хизриев, 2014).*

Лит.: 1) Фирсанова О. В. Взаимодействия субъектов рынка в теории маркетинг-менеджмента: методологические принципы исследования. СПб.: СПбГУЭФ, 2003; 2) Плотинский Ю. М. Модели социальных процессов. М.: Логос, 2001; 3) Исаев Р. А., Хизриев З. Х. Алгоритм управления процессом качественного развития организационного строения корпорации // Управление политико-правовыми и социально-экономическими процессами в регионах. М.; Берлин: Директ-Медиа, 2014.

КОМПЛЕКС — совокупность предметов или явлений, составляющих одно целое.

Следует отличать комплекс от системы. Каждая система является комплексом, но не каждый комплекс является системой. Целостность системы определяется внутренними свойствами системы; целостность комплекса, не являющегося системой, поддерживается за счёт внешних воздействий.

В экономике используют комплексные показатели, комплексные критерии, решают комплексные задачи и т. п.

«Дифференциальный метод позволяет лишь констатировать факт конкурентоспособности анализируемой продукции или наличия у неё недостатков по сравнению с товаром-аналогом. Он, однако, не учитывает влияние на предпочтение потребителя при выборе товара весомости каждого параметра. Для устранения этого недостатка

используется **комплексный** метод оценки конкурентоспособности. Он основывается на применении **комплексных** показателей или сопоставлении удельных полезных эффектов анализируемой продукции и образца» (Светуньков, Литвинов, 2000).

«Такая **комплексная** аналитика получила название „сквозной“, так как она отслеживает полный путь клиента от просмотра рекламы до покупки, проходя сквозь все этапы воронки продаж» (Загребельный, Боровик, 2021).

«Метод общего равновесия, детально разработанный названными авторами [Вальрас, Парето, Виксель], был специально предназначен для отображения экономической системы в целом как сложного **комплекса** взаимосвязи рынков. Наша собственная работа следует данной традиции и должна явиться продолжением их трудов» (Хикс, 1993).

Лит.: 1) Светуньков С. Г., Литвинов А. А. Конкуренция и предпринимательские решения. Ульяновск: Корпорация технологий продвижения, 2000; 2) Загребельный Г. В., Боровик М. Ю. Performance-маркетинг. Заставьте интернет работать на вас. М.: Интеллектуальная литература, 2021; 3) Хикс Дж. Р. Стоимость и капитал. М.: Прогресс, 1993.

КОМПРОМИСС — решение конфликта по взаимному добровольному соглашению сторон конфликта с обоюдным отказом от части предъявленных требований.

В науке можно выделить два вида компромисса: межличностный и внутриличностный.

Межличностный компромисс является результатом согласия противоборствующих научных групп (группа может состоять и из одного человека) о каком-либо предмете научного спора. Такой компромисс ничем не отличается от компромисса в других сферах человеческой деятельности.

Внутриличностный компромисс учёного связан с нравственными установками учёного, нормами и ценностями того социума, к которому он принадлежит, которые он разделяет. Конфликт, например, может возникнуть в ситуации, когда учёный уже получил новый научный результат и хочет его обнародовать, но при этом ещё не все проверки достоверности этого научного результата проведены, а значит, обнародовать результаты рано. Подобный конфликт каждый учёный решает сам в форме компромисса между этими двумя желаниями — опубликовать или нет научный результат.

Понятие «компромисс» активно используется в экономической науке, поскольку рыночная экономика представляет собой множество ситуаций соперничества, в которых решение является результатом взаимных уступок в чём-либо.

*«Обычно достигается **компромисс** в виде „рыночной цены“ товара, по которому он действительно продаётся и покупается. Рыночную цену называют ещё ценой равновесия, поскольку она находится на том уровне, когда продавец ещё согласен продать» (Лев, 2017).*

*«В свободной рыночной экономике создание, производство и поставка продукта связаны с сотнями **компромиссов**, которые позволяют уравновесить интересы потребителя и цели производителя. **Компромисс** не означает отказа от ценностей. Это согласование определённой позиции, из которой обе стороны извлекают для себя нечто полезное» (Бальдони, 2022).*

Лит.: 1) Лев М. Ю. Цены и ценообразование. М. Юнити-Дана, 2017; 2) Бальдони Дж. Управляй своим боссом. Как стать высокоэффективным лидером менеджеру среднего звена. М.: Эксмо, 2014.

КОНТЕКСТ — законченный по смыслу фрагмент устной или письменной речи, необходимый для ясного и точного восприятия информации.

Точная интерпретация текста возможна лишь после установления истинного содержания терминов и составленных из них фраз. Если термины имеют двойное значение, возможно неправильное понимание контекста.

В науке довольно часто встречается ошибка, получившая название «вырывание из контекста». Суть этой ошибки заключается в том, что из законченного фрагмента случайно или преднамеренно используется только часть текста в ущерб его целостности. В таком случае может искажаться смысл фрагмента речи или текста.

*«Если же вы не знакомы с работой компании, то 2 млн долл. для вас — просто число: оно вырвано из **контекста**, в котором его можно было бы правильно интерпретировать. То, что компания располагает запасами продукции на указанную сумму, никак не характеризует положение дел в компании» (Карлберг, 2019).*

Особенно часто приём выхватывания части фразы из контекста используется в тех дискуссиях, в которых задачей является не поиск истины, а победа в диспуте. В научных дискуссиях этот приём недопустим.

Одно из направлений современного маркетинга — контекстный маркетинг. Его смысл заключается в системном воздействии на потребителя совокупностью разных маркетинговых инструментов, подобранных так, чтобы произвести цельное впечатление.

*«Контекстная реклама, как и любой инструмент интернет-маркетинга, имеет свои плюсы и минусы. Необходимо учитывать, что **контекстная** реклама обрабатывает уже сформировавшийся спрос. Для вывода новых проектов и продуктов на рынок, по которым никто ещё не задаёт вопросов, нужно использовать другие инструменты» (Ашманов, 2019).*

Лит.: 1) Карлберг К. Анализ финансовой отчётности с использованием Excel. СПб.: Диалектика, 2019; 2) Ашманов И. Оптимизация и продвижение в поисковых системах. СПб.: Питер, 2019.

КОНЦЕПЦИЯ — 1) совокупность идей, принципов, положений об объекте исследования, форма теоретического знания, не получившая пока всесторонней проверки и систематизации знания в некоторую целостную картину мира; 2) единый замысел, основная идея научной работы, какой-либо деятельности.

Концепция как результат исследования может быть создана специально для решения узкопрофессиональных проблем. Но в некоторых случаях одна и та же концепция может быть использована для исследования разных объектов и явлений (теоретическая концепция).

Для осуществления научного проекта необходимо смоделировать исследование на основе разработанной концепции, то есть определить цели исследования, методы, наметить пути решения проблемы и т. д.

Как правило, элементы концепции находятся в иерархической связи друг с другом, например «цель — средство», «причина — следствие», «род — вид» и др. Соответствие концептуальной структуры объективной действительности называют адекватностью или реальностью.

Существует, к примеру, достаточно большое количество концепций руководства персоналом. Вот, например, как описывается одна из них:

*«Management by Exception — управление путём контроля отклонений и вмешательства руководителя в исключительных случаях — одна из самых старых **концепций**. Она использует правила разделения труда между сотрудниками и руководителями. Целью этого разделения является снятие нагрузки с руководителя, поэтому сотрудники принимают решения самостоятельно до тех пор, пока они не превысят своих полномочий или не появятся отклонения от ожидаемых результатов. Только при этом вмешивается руководитель» (Глухов, 2002).*

Легко убедиться в том, что в приведённом разъяснении указанной концепции есть её основные характерные черты, а именно: принципы, общая идея и ряд положений (правил), реализующих эту общую идею в соответствии с положенными принципами.

*«В логистике сложилось понимание **концепции** как определённого способа трактовки объекта исследования, как основной точки зрения по данному вопросу и руководящей идеи для его систематизированного освещения. В научно-исследовательской разработке **концепция** выступает как ведущий замысел, методологические принципы, постулатная основа. В то же время с встречающейся трактовкой парадигмы всего лишь как „руководящей идеи“ мы согласиться не можем; а понимаем её как непротиворечивую систему **концепций**. Как показывает опыт современного развития, широко распространяется так называемая **концепция** интегрированной логистики, в которой логистическая система рассматривается как система регулирования целей бизнес-процессов от поставщика до конечного потребителя» (Уваров, Эмирова, 2004).*

*«Изменения **концепции** маркетинга в основном определялись и определяются состоянием и взаимодействием в рыночном пространстве таких субъектов, как производитель (продавец), потребитель (покупатель) и государство (власти).*

*Мировая наука и практика в области маркетинга и предпринимательства обосновали и рекомендуют выделять следующие **концепции** в эволюции маркетинга: производственную, товарную, сбытовую, традиционного маркетинга, социально-этического маркетинга и маркетинга взаимодействия» (Багиев, Тарасевич, 2010).*

«Относительно природы статистических выводов существует целый ряд концепций, из которых, на наш взгляд, наиболее существенны две: концепция рандомизации — принятия решений в условиях неопределённости; концепция редукции (свёртки) информации... Согласно концепции рандомизации, суть статистических методов — в реконструкции целого на основе неполной информации о нём, а в соответствии с концепцией редукции основная цель статистики — свёртка информации, сжатое представление больших объёмов данных на основе выявления внутренних структурированностей, присущих этой совокупности данных» (Фелингер, 1985).

Лит.: 1) Глухов В. В. Менеджмент. СПб.: Питер, 2002; 2) Уваров С. А., Эмирова А. Е. Интегрированный подход в концепции современной логистики // Коммерция и логистика. Вып. 4. СПб.: СПбГУЭФ, 2004; 3) Багиев Г. Л., Тарасевич В. М. Маркетинг. СПб.: Питер, 2010; 4) Фелингер А. Ф. Статистические алгоритмы в социологических исследованиях. Новосибирск: Наука, 1985.

КОНЪЮНКТУРА — состояние какого-либо общественного явления в определённый момент времени.

В зависимости от того, какое именно явление служит объектом исследования, выделяют конъюнктуры: экономическую, политическую, социальную, демографическую, общественно-политическую, научную и т. п. Каждый из этих типов конъюнктуры, в свою очередь, является основанием для более сложной типологизации состояний элементов внутри данного явления. Например, экономическая конъюнктура может быть классифицирована по уровням иерархии (мировая экономическая конъюнктура, экономическая конъюнктура конкретного местного рынка) или по охвату номенклатуры товаров (общехозяйственная или товарная). Конъюнктура может быть изучена только с позиций динамического подхода.

Экономическая конъюнктура является очень сложной системой, изучение которой можно проводить с самых разных позиций. Именно это обстоятельство и явилось причиной того, что определённый экономической конъюнктуры практически столько же, сколько и авторов, посвящающих ей свои научные работы. В отечественной экономической литературе встречается узкое и широкое толкование понятия экономической конъюнктуры, однако и в том и в другом случае термин «конъюнктура» означает временное, преходящее, своеобразное сочетание конкретных экономических, социаль-

ных, погодных и других условий и факторов, которые воздействуют на формирование и взаимодействие предложения и спроса. Для того чтобы дать наиболее приемлемое определение экономической конъюнктуры, необходимо тщательно разобрать свойства и структуру экономической конъюнктуры. Следует сразу же оговориться, что, несмотря на относительную автономность каждой экономической конъюнктуры отдельного рынка, она является лишь элементом более сложной экономической конъюнктуры более высокого уровня иерархии. В то же время и каждый элемент изучаемой экономической конъюнктуры может быть сам представлен или в виде системы более низкого уровня иерархии, или как результат функционирования такой системы.

*«Глубоко ошибаются те практикующие экономисты, которые считают, что маркетинговая деятельность в силу присущей ей необходимости оперативных откликов на изменения **конъюнктуры** рынков не нуждается в планировании. Маркетинговая деятельность заключается как минимум в постоянном сборе маркетинговой информации, её обработке, хранении и использовании в разработке маркетинговых решений по всем элементам комплекса маркетинга» (Светуньков, Аренков, 2001).*

*«Именно в торговых кругах зародился и самый термин „**конъюнктура**“, под которым первоначально имели в виду обозначить всю сумму взаимно связанных условий, влияющих на цену или на прибыль предпринимателя или вообще на доход предприятий. Рыночная **конъюнктура** — рыночное настроение, вот что становится во главе внимания всякого, чья жизнь и чья деятельность так или иначе зависит от рынка» (Игнатъев, 1925).*

Лит.: 1) Светуньков С. Г., Аренков И. А. Логика маркетинговых решений. СПб.: СПбГУ-ЭФ, 2001; 2) Игнатъев М. В. Конъюнктура и цены: популярное изложение методов их наблюдения и изучения. М.: Финансовое изд-во НКФ СССР, 1925.

КРИЗИС — состояние нарушения сложившегося баланса сил, требующее вмешательства.

Кризис в науке возникает в ситуации множественности парадоксов — когда становится окончательно ясно, что теория не соответствует практике. Выход из научного кризиса — создание новой

теории, в которой парадоксы будут изучены и перестанут быть таковыми, а вполне будут следовать из новой теории.

«Кризис экономической науки как частная форма проявления общего кризиса естественен, ибо экономическая теория есть отражение экономической жизни общества... Несостоятельность сложившихся в экономической теории взглядов и представлений о мире, кризис современной экономической мысли — это не локальное явление (только российских экономических теорий), а общемировая тенденция XX в., которая отмечается многими выдающимися умами не только России, но и Запада» (Экономическая теория, 2019).

В экономике чаще всего употребляют это понятие относительно к депрессивному состоянию конъюнктуры рынков и экономики в целом.

«Именно в торговых кругах зародился и самый термин „конъюнктура“, под которым первоначально имели в виду обозначить всю сумму взаимно связанных условий, влияющих на цену или на прибыль предпринимателя или вообще на доход предприятий. Рыночная конъюнктура — рыночное настроение, вот что становится во главе внимания всякого, чья жизнь и чья деятельность так или иначе зависит от рынка... Кризис — наинизшая точка конъюнктуры» (Игнатъев, 1925).

«Самые серьёзные из повторяющихся искажений в распределении ресурсов возникают, когда в результате впрыскивания (или изъятия) какого-то количества денег денежные средства, доступные для инвестирования, возрастают существенно выше (или падают существенно ниже) тех объёмов, которые передаются в настоящее время от потребления на инвестирование или сберегаются.

Хотя повторяющиеся кризисы и депрессии порождаются именно таким механизмом, он не является специфическим результатом использования какой-либо конкретной валюты, который пользователи могут осознать и который может поэтому заставить их переключиться на другую валюту» (Хайек, 2020).

Лит.: 1) Экономическая теория. Микроэкономика — 1, 2. Мезоэкономика. М.: Дашков и К, 2019; 2) Игнатъев М. В. Конъюнктура и цены: популярное изложение методов их наблюдения и изучения. М.: Финансовое изд-во НКФ СССР, 1925; 3) Хайек Ф. А. Рынок и другие порядки. М.: Интермедиатор, 2020.

КРИТЕРИЙ — признак (показатель), на основании которого производится оценка, сравнение альтернатив, классификация объектов и явлений.

В экономической практике часто встречаются случаи, когда критерий не является заранее заданным и поэтому приходится разрабатывать его. Так как критерий на практике служит для выбора наилучшего экономического решения, его формирование приобретает принципиально важное значение.

При этом необходимо иметь в виду, что использование простого однофакторного критерия зачастую приводит к принятию не самого лучшего варианта, поскольку практически все решения в экономике носят комплексный, многофакторный и многоцелевой характер.

В области научных исследований выбор критерия также является важным элементом, предопределяющим результативность исследований, так как классификация объектов, выбор метода исследования и модели осуществляются только с помощью соответствующих критериев.

*«Формализованная цель представляется в виде **критерия**. Критерий обычно позволяет осуществить точный расчёт того, в какой степени достигнута сформулированная целевая установка. Если целевая установка — организовать производство с минимумом затрат, то в качестве **критерия** могут выступать различные оценки этих затрат — затраты трудовых, материальных, финансовых ресурсов либо некоторый комплексный их показатель. В реальной экономической ситуации целевая установка является многоцелевой. Поэтому она в достаточно полной степени может быть описана только с помощью так называемого многоцелевого **критерия**. Многоцелевой **критерий** представляет собой в этом случае функцию, сформулированную из нескольких **критериев**, сущность и направление действия которых могут не совпадать. Так, например, в многоцелевом **критерии** могут преследоваться две разные цели: минимум капитальных вложений K и минимум издержек эксплуатации I . Эти приведённые в качестве примера цели являются разными и противоречивыми, так как одного и того же объёма производства можно добиться различным сочетанием указанных величин, причём между ними существует обратно пропорциональная зависимость. Действительно, чем выше капитальные вложения в производство, тем меньше величина эксплуатационных затрат, так как высокие затраты на оборудование приводят к тому, что оно является более*

производительным и отходы производства уменьшаются — себестоимость производства при этом уменьшается. И наоборот. Если уменьшить величину капитальных вложений в производство, то для того, чтобы объём производства не уменьшился, придётся увеличить издержки производства.

Эта зависимость, в частности, со всей очевидностью вытекает из свойств производственной функции, представляемой в мультипликативной форме. Это означает, что одновременное уменьшение капитальных вложений и издержек производства невозможно. Для достижения компромисса необходимо указанную цель реализовать в качестве многоцелевого **критерия**. Одной из реализаций этой целевой установки в бывшем СССР была известная формула приведённых затрат (В. В. Новожилова), где две разбираемые в качестве примера цели были сведены в единую формулу посредством использования нормативного коэффициента эффективности капитальных вложений E_n : $Z = K E_n + I \text{ @ } \text{min}$.

К сожалению, реальное количество целей, которое преследует предприятие, значительно больше... Для целей, которые могут быть формализованы и оценены, возникает ряд проблем при их объединении в единый **критерий** — проблемы размерности, разнонаправленности **критериев** и т. п. Задача свёртки разнообразных **критериев** в единый **критерий** активно и очень удачно решалась советскими учёными в 70–80-х гг. Методики, предложенные в то время, содержали ряд оригинальных и эффективных предложений, которые вполне приемлемы и сегодня в условиях рынка» (Светуньков, Литвинов, 2000).

«Ситовски предложил следующий **критерий**: а) использовать **критерий** Н. Калдора для того, чтобы выяснить — улучшает ли положение одного из индивидуумов движение от первоначальной точки к новой; б) использовать **критерий** Калдора для того, чтобы удостовериться в том, что обратное движение от новой точки к первоначальной не приведёт к ухудшению положения. В соответствии с **критерием** Ситовски, тогда и только тогда движение от одной точки к другой приведёт к улучшению, когда оно удовлетворяет обоим утверждениям» (Цены и ценообразование, 2004).

«В ФРГ количественные показатели, при которых фирма (или группа фирм) рассматривается как доминирующая на рынке, характеризуются следующим образом: 1/3 рынка для одной фирмы; не менее 50 % рынка для трёх фирм; не менее 2/3 рынка для пяти фирм... В Великобритании **критерием** доминирования на рынке служит доля фирмы в 25 % рынка» (Авдашева, Розанова, 1998).

Лит.: 1) Светуньков С. Г., Литвинов А. А. Конкуренция и предпринимательские решения. Ульяновск: Корпорация технологий продвижения, 2000; 2) Цены и ценообразование. СПб.: Питер, 2004; 3) Авдашева С. В., Розанова С. М. Теория организации отраслевых рынков. М.: Магистр, 1998.

ЛАТЕНТНЫЕ ФАКТОРЫ — факторы, действие которых на изучаемый объект скрыто от исследователя.

Латентные факторы оказывают влияние на поведение объекта, но в силу их скрытости это воздействие неизвестно исследователю, и поведение объекта неправильно объясняется действием уже известных факторов. Выявление латентных факторов — сложная, но обязательная задача, так как иначе невозможно построение правильной системы причинно-следственных связей. В особо сложных случаях, когда выявление всех латентных факторов невозможно, прибегают к методам факторного анализа, с помощью которого действие латентных факторов агрегируется в искусственно создаваемых факторах (например, с помощью метода главных компонент). Латентные факторы вносят существенную неопределённость в ходе проведения исследований.

*«...С помощью методов факторного анализа пытаются заменить реальные переменные на те, которые являются скрытой причиной их динамики. Такие переменные неизвестны исследователю и называются **латентными**. С помощью математических преобразований (наиболее известен метод главных компонент) находят эти новые переменные и строят новую многофакторную модель. При этом, однако, модель теряет какой-либо смысл и становится совершенно непригодной к прогнозированию, так как **латентные** переменные не существуют и являются математической абстракцией» (Светуньков, Литвинов 2000).*

*«В нашем случае **латентными** переменными должны были оказаться факторы выбора облачных сервисов. Факторный анализ рекомендуется использовать в случае, если объём выборки превышает количество переменных не менее чем в пять раз... В результате анализа была обнаружена связь между переменными в корреляционной матрице, что указывает на возможное существование **латентных** переменных» (Александровский, Бутрюмова, 2016).*

Лит.: 1) Светуньков С. Г., Литвинов А. А. Конкуренция и предпринимательские решения. Ульяновск: Корпорация технологий продвижения, 2000; 2) Александровский С. В., Бутрюмова Н. Н. Исследование облачных сервисов маркетинга в регионе Нижнего Новгорода // Региональная экономика: теория и практика. 2016. № 5.

МАТЕМАТИЧЕСКИЕ МЕТОДЫ И МОДЕЛИ ЭКОНОМИКИ — раздел экономики, в котором объектом исследования выступает экономика, а предметом исследования — математические методы и математические модели экономики.

В экономике математические методы и модели выступают важнейшим, а иногда и единственно возможным инструментом исследования сложных экономических объектов и построения научных гипотез.

Математические методы и модели, используемые, например, в практике маркетинговых решений, используют в основном для агрегирования имеющейся информации и представления её в удобном для анализа виде; для выявления основных тенденций, их характерных особенностей и прогнозирования; для проведения модельных экспериментов; для оптимизации процесса выбора наилучшего решения; для выбора оптимального варианта решений.

По степени сложности математические модели экономических объектов и явлений могут быть условно подразделены на несколько основных типов.

Функциональные модели, которые выражают, как правило, прямые зависимости между известными (экзогенными) и неизвестными (эндогенными) величинами. Необходимые для построения модели параметры определяются на основе нормативных данных или статистическими способами. Модели этого типа, основанные на экономических моделях статистических данных, используются для углублённого анализа процессов социально-экономического развития. С их помощью осуществляется прогнозирование основных показателей производства, потребления, демографические прогнозы, а также прогнозы развития науки, техники и окружающей среды. Используются они и в задачах бизнес-аналитики.

Балансовые модели, выраженные с помощью систем уравнений относительно эндогенных величин, выражают обычно балансовые соотношения между различными экономическими показателями и используются для нахождения сбалансированных плановых решений (например, модель межотраслевого баланса). Их применение достаточно обширно, например при планировании или многовариантном прогнозировании результатов инвестиций в различные отрасли.

Модели оптимизационного типа. Основную часть таких моделей составляет также система уравнений или неравенств относительно эндогенных величин. При этом необходимо найти такое решение этой системы, которое давало бы оптимальное (то есть максимальное или минимальное в зависимости от постановки конкретной задачи) значение некоторого экономического показателя. Основными моделями этого типа являются задачи исследования операций.

Имитационные модели занимают особое место в списке типов моделей и используются обычно в составе человеко-машинных или игровых имитационных систем. Это одно из наиболее мощных средств математического моделирования, применяемое при анализе функционирования и синтезе структур сложных систем, управление которыми связано с принятием решений в условиях неопределённости. Они дают рациональное и наиболее полное описание реальных отношений между экономическими объектами.

Метод имитационного моделирования применяется в первую очередь к динамическим процессам, исследование которых другими способами оказывается чрезвычайно затруднительным. Область приложения методов имитационного моделирования весьма широка: от исследований процессов управления биоценозами, экологическими системами до решения задач управления сложными автоматическими устройствами, разработки технологии проектирования, решения проблем рационального использования ресурсов, исследования систем массового обслуживания, исторических процессов и т. д.

Особенно велика роль имитационного моделирования при экспериментальной проверке предложений, связанных со структурными изменениями, модернизацией экономических механизмов и другими усовершенствованиями, не поддающимися формальному количественному описанию.

Имитационные модели характеризуются, прежде всего, весьма точным отображением экономического процесса или явления, в связи с чем получаемые математические задачи оказываются довольно сложными, в них присутствуют нелинейные и стохастические (вероятностные) зависимости и переменные. Основной способ решения подобных задач лежит на пути использования специальным образом упорядоченных вариантных расчётов на ЭВМ.

Нейронные сети. Этот вид математического моделирования представляет собой компьютерную реализацию кибернетической идеи «чёрного ящика», когда структура моделируемого объекта не известна, а модель автоматически подстраивается под известную совокупность входных и выходных данных. Нейронные сети высокоэффективны для моделирования обратимых процессов. Если же объект моделирования претерпевает необратимые изменения (эволюционные и хаотические), то нейронные сети применяться для моделирования не могут.

«Метод множителей — это математика. Математические же средства формальны, то есть лишены содержания. Поэтому одни и те же математические средства можно использовать в различных теориях — как истинных, так и ложных. Представление, будто использование предельных множителей противоречит марксизму, основано на догматическом упрощении теории Маркса. В этой теории предельные величины играют существенную роль. С марксизмом несовместимы не множители, а экономическое содержание тех буржуазных теорий, которые широко используют множители...»

***Математические модели** любых процессов всегда основываются на той или иной теории. Модель является лишь формой выражения теории. Поэтому отрыв модели какого-либо процесса от его теории означает, что модель основана на иной теории, отображающей действие иных факторов, чем те, какие учитывает данная теория. Такое положение — признак неполноты, незавершённости либо теории, либо их обеих. Оно в известной мере естественно при изучении процессов развития, в которых наряду с количественными большую роль играют качественные факторы и изменения. Действие качественных факторов, качественные изменения — не всегда поддаются формализации» (Новожилов, 1972).*

«Нематематизированная» наука так же, как и «математизированная», не обходится без абстракции и идеализации своих объектов. И «математизированные», и «нематематизированные» науки — это знаковые системы; различие между ними только в природе знаков. Утверждения же, в которых используются неопределённые термины, ненаучны в силу своей бессодержательности. Поэтому все обвинения экономико-математических моделей в абстрактности, оторванности от жизни и т. п. бьют мимо цели. Модели абстрактны не потому, что они математические, а потому, что без идеализации,

абстрагирования невозможно фиксировать знание, формулировать научные законы. И экономика не исключение» (Раяцкас, Плакунов, 1987).

Лит.: 1) Новожилов В. В. Проблемы измерения затрат и результатов при оптимальном планировании. М.: Наука, 1972; 2) Раяцкас Р. Л., Плакунов М. К. Количественный анализ в экономике. М.: Наука, 1987.

МЕТОД — способ познавательной или практической деятельности, представляющий собой унифицированную систему предписаний, рекомендаций, предостережений, последовательность операций, выполнение которых способствует успешному достижению поставленной цели.

Конкретный метод — это не только инструмент познания или преобразования, но и знание о том, как в типичных условиях действовать для достижения желаемого результата. Правильно выбранный метод упрощает поиск истины, позволяет экономить время и силы, двигаться к искомому кратчайшим путём.

Довольно часто молодые учёные не могут различить метод и способ. Метод — это одна из разновидностей способа. Способ с этих позиций может быть индивидуальным или универсальным. Универсальный способ, который всегда при заданных условиях даёт наилучшее решение некоторой задачи, становится методом. Индивидуальный способ, который способствует решению уникальной задачи, которая не повторяется, методом не становится.

По степени общности методы могут быть частными, общенаучными и всеобщими.

Общенаучные методы применимы во всех сферах научного познания. Частнонаучные применимы в узкой области конкретных исследований. Ко всеобщим методам относят философские методы, такие как диалектический метод, метод всеобщей связи и др.

«Контент-анализ — метод формализованного анализа вторичной информации. Сам термин „анализ содержания“ (content analysis), как и первые попытки проведения статистически точных измерений содержания материалов массовой информации, ведут своё начало от исследований в области американской журналистики в конце XIX и начале XX в. Суть метода в общих чертах заключается в обнаружении в тексте заранее выделенного смыслового элемента (слова, словосочетания, формулы, знака и т. д.) и дальнейшем анализе количества

появлений данного элемента в тексте. Внедрение вычислительной техники в маркетинговую практику позволяет с помощью **метода** контент-анализа обрабатывать огромные массивы вторичной информации и получать в результате этого необходимую и разнообразную маркетинговую информацию» (Багиев и др., 2002).

*«Наш **метод** основан на разделении в каждом конкретном случае всего множества характеристик, определяющих решения индивида, на две независимые группы. Каждая из этих двух групп в конкретном случае описывается на графике отдельной кривой.*

Итак, когда мы рассматриваем решение отдельного производителя относительно того, какое количество продукции ему следует продать, условия спроса (при этом мы абстрагируемся от затрат на рекламу и прочих издержек сбыта), которые не подвластны его контролю, можно описывать с помощью кривой спроса; издержки производства различных количеств произведённой продукции можно описать в то же время кривой издержек» (Робинсон, 1986).

*«Введение новой отрасли производства или торговли или нового **метода** в земледелии всегда представляет собою своего рода спекуляцию, от которой предприниматель ожидает получить чрезвычайную прибыль... В случае успеха предприятия она обыкновенно бывает вначале очень высока. Когда же данная отрасль производства или торговли или новый **метод** вполне упрочивается и становится общеизвестным, конкуренция уменьшает прибыль до обычного уровня её в других отраслях» (Смит, 2007).*

*«Современного экономического человека (каким он всегда в наиболее чистом виде проявляется в американском предпринимателе) воодушевляет воля к единственно рациональному устройству хозяйства, и он обладает и решимостью осуществить эту волю, следовательно, применить всякий наиболее совершенный **метод**, будь то **метод** коммерческой организации или счетоводства или производственной техники, потому что он самый рациональный, что, естественно, с другой стороны, означает, что он, не стесняясь какими бы то ни было трудностями, оставит старый **метод** в тот момент, когда он узнает о существовании лучшего» (Зомбарт, 2009).*

Лит.: 1) Багиев Г. Л., Бичун Ю. А., Светуньков С. Г., Тарасевич В. М. Экономика и управление народным хозяйством. Словарь основных терминов: маркетинг, предпринимательство. СПб.: СПбГУЭФ, 2002; 2) Робинсон Дж. Экономическая теория несовершенной конкуренции. М.: Прогресс, 1986; 3) Смит А. Исследование о природе

и причинах богатства народов. М.: Эксмо, 2007; 4) Зомбарт В. Буржуа: этюды по истории духовного развития современного экономического человека. Художественная промышленность и культура. М.: Терра — Книжный клуб, 2009.

МЕТОДИКА — упорядоченная совокупность приёмов и операций процесса практического или теоретического познания действительности.

На практике под методикой понимается совокупность приёмов, связанных с применением конкретного метода, их последовательность и взаимосвязь для решения поставленной задачи или получения искомого результата. В отдельных случаях методика является важным научным результатом, но чаще всего она носит практический характер.

«О методике прогнозирования при первой постановке проблемы.

Методика предполагает решение следующих основных задач:

— выявление основных тенденций изменения во времени прогностических показателей (эффективности, цены) и эффектообразующих (ценообразующих) факторов;

— анализ вариации уровня значений прогнозируемых показателей и соответствующих факторов;

— вероятностное предсказание значений факторов и критериев эффективности (или цены) на период упреждения.

Методика прогнозирования должна учитывать необходимость постоянного уточнения результатов прогноза по последней поступающей исходной фактографической информации... В методике используется сочетание методов моделирования (статистического, факторного), экстраполяции и экспертной оценки» (Семёненко, 1997).

«Элементы, в совокупности образующие сложное явление, иногда встречаются в природе полностью или частично изолированными, а в других случаях можно ставить искусственные эксперименты, позволяющие представить эти элементы либо совсем изолированно, либо вместе с сопутствующими условиями, контролируруемыми экспериментатором. Последний вариант, безусловно, является процедурой, характерной для исследований в области физики. Однако такая методика не подходит к изучению индустриального общества» (Найт, 2003).

«В одной группе с Россией оказалась Турция, Бразилия, Аргентина, а также Албания, Азербайджан, Белоруссия, Литва и Казахстан. Гово-

речь о наличии значимого среднего класса в этих странах не приходится. Понятно, что применение методик Всемирного банка к анализу российского общества красивых результатов по размерам среднего класса дать не может» (Циклические процессы..., 2015).

«Иногда для обнаружения систематической погрешности приходится проводить трудоёмкие и долговременные (до нескольких месяцев) эксперименты, и в результате обнаружится, что систематическая погрешность была пренебрежительно мала. Это очень ценный результат. Он показывает, что данная методика измерения даёт точные результаты за счёт исключения систематической погрешности» (Третьяк, 2004).

Лит.: 1) Семёненко А. И. Предпринимательская логистика. СПб.: Политехника, 1997; 2) Найт Ф. Риск, неопределённость и прибыль. М.: Дело, 2003; 3) Циклические процессы дифференциации доходов. СПб.: Политехн. ун-т, 2015; 4) Третьяк Л. Н. Обработка результатов наблюдений. Оренбург: ГОУ ОГУ, 2004.

МЕТОДОЛОГИЯ — 1) учение о закономерностях научного познания, принципах и методах его организации (методология науки); 2) система определённых принципов, приёмов и операций, применяемых в той или иной сфере деятельности (методология частной науки).

Методология науки включает исследование общих оснований, закономерностей научного познания, принципов и методов как средств его организации, развития и применения результатов научной деятельности в практике. Кроме этого, методология науки изучает структуру научного знания вообще, место и роль в нём различных форм познания. Здесь методология служит «навигатором» в сложном пути научных изысканий. Исходя из понимания науки как специфической деятельности по производству знаний, методологию следует рассматривать как единство знания и действия. Методология даёт методы вербального определения научных понятий. И главный из них — как выделить определяющие признаки. Для этого необходимо отвлечься от несущественного для решаемой с помощью данного определения задачи и выделить существенное в «чистом виде». Например, математика выделяет в чистом виде в качестве существенного для неё только количественные отношения действительности, почему часто именуется «чистой математикой». Отрасль физики, например механика Ньютона, изучая каче-

ственные отношения действительности, идеализирует их, доводя до «предела», то есть либо до бесконечности (например, таковой может быть скорость распространения физических взаимодействий), либо до нуля (например, превращая в математическую точку размеры физического тела). Для выделения в чистом виде содержания научных терминов методология разрабатывает специальные методы, например методы алгоритмизации (конструктивизации), квантификации, качественного уточнения и т. п., на основе идеализации.

Методология частной науки представляет собой не совокупность каких-то знаний вообще, а именно *систему* этих знаний, представленную в виде сложной взаимосвязи научных элементов (принципов, концепций, методов и методик, правил, теорий и т. п.), создающей целостное научное знание об экономике.

Достаточно часто встречается в экономике неправильное толкование и употребление понятия «методология». Забавно, например, когда студент пишет, что он развил в дипломной работе «экономическую методологию». Очевидно, что этого быть не может. Значительно более неприятные последствия имеет неправильное употребление этого термина серьёзными учёными. Вот один из таких досадных примеров:

«Методологической основой теории региональных рынков является региональный воспроизводственный процесс, охватывающий взаимосвязи субъектов рыночных отношений».

Почему в данном случае допущена ошибка? Поскольку методологической основой любой теории не может выступать объект исследования этой теории (процесс в данном случае). Изучение процесса, безусловно, может привести к созданию методологических основ теории, но надо всегда помнить, что основу любой методологии закладывает мыслительный процесс учёного, который всегда субъективен. Региональный воспроизводственный процесс объективен, поэтому не может служить «методологической основой теории».

«Методологией называют систему принципов научного исследования. Именно методология определяет, в какой мере собранные факты могут служить реальным и надёжным основанием знания. С формальной точки зрения методология не связана с сущностью знания».

о реальном мире, но скорее имеет дело с операциями, при помощи которых конструируется знание. Поэтому термином „методология“ принято обозначать совокупность исследовательских процедур, техники и методов, включая приёмы сбора и обработки данных. Содержательное понимание методологии исходит из того, что в ней реализуется эвристическая (то есть поисковая) функция предметной области исследования. Любая теоретическая система знаний имеет смысл лишь постольку, поскольку она не только описывает и объясняет некоторую предметную область, но одновременно является инструментом поиска нового знания» (Ядов, 1998).

«Важность заявления о неопределённости при прогнозировании долгое время недооценивалась в литературе по эмпирическому прогнозированию. В литературе существует разрыв между методологическими разработками в области прогнозирования возможных прогнозных интервалов и работами по прикладному прогнозированию, которые не содержат заявлений о неопределённости, сопровождающих их точечные прогнозы» (Athanasopoulos et al., 2011).

«Под „включённым наблюдением“ в социологии обычно подразумевают либо особый метод сбора социологических данных, либо целостную исследовательскую стратегию, то есть методологию социальных и гуманитарных исследований, качественно отличную от методологии естественных наук» (Девятко, 1998).

«Научная дисциплина стратегического управления разделяет многие характеристики своих попутчиков из числа социальных и управленческих наук. Это справедливо прежде всего относительно её методологии, то есть способа приобретения знаний для постановки вопросов теории стратегического управления и получения ответов на них. С точки зрения методологии эту теорию объединяет со смежными науками об организациях и конкуренции как объект исследований, так и общность исторического периода становления и развития, характеризующегося радикальными переменами в философии науки в целом. Среди главных методологических особенностей изучения организаций прежде всего следует выделить невозможность построения универсальных теорий в силу серьёзных расхождений между идеализированным объектом и реальными организациями, которым свойственна значительная неоднородность» (Катькало, 2006).

Между методологией и теорией существует тесная и сложная взаимосвязь. При формировании нового научного направления ме-

тодология этого нового научного направления ещё не сформировалась. Поэтому на базе методологии смежных наук и методологии науки в целом формируются первые теории этого направления, которые объясняют основные свойства изучаемого явления. На базе этих первых теорий появляются новые принципы исследования, методы и подходы, разрабатываются концепции исследования и т. п., то есть формируется соответствующая методология нового направления науки. И уже на базе этой новой методологии формируются новые, дополняющие научное знание в данной области, теории. Эти теории, в свою очередь, расширяют методологию данного научного направления.

Лит.: 1) Ядов В. А. Стратегия социологического исследования. М.: Добросвет, 1998; 2) Athanasopoulos G., Hyndman R. J., Song H., Wu D. C. The tourism forecasting competition // International journal of forecasting. 2011. No 27; 3) Девятко И. Ф. Методы социологического исследования. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 1998; 4) Катъкало В. С. Эволюция теории стратегического управления. СПб.: СПбГУ, 2006.

МОДЕЛИРОВАНИЕ — материальная или идеальная имитация реально существующего или предполагаемого объекта путём конструирования модели, воспроизводящей основные особенности этого объекта.

Моделирование может быть чувственно-наглядным и абстрактным (математическим), оно особенно значимо в тех случаях, когда непосредственное изучение свойств оригинала по каким-то причинам затруднено или экономически нецелесообразно.

*«...**Моделирование** рассматривается как метод практического или теоретического опосредованного оперирования объектом, в ходе которого непосредственно исследуется не сам интересующий нас объект, а некоторая промежуточная вспомогательная система, которая находится в некотором объективном соответствии с познаваемым объектом, способная в ходе познания на известных этапах замещать информацию об интересующем объекте. Эта промежуточная система есть модель, способная выступать в виде естественной, искусственной знаковой системы» (Томилов, Песоцкая, 2000).*

*«Методы математического **моделирования** базируются на корреляционной связи между показателями (факторами), характеризующими изучаемое явление. Общеизвестно, что именно факторный*

корреляционный анализ наиболее полно сочетает в себе такие необходимые компоненты современной теории и практики составления экономических прогнозов, как математическое моделирование, элементы научной экстраполяции и экспертные оценки» (Левшин, 1993).

Лит.: 1) Томилов В. В., Песоцкая Е. В. Маркетинг в системе предпринимательства. СПб.: Геликон Плюс, 2000; 2) Левшин Ф. М. Мировой рынок: конъюнктура, цены и маркетинг. М.: Международные отношения, 1993.

МОДЕЛЬ — условный образ объекта или процесса, воспроизводящий существенные структурные и функциональные особенности оригинала, позволяющие исследователю понять его закономерности.

По сути, любое отражение объективно существующих явлений в субъективном представлении исследователя является моделью. Но познавательные способности человека ограничены. Поэтому модели объектов или процессов всегда будут упрощёнными. Эти модели представляют собой процесс абстрагирования, а в некоторых случаях и идеализации реальности. Поэтому любые, даже самые сложные модели — это всё-таки условные и упрощённые образы реальных объектов.

Без моделей и моделирования невозможно познание. Построение модели даёт возможность объяснить сущность непонятого или малоизученного явления путём сопоставления его с хорошо известным, изученным объектом.

«Модель характеризуется следующими признаками: объективным соответствием с моделируемым объектом; способностью к замещению объекта; общностью свойств с моделируемым объектом (при этом модель охватывает не все свойства оригинала, а лишь те из них, что важны для целей исследования); способностью давать в ходе исследования информацию, допускающую опытную проверку; наличием чётких правил перехода от модельной информации к информации о самом объекте» (Томилов, Песоцкая, 2000).

«Для выбора места расположения исследовательских подразделений разработаны различные модели: технологическая кривая, матрица технологического портфеля, модифицированная модель конкуренции М. Портера и т. п. Модель технологической кривой исходит из того,

что каждая технология имеет свой естественный предел, причём по мере приближения к нему для улучшения параметров продукта (процесса) необходимы всё большие удельные инвестиции. Эти предпосылки отражаются в выборе в качестве модели S-образной кривой» (Международный менеджмент, 2001).

*«**Модель** человека в произведениях английских классиков (обычно она именуется концепцией „экономического человека“) характеризуется:*

- определяющей ролью собственного интереса в мотивации экономического поведения;*
- компетентностью экономического субъекта в собственных делах;*
- существенными классовыми различиями в поведении. По существу, **модель** „экономического человека“ относится только к предпринимателю;*
- главенством для предпринимателя мотива максимизации прибыли (хотя сам этот термин появился лишь в 80-е гг. XIX в.) с учётом неденежных факторов благосостояния» (Потёмкин, 2004).*

*«Важность денег в основном как раз и вытекает из того, что они являются связующим звеном между настоящим и будущим. Мы можем анализировать, какое распределение ресурсов между различными видами использования совместимо с равновесием при действии нормальных экономических мотивов в мире, в котором наши представления о будущем неизменны и во всех отношениях надёжны, причём возможно и дальнейшее деление между неизменяющейся экономикой и экономикой, подверженной изменениям, но где все события предвидятся с самого начала. С другой стороны, мы можем перейти от этой упрощённой **модели** к проблемам реального мира, в котором наши предварительные расчёты на будущее могут оказываться несбыточными и где предположения на будущее влияют на то, что мы делаем сегодня» (Keuenes, 2008).*

Различают модели вещественные (материальные), знаковые (графические и математические), материально-идеальные (деловая игра), словесное описание. В условиях, когда знания об объекте находятся в начальной стадии исследования, его свойства ещё не полностью выявлены и описаны. Они сложно поддаются изменению, поскольку ещё не предложены показатели, которые следует измерять, поэтому учёные пользуются на этом этапе словесным описанием объекта как первой моделью.

В ходе познания свойств оригинала становятся известными причинно-следственные связи как объекта исследования, так и связи между элементами этого объекта, если оно представляет собой систему. Описать эти связи возможно уже с помощью материально-идеальных моделей. В экономике, например, часто проигрывают в этом случае различные деловые ситуации, характерные для управления персоналом, маркетинга и т. п.

На более глубоком уровне познания объекта становятся известными не только сами причинно-следственные связи, но их сила и направление, обосновываются первые показатели, хотя измерить их в метрической шкале пока ещё оказывается сложно. В этом случае уже возможно использование графических моделей. Так, например, экономическая теория долгое время оперировала словесными описаниями, но уже к концу XIX — началу XX в. смогла перейти к использованию графических моделей (А. Маршалл), что существенно расширило возможности науки и помогло выявить и описать новые закономерности происходящих в экономике процессов.

В случае когда показатели объекта и его взаимосвязей могут быть измерены в какой-нибудь из количественных шкал, учёные получают возможность наряду с уже перечисленными моделями использовать математические модели, что ещё больше расширяет возможность для изучения объекта исследования. Довольно часто, когда в экономической литературе упоминается об экономических моделях, делается неверный вывод о том, что это математические модели. Математические модели при правильном их построении и использовании действительно дают лучшие результаты для исследователя, чем какие-либо другие экономические модели, но они всё-таки являются разновидностью моделей.

*«Основой построения эконометрической **модели** (как и всякой другой экономико-математической **модели**) является экономическая теория. Экономические законы определяют выбор и формирование структуры **модели** в широком смысле, то есть определяют набор основных экономических показателей, систему и характер связей между ними. Теоретической основой построенных нами эконометрических **моделей** служат схемы расширенного воспроизводства К. Маркса и В. И. Ленина. При этом значительное внимание уделялось механизму формирования общественного спроса.*

Характерной особенностью межотраслевых эконометрических **моделей** является функциональная зависимость эндогенных компонентов конечной продукции от элементов условно-чистой продукции и основных производственных и непроизводственных фондов, которая реализуется с помощью блока регрессионных уравнений. Включение в **модель** межотраслевого блока позволяет отразить как „горизонтальные“ экономические связи, возникающие при распределении продукции отраслей, так и „вертикальные“, характеризующие затраты на производство продукции» (Левицкий, 1981).

«Как известно, суть математического **моделирования** состоит в замене реального объекта некоторой математической конструкцией (**математической моделью**), в том или ином смысле отражающей характерные черты **моделируемого** процесса. При этом между некоторыми характеристиками **модели** и свойствами процесса устанавливается двусторонняя связь, благодаря которой, с одной стороны, мы можем использовать данные об особенностях процесса для строения и уточнения его **модели**, с другой — интерпретировать результаты её исследования в терминах, непосредственно характеризующих свойства процесса.

...Под математической **моделью** данного процесса мы будем понимать математическую конструкцию, являющуюся результатом идентификации и снабжённую правилами дальнейшей идентификации и интерпретации её компонентов» (Клейнер, 1986).

Вещественные (материальные) модели в экономике практически не используются.

Лит.: 1) Томилов В. В., Песоцкая Е. В. Маркетинг в системе предпринимательства. СПб.: Геликон Плюс, 2000; 2) Международный менеджмент. СПб.: Питер, 2001; 3) Потёмкин В. К. Управление персоналом: методологические основы исследования трудовой деятельности // Управление персоналом. Учёные записки. Книга II. СПб.: СПбАУП, 2004; 4) Keynes J. M. The general Theory of employment, interest and money. BN Publishing, 2008; 5) Левицкий Е. М. Адаптивные эконометрические модели. Новосибирск: Наука, 1981; 6) Клейнер Г. Б. Производственные функции: теория, методы, применение. М.: Финансы и статистика. 1986.

НАУКА — система организованного производства нового знания, имеющая непосредственную цель: постижение истины и открытие объективных законов на основе обобщения реальных фактов в их взаимосвязи.

Критерии науки: объективность, системность, строгая доказательность, достоверность, нацеленность на практику, ориентация на предвидение и др.

Основные функции науки: познавательная (приращение знания), образовательная (получение знаний человеком в процессе социализации), технологическая (стимулирование технического прогресса, обеспечение прикладных разработок) и экспертная (контроль стратегий социально-экономического развития).

Науки можно подразделить на естественные науки (науки о природе), общественные (гуманитарные, социальные), технические, математические. По характеру направленности и отношению к практике науки делятся на фундаментальные (познание законов природы и общества безотносительно к практическому использованию) и прикладные (непосредственная ориентация на применение результатов научного познания в реальной жизни).

Наука динамична и обладает всеми свойствами больших систем.

*«В развитии любой **науки** первая общепринятая парадигма обычно считается вполне приемлемой для большинства наблюдений и экспериментов, доступных специалистам в данной области. Поэтому дальнейшее развитие, обычно требующее создания тщательно разработанной техники, есть развитие эзотерического словаря и мастерства и уточнение понятий, сходство которых с их прототипами, взятыми из области здравого смысла, непрерывно уменьшается. Такая профессионализация ведёт, с одной стороны, к сильному ограничению поля зрения учёного и к упорному сопротивлению всяким изменениям в парадигме. **Наука** становится всё более строгой» (Кун, 1977).*

*«...После 1870 г. экономику стали рассматривать в качестве **науки**, которая анализировала „человеческое поведение как отношение между данными целями и ограниченными средствами, имеющими альтернативные возможности применения“ — удачное определение, сформулированное в 1932 г. Роббинсом» (Блауг, 1993).*

*«Политическая экономия, или экономическая **наука**, занимается исследованием нормальной жизнедеятельности человеческого общества; она изучает ту сферу индивидуальных и общественных действий, которая теснейшим образом связана с созданием и использованием материальных основ благосостояния» (Маршалл, 1993).*

*«...Это было поистине создание экономической и социальной **науки**. Эпоха предтеч закончилась, с Кенэ и его учениками начинается эпоха основателей **науки**. Репутация физиократов как основателей, которую неблагодарность французских экономистов, прямых наследников их, не признавала и прозевала, чтобы приписать её Адаму Смиту, была восстановлена иностранными экономистами и, без сомнения, останется за ними навсегда. Можно даже сказать, что в истории **наук** редко встречается такая точность в указании происхождения **науки** и даты её рождения. Физиократы первые имели цельное представление о социальной **науке** в полном смысле этого слова, иначе говоря, они первые утверждали, что социальным лицам и правительствам остаётся только понять их, чтобы сообразовать с ними своё поведение» (Жид, Рист, 1995).*

Лит.: 1) Кун Т. Структура научных революций. М.: АСТ, 2003; 2) Блауг М. Экономическая мысль в ретроспективе. М.: Дело Лтд, 1993; 3) Маршалл А. Принципы экономической науки. Т. 1. М.: Прогресс, 1993; 4) Жид Ш., Рист Ш. История экономических учений. М.: Экономика, 1995.

НАУЧНАЯ РЕВОЛЮЦИЯ — радикальное изменение системы наук, проявляющееся в необратимом переходе к новым теоретическим и методологическим основам науки, к новым подходам и методам исследования.

Понятие «научная революция» было обосновано и изучено Т. Куном. Он, в частности, так писал об этом:

*«Что такое **научные революции** и какова их функция в развитии науки? <...> **Научные революции** рассматриваются здесь как такие некумулятивные эпизоды развития науки, во время которых старая парадигма замещается целиком или частично новой парадигмой, несовместимой со старой...*

*Политические революции начинаются с роста сознания (часто ограничиваемого некоторой частью политического сообщества), что существующие институты перестали адекватно реагировать на проблемы, поставленные средой, которую они же отчасти создали. **Научные революции** во многом точно так же начинаются с возрастания сознания, опять-таки часто ограниченного узким подразделением научного сообщества, что существующая парадигма перестала адекватно функционировать при исследовании того аспекта природы, к которому сама эта парадигма раньше проложила путь.*

И в политическом, и в научном развитии осознание нарушения функции, которое может привести к кризису, составляет предпосылку революции» (Кун, 2003).

Научная революция сопровождается получением принципиально новых представлений об окружающем мире и изменением представления учёных о том, как надо получать эти новые представления о мире.

*«Период господства какой-либо парадигмы Кун называл периодом „нормальной науки“, в этот период происходит накопление научных знаний, собранных при решении очередных задач по стандартным методикам, или „решение головоломок“. Период смены парадигмы происходит как **научная революция**. В этот период меняются методологические основы науки, совершается коренная ломка её основ, происходит переинтерпретация основных научных результатов» (Благих, 2015).*

Лит.: 1) Кун Т. Структура научных революций. М.: АСТ, 2003; 2) Благих И. А. История экономических учений. М.: Юрайт, 2019.

НАУЧНАЯ ШКОЛА — система научных взглядов и членов научного сообщества, разделяющих эти взгляды.

Любая система (а научная школа — это система) имеет иерархическую структуру. Во главе научной школы стоит учёный, создатель школы — харизматический лидер, эрудиция и стиль работы которого способствуют сплочению вокруг него сложившихся учёных и привлечению в научную школу новых молодых учёных. Созданная школа может завоёвывать новых последователей и в итоге иметь размытые географические границы и превратиться в главенствующую методологию науки.

По-видимому, первой научной школой в истории человечества была школа Платона в древней Греции. Поскольку школа находилась в Афинах на участке в роще, где по легенде был захоронен Академ — персонаж греческих мифов, школа получила название «Академия». Известно, что при входе в эту школу находилась надпись, которая в переводе с древнегреческого означала «Не геометр да не войдёт».

*«Трагической оказалась судьба организационно-производственной **школы** (А. Челинцев, Н. Макаров, А. Рыбников, А. Минин), которая ещё до*

революции начала разрабатывать теорию трудового крестьянского хозяйства. Главным понятием этой теории был трудопотребительский баланс, опиравшийся на принцип максимизации потребления и занятости семьи, являвшейся целью семейного хозяйства (в отличие от капиталистической формы с её целью максимизации прибыли). В 1930-е гг. **школа** была разогнана, А. Чаянов в 1938 г. расстрелян» (Философия и методология экономики, 2017).

*«Исторические процессы менеджмента структурируют по этапам развития управленческой мысли, выделяя определённые **школы**, следующие друг за другом во времени, и дополняют друг друга новыми содержательными аспектами понимания управления. Различают следующие **школы** менеджмента:*

- **школа** научного управления;
- классико-административная **школа**;
- **школа** человеческих отношений;
- **школа** поведенческих наук (бихевиористская школа);
- количественная **школа**» (Зельдович, 2019).

*«Несмотря на то что оптимальное планирование и объективно обусловленные оценки не были внедрены в практику, значение работ Л. В. Канторовича трудно переоценить. Его труды больше, чем чьи-либо, оказали влияние на формирование советской **экономико-математической школы**. Идеи Л. В. Канторовича оказали большое влияние на В. В. Новожилова, легли в основу концепции оптимального функционирования экономики... Наряду с Л. В. Канторовичем создателями **советской экономико-математической школы** были В. С. Немчинов и В. В. Новожилов» (Белых, 1990).*

Лит.: 1) Философия и методология экономики. М.: Инфра-М, 2017; 2) Зельдович Б. З. Медиаменеджмент. М.: Юрайт, 2019; 3) Белых А. А. История советских экономико-математических исследований (1917 — начало 60-х годов). Л.: Изд-во Ленинградского ун-та, 1990.

НЕОБРАТИМЫЙ ПРОЦЕСС — одна из разновидностей процессов, протекающих во времени, которая характеризуется наличием качественных изменений в своей структуре.

Одним из первых ввёл в экономику понятие «необратимый процесс» по аналогии с такими же процессами, изучаемыми в естественных науках, российский учёный Н. Д. Кондратьев в 1924 г.

«Выясняя далее отношение экономических элементов и их совокупности к **необратимым** и обратимым процессам, необходимо иметь в виду следующее. Взятая в целом экономическая действительность представляет из себя как бы целый поток непрерывных и многообразных качественных и количественных изменений. Так как в ней имеются хотя бы некоторые элементы, описывающие кривую **необратимого** процесса изменений, то и в целом процесс экономического развития представляется процессом **необратимым**. Мы можем утверждать, что процесс развития всякого данного народного хозяйства, протекая во времени, никогда не бывает более одного раза на одном и том же уровне или на одной и той же стадии. Народнохозяйственный процесс в целом представляется **необратимым** процессом перехода с одной ступени или стадии на другую. Поэтому и проблема изменений народного хозяйства в целом есть прежде всего проблема ступеней его развития» (Кондратьев, 1989).

«...**Необратимый процесс** происходит в условиях, когда претерпевают изменения его количественные и качественные характеристики. Под качественными изменениями в процессе следует понимать изменение его структуры, состава элементов, силы и направления взаимосвязи между ними. Тогда под **необратимым процессом** будем понимать такой тип развития объекта, который характеризуется изменением во времени его количественных характеристик, а также структуры элементов, степени и направления взаимосвязей между ними. Это означает, что, если внешние условия протекания процесса остаются стабильными, в нём всё равно продолжают происходить изменения, вызванные внутренними факторами и силами, постепенно меняющими структуру процесса. Процесс претерпевает во времени **необратимые** изменения, поэтому если в ходе его развития внешние условия x_t станут такими же, как прежде ($x_t = x_0$), то количественные характеристики процесса y_t будут существенно отличаться от прежней величины ($y_t \neq y_0$)» (Светуных И. С., Светуных С. Г., 2022).

Лит.: 1) Кондратьев Н. Д. К вопросу о понятиях экономической статики, динамики и конъюнктуры // Кондратьев Н. Д. Проблемы экономической динамики. М.: Экономика, 1989; 2) Светуных И. С., Светуных С. Г. Методы и модели социально-экономического прогнозирования: в 2 т. Т. I. Теория и методология прогнозирования М.: Юрайт, 2022.

НЕОПРЕДЕЛЁННОСТЬ — одно из состояний субъективного восприятия окружающего мира, заключающееся в неизвестности количественного и качественного состояния изучаемого объекта.

В процессе познания некоторого объекта исследователь на основе имеющихся данных о нём последовательно проходит несколько состояний восприятия свойств этого объекта.

Неопределённость является первым этапом осмысления данных об объекте в процессе его познания, когда данные о свойствах объекта исследования являются неполными, а их интерпретация затруднена из-за отсутствия достоверного научного знания об объекте. В процессе познания накапливаются новые данные об объекте исследования и новые научные знания о нём. В тот момент, когда этот рост знаний приводит к пониманию законов и закономерностей изучаемого объекта и их удаётся описать с помощью математических моделей, состояние субъективного восприятия переходит в фазу стохастичности. И в том случае, когда известны все данные и все свойства и характеристики объекта исследования, субъективность восприятия уступает место объективному знанию — детерминированному.

Неопределённость в экономике может быть вызвана двумя причинами:

1) ситуацией, когда полностью или частично отсутствуют данные о состояниях системы и внешней среды;

2) ситуацией, когда исследователь обладает необходимыми данными, но не может их понять, то есть преобразовать в информацию. Неопределённость объективно присутствует в экономических научных исследованиях, поскольку экономическая наука исследует взаимоотношения обмена между людьми. А человеческое поведение не является рациональным и предсказуемым.

*«Точных, чётких, конкретных знаний общественные науки требуют поменьше, можно обходиться общими рассуждениями. Высокий уровень **неопределённости**, непредсказуемости, неуправляемости общественных процессов, противоречивости суждений о них позволяют легче выдавать любое суждение за научную истину. Однако отстаивать правомерность своего суждения в общественных науках гораздо труднее, чем в точных и естественных» (Райзберг, 2000).*

*«В связи со значительной **неопределённостью** экономической ситуации в 1995–2000 гг. целесообразно рассчитывать два-три варианта долгосрочного прогноза уровня эффективности логистических систем: максимальный, минимальный и наиболее вероятный (но не*

обязательно средний). Следует иметь в виду, что в прогнозе на длительный период, когда практически исчезает экономический фон прогнозного анализа, очень трудно предвидеть различные аспекты влияния внедряемых научно-технических новшеств на эффективность производственно-коммерческой деятельности, на уровень эффективности международных логистических систем» (Семёненко, 1997).

«Относительно природы статистических выводов существует целый ряд концепций, из которых, на наш взгляд, наиболее существенны две: концепция рандомизации — принятия решений в условиях **неопределённости**; концепция редукации (свёртки) информации... Согласно концепции рандомизации, суть статистических методов — в реконструкции целого на основе неполной информации о нём, а в соответствии с концепцией редукации основная цель статистики — свёртка информации, сжатое представление больших объёмов данных на основе выявления внутренних структурированностей, присущих этой совокупности данных» (Фелингер, 1985).

«Практическое различие между категориями риска и **неопределённости** состоит в том, что, когда речь идёт о риске, распределение исходов в группе случаев известно либо благодаря априорным расчётам, либо из статистических данных прошлого опыта, тогда как в условиях **неопределённости** это не так по той общей причине, что ситуация, с которой приходится иметь дело, весьма уникальна и нет возможности сформировать какую-либо группу случаев. Лучше всего **неопределённость** можно проиллюстрировать в связи с вынесением суждения или формированием мнений по поводу будущего хода событий; именно такие мнения, а отнюдь не научное знание чаще всего реально управляют нашим целенаправленным поведением...

Неопределённость — одна из основных реалий жизни. Её нельзя устранить ни из каких принимаемых решений, в том числе из решений в сфере бизнеса» (Найт, 2003).

Лит.: 1) Райзберг Б. А. Диссертация и учёная степень. М.: Инфра-М, 2000; 2) Семёненко А. И. Предпринимательская логистика. СПб.: Политехника, 1997; 3) Фелингер А. Ф. Статистические алгоритмы в социологических исследованиях. Новосибирск: Наука, 1985; 4) Найт Ф. Риск, неопределённость и прибыль. М.: Дело, 2003.

НЕСТАЦИОНАРНЫЙ ПРОЦЕСС — такая разновидность обратимого случайного процесса, при котором его статистические характеристики претерпевают количественные изменения.

В математической статистике все процессы представляются случайными, обратимыми. В том случае, когда случайный обратимый процесс не имеет тенденции к какому-либо изменению, его называют стационарным. Все остальные процессы называют нестационарными.

*«В противоположность стационарным случайным процессам можно указать другие, явно **нестационарные**, случайные процессы, например колебания самолёта в режиме пикирования, процесс затухающих колебаний в электрической цепи, процесс горения порохового заряда в реактивной камере и т. д. **Нестационарный** процесс характерен тем, что он имеет определённую тенденцию развития во времени; характеристики такого процесса зависят от начала отсчёта, зависят от времени...*

*Заметим, что далеко не все нестационарные случайные процессы являются существенно **нестационарными** на всём протяжении своего развития. Существуют **нестационарные** процессы, которые (на известных отрезках времени и с известным приближением) могут быть приняты за стационарные» (Вентцель, 2016).*

*«**Нестационарные** процессы, происходящие в условиях однородности внешней среды, являются результатом некоторого выхода характеристик объекта прогнозирования за пределы номинальных значений. Следует напомнить, что номинальными считаются значения, которые соответствуют нормальным условиям функционирования. Поскольку функционирование происходит в условиях однородной среды, то причиной **нестационарности** является такое случайное сочетание факторов внешней среды, которое создаёт условия, выходящие за номинальные. Понятно, что вероятность действия всех случайных факторов в одном направлении почти равна нулю, но не равна ему в точности. Поэтому крайне нечасто, но всё же встречаются ситуации, когда все условия одновременно складываются неблагоприятным для объекта прогнозирования образом и это их случайное сочетание приводит к тому, что объект ведёт себя не так, как прежде, то есть **нестационарно**.*

Примером такого поведения может служить ледоход, когда ранней весной на реках вскрывается лёд и льдины плавно перемещаются по течению реки. Вероятность того, что все льдины вдруг столкнутся и будут „наползать“ одна на другую, образуя затор, невелика. Но иногда действие случайных факторов таково, что это происходит

*(ветер, изменив направление, сдвигает льдины друг к другу; ручей, стекающий в реку, подмывает корни старого дерева, росшего на берегу реки, и оно упало в воду и др.). В результате всех этих случайно сложившихся условий на реке образуется затор. Плавное стационарное течение реки перешло в **нестационарное** — образовавшийся затор задерживает всё новые льдины, которые закупоривают реку, и она выходит из берегов, заливая окрестности. Со временем под воздействием температуры затор разрушается, и вся накопившаяся вода потоком устремляется вниз по течению, сея разрушения и наводняя сушу» (Светуньков И. С., Светуньков С. Г., 2022).*

*«В экономической практике, однако, простую скользящую среднюю используют не очень часто. Основной причиной этого является то обстоятельство, что **нестационарность** экономической динамики проявляется в том, что процесс неоднороден внутри тех промежутков времени, во время которых происходит усреднение. Это означает, что усреднение без задания весов наблюдений бессмысленно, поскольку период усреднения охватывает отрезки динамики, неоднородные внутри самих отрезков. Для того чтобы избежать этого, следует задавать различные веса внутри отрезков, определяемых периодом сглаживания. А это предполагает применение скользящих взвешенных средних» (Светуньков, 2002).*

Лит.: 1) Вентцель Е. С. Теория вероятностей. М.: Кнорус, 2016; 2) Светуньков И. С., Светуньков С. Г. Методы и модели социально-экономического прогнозирования: в 2 т. Т. I. Теория и методология прогнозирования М.: Юрайт, 2022; 3) Светуньков С. Г. О расширении границ применения метода Брауна // Известия СПбГУЭФ. 2002. № 3.

ОБОБЩЕНИЕ — процесс установления общих свойств и признаков предметов или же процесс мысленного перехода от понятия с меньшим объёмом к понятию с большим объёмом.

Существуют два вида научных обобщений: выделение любых признаков (это абстрактно-общее обобщение) и выделение существенных признаков (это конкретно-общее обобщение).

Обобщение может осуществляться и по другому основанию, например индуктивное обобщение — от отдельных фактов явления к явлению в целом, логическое — от мысли менее общей к мысли более общей.

Сущность объекта научного исследования может быть успешно познана, если данный объект будет соотнесён с некоторым клас-

сом вещей, обладающих общими свойствами. В процессе такого обобщения происходит предварительное уточнение исходной информации, в которой сведения о признаках объекта, обозначенного обобщаемым понятием, соотносятся с признаками объекта, обозначенного родовым термином. Последовательность операции обобщения выражается цепочкой: индивид — вид — род, индивидуальный признак — видовой признак — родовой признак. Обобщение не может быть беспредельным. Его пределом являются философские категории, которые не имеют родового понятия, и поэтому обобщить их нельзя.

*«Нельзя отрицать, конечно, что человеческий разум может представлять себе одновременно многое лишь в силу того, что он воспринимает **общее** содержание разрозненных единичных данных; но чем более он при этом стремится к понятию и закону, тем более он должен оставлять без внимания, забывать и игнорировать единичное. Это ясно обнаруживается в попытках в специфически современном духе „сделать из истории естествознание“... Какие законы народной жизни добыты в конце концов такой индукцией? Два-три тривиальных **обобщения**, которые допустимы только при добросовестной оговорке об их многочисленных исключениях» (Виндельбанд, 1904).*

*«Субъективную оценку факторов, относящихся к этой второй группе, мы можем **обобщённо** определить как состояние долгосрочного предположения в отличие от краткосрочного предположения, на основе которого производитель оценивает, что он получит за готовый продукт, если начнёт его производство сегодня на имеющемся оборудовании» (Кеуенес, 2011).*

*«Это не единственная поправка, которую необходимо сделать, ибо мы поставили своей целью **обобщить** закон, лежащий в основе теории ценности. В действительности — он всеобъемлющ. Первое **обобщение**, которое должно быть сделано, состоит в применении закона не к отдельным предметам, но к потребительскому богатству во всех его формах. Чем богаче становится человек, тем меньше становится для него значение его богатства. Не только ряд тождественных благ, но и последовательность единиц самого богатства без подобного ограничения его форм становится с каждой единицей всё менее и менее полезной» (Кларк, 2000).*

«В настоящее время, однако, что бы ни понуждало людей выбирать то, что они выбирают, нам приходится удовлетвориться знанием, что

для человеческих коллективов почти при всех обстоятельствах рост цен на что угодно вызывает сокращение объёма спроса. Это относится не только к денежной цене, но к цене в самом широком смысле слова. Рационально или нет решение пересечь оживлённое шоссе, чтобы попасть в определённый ресторан, можно быть уверенным, что чем опасней движение на шоссе, тем меньше людей на это отважится. И можно не сомневаться, что наличие менее опасной альтернативы, например пешеходного мостика, сократит число тех, кто перебегает опасное шоссе; точно так же ясно, что, если цель на другой стороне шоссе станет более привлекательной, большее число людей отважится его пересечь. **Обобщение** таких наблюдений и составляет теорию цен. Я не считаю, что она вынуждает нас признать человека рациональным максимизатором полезности. В то же время она ничего не сообщает нам о том, почему же люди выбирают то, что они выбирают» (Коуз, 2007).

Лит.: 1) Виндельбанд В. Прелюдии. Философские статьи и речи. СПб., 1904; 2) Keyenes J. M. The general Theory of employment, interest and money. BN Publishing, 2008; 3) Кларк Дж. Б. Распределение богатства. М.: Гелиос АРВ, 2000; 4) Коуз Р. Фирма, рынок и право. М.: Новое издательство, 2007.

ОБОСНОВАНИЕ — процесс приведения убедительных и достаточных оснований, в результате которых утверждение должно быть принято.

Различают абсолютное и сравнительное обоснование. Абсолютное обоснование — это приведение убедительных и достаточных оснований, в силу чего должно быть принято обосновываемое положение.

Сравнительное обоснование — система доводов в поддержку того, что лучше принять обосновываемое положение, чем иное, противопоставляемое ему положение.

Пример абсолютного обоснования:

«Одной из животрепещущих проблем современной России является широкомасштабный нелегальный уход капиталов из страны. По различным оценкам сумма таких капиталов (по состоянию на 2000 г.) составляет от 400 млрд долл. США до 700 или даже до 1000 млрд долл. США. Эта сумма, если даже брать её минимальную величину, в два с лишним раза превышает размер внешнего долга нашей страны (по состоянию на 1998 г. он составлял 183,6 млрд долл. США). Следовательно-

но, Россия смогла бы за счёт убежавших капиталов не только сразу погасить свой внешний долг, но и получить весомые ресурсы для обновления катастрофически стареющей технической базы народного хозяйства страны» (Корабельников, 2003).

Пример сравнительного обоснования:

«Отметим, что для выполнения функции средства счёта деньги используются в качестве абстрактного понятия — условной счётной единицы, тогда как для реализации двух других функций они должны существовать в определённой „вещественной“ форме (в виде банкнот, монет, чековых книжек, кредитных карточек). Поэтому при поиске ответа на основной вопрос данной главы — какое количество денег соответствует равновесию на денежном рынке? — имеют значение лишь функции средств платежа и сохранения ценности» (Тарасевич и др., 2003).

Лит.: 1) Корабельников Г. А. Как противодействовать бегству капиталов из России. СПб.: СПбГУЭФ, 2003; 2) Тарасевич Л. С., Гребенников П. И., Леусский А. И. Макроэкономика. М.: Юрайт, 2003.

ОБРАТИМЫЙ ПРОЦЕСС — одна из разновидностей процессов, протекающих во времени, которая характеризуется отсутствием качественных изменений в структуре.

Данные об обратимых процессах эффективно обрабатываются методами теории вероятностей и математической статистикой.

*«Если мы говорим, что качание маятника — процесс **обратимый**, то речь идёт в каждом случае об одном и том же в вещном смысле маятнике, хотя, строго говоря, это и не совсем точно. Такого тождества вещного субстрата, о состоянии которого идёт речь, нет в экономике. Если мы говорим, что изменение цен есть процесс относительно **обратимый**, то мы утверждаем только, что уровень цен, равный в известный момент А, через известный промежуток времени может оказаться тем же или приблизительно тем же. Мы знаем, что во второй момент по этой цене покупаются экономически те же, но вещно иные товары, что эта цена выплачивается персонально иным лицам и т. д.» (Кондратьев, 1977).*

*«**Обратимые процессы** представляют собой такой тип развития объекта, который характеризуется постоянством качественных*

характеристик при изменении его количественных показателей как результат реакции на изменение внешних условий. Если внешние условия остаются стабильными, изменение количественных характеристик **обратимого процесса** определяется только действием случайных факторов ε . Из этого понимания обратимого процесса следует, что если в ходе его развития внешние условия x_t станут такими же, как прежде ($x_t = x_0$), то количественные характеристики процесса y_t вернуться к прежним величинам ($y_t = y_0$), искажаемым разве что влиянием случайных факторов $y_0 + \varepsilon_t$ » (Светуньков И. С., Светуньков С. Г., 2022).

Лит.: 1) Кондратьев Н. Д. К вопросу о понятиях экономической статики, динамики и конъюнктуры // Кондратьев Н. Д. Проблемы экономической динамики. М.: Экономика, 1989; 2) Светуньков И. С., Светуньков С. Г. Методы и модели социально-экономического прогнозирования: в 2 т. Т. I. Теория и методология прогнозирования М.: Юрайт, 2022.

ОБЪЕКТ ИССЛЕДОВАНИЯ — процесс или явление, порождающее проблемную ситуацию и избранное для изучения. В проблемной ситуации, обусловленной объектом исследования, выделяется предмет исследования.

«Объект исследования представляет область научных изысканий, в пределах которой выявлена и существует исследуемая проблема. Это система закономерностей, связей, отношений, видов деятельности, в рамках которой зарождается проблема. Например, система ценообразования в экономике, процессы преобразования энергии в технике, развитие творческой активности учащихся в педагогике, лечение определённых видов наследственных заболеваний в медицине и т. д.» (Райзберг, 2000).

*«Здесь мы сталкиваемся с проблемой, с которой часто встречаемся при попытках объяснить трудно определимые явления экономической жизни. Чтобы упростить описание очень сложных взаимосвязей, которые иначе едва ли удалось бы проследить, теоретики проводят резкие границы там, где в реальной жизни разнообразные свойства **объектов** плавно переходят друг в друга. Подобная ситуация возникает, в частности, при попытках установить чёткое разграничение между такими понятиями, как товары и услуги, потребительские товары и товары производственного назначения, товары длительного и текущего пользования, воспроизводимые и невозможные блага, блага специфические и общие, взаимозаменяемые и невзаимозаменяемые и т. д.» (Хайек, 2020).*

Лит.: 1) Райзберг Б. А. Диссертация и учёная степень. М.: Инфра-М, 2000; 2) Хайек Ф. А. Рынок и другие порядки. М.: Интермедиа, 2020.

ОПРЕДЕЛЕНИЕ — логическая операция, в результате которой раскрывается смысл термина и устанавливаются точные границы его значения.

В определении соотносятся два эквивалентных понятия — определяемое (дефиниендум) и определяющее (дефиниенс). Различают определения реальные и номинальные. Реальное определение фиксирует существенные признаки предмета, номинальное — значение знакового выражения. Определение должно быть ясным и недвусмысленным, соразмерным (области значения определяемого и определяющего должны совпадать), соответствующим контексту, в котором оно употребляется. Кроме того, при определении необходимо избегать тавтологии, при которой определяющая часть содержит в себе повторения терминов из определяемой части.

Примеры тавтологии:

*«Разработка методологических положений математического **моделирования** экономико-математических **моделей** сложных экономических систем (отрасли РФ) на основе теории экономико-математического **моделирования**».*

*«Современные **склады**, выступают важнейшей составляющей логистики **склада**».*

Под формулировкой *определения* понимают способ установления смысла незнакомого термина с помощью знакомых и уже используемых терминов. Это логическая операция, раскрывающая содержание понятия путём перечисления входящих в него простых признаков.

Задача определения:

1) отличать предметы, входящие в данное понятие, от всех остальных предметов;

2) указывать существенные признаки предмета.

Наиболее популярным и успешным методом определения понятий принадлежит к родовидовым. Такие определения достаточно легко получаются, и поэтому их достаточно много. Их определяют через ближайший род и видовое отличие. Такого рода определения

получают следующим образом: отыскивается для данного понятия родовое понятие (обобщение свойств), выделяется видовое понятие при помощи соответствующего признака (ограничение понятия).

В зависимости от цели исследования родовидовые определения одного и того же понятия могут давать его разное понимание, поскольку при определении выделяются те свойства, которые являются важными с позиций цели исследования. Именно поэтому, например, существует несколько сотен определений маркетинга. Маркетинг можно отнести к разному роду (наука, практика, философия и т. п.) и выделить тот вид, который изучается в данной теории (взаимодействие на рынке, рыночная власть и т. п.).

Часто говорят о том, что всякое определение включает в себя аксиому, так как оно утверждает существование определённого объекта. Определение будет, следовательно, оправдано с логической точки зрения лишь тогда, когда будет доказано, что оно не находится в противоречии ни с терминами, ни с ранее допущенными истинами.

Определение сформулировано правильно, если выполняется четыре требования:

1. Определяемое понятие и понятие, с помощью которого происходит определение, должны быть соразмерны по объёму.

Примеры нарушения этого правила:

*«Маркетинг — 1. Купля-продажа, деятельность на рынке (**определяемое шире**). 2. Реализация, сбыт (**определяемое шире**). 3. Производство товарной продукции (**определяемое шире**). 4. Принцип хозяйствования; система хозяйствования; отрасль хозяйственной деятельности; образ мышления (**определитель шире**)...».*

2. Определение не может быть определено через определитель (тавтология).

Пример тавтологии:

«Центральным моментом миссии является ответ на вопрос: какова главная цель организации?.. Цель формулируется, исходя из выбранной миссии».

В первом случае миссия определяется через цель, а во втором — цель через миссию.

Или такой пример аннотации научной статьи одного молодого учёного:

*«Главная **проблема** состоит в том, что, несмотря на благоприятную динамику формирования малого и среднего предпринимательства, в коммерческой деятельности государственной экономике, все без исключения предприятия встречаются с многочисленными **проблемами** и препятствиями».*

Это, правда, не определение понятия, а попытка описания сути главной проблемы. Но в результате тавтологии так и непонятно, в чём суть главной проблемы предпринимательства. Орфография и пунктуация автора нами сохранены.

3. Определение не должно быть отрицательным, например таким: «мужчина — это не женщина».

Вот пример неудачного определения, в котором есть отрицание, ухудшающее восприятие определения понятия:

*«Под сферой услуг мы понимаем совокупность разнородных отраслей национальной экономики, труд работников которых непосредственно направлен **не на изменение и преобразование форм материи и сил природы**, а на производство особой потребительской стоимости в форме конкретной трудовой деятельности и её полезного эффекта, удовлетворяющего потребности общества и производства в целом, а также личные потребности людей».*

4. Всякое определение должно исключать двусмысленность или неясность толкования. Понятия, встречающиеся в определяющей части, должны быть лучше известны, чем определяемое понятие.

Пример двусмысленности:

«Италия по виду похожа на башмак с очень тёплым климатом».

Вот примеры хорошо сформулированных родовидовых определений понятий:

«Международные стратегические альянсы представляют собой относительно продолжительные по времени межорганизационные соглашения по сотрудничеству, которые предусматривают совместное

использование ресурсов и/или структур управления двух или более самостоятельных организаций, расположенных в двух или более странах, для совместного выполнения задач, связанных с корпоративной миссией каждой из них» (Международный менеджмент, 2001).

«Операции (работы), выполняемые для оптимизации и установления хозяйственных связей, называются транзакционными (от слова „транзакция“ — сделка) (Храмешкин, 2004).

«Предприниматель — это бизнес-персона, осуществляющая хозяйственную деятельность с целью повышения своего социального статуса и уровня личной свободы за счёт обретения материальной независимости» (Пономарёв, Светуных, 2015).

Лит.: 1) Международный менеджмент. СПб.: Питер, 2001; 2) Храмешкин Н. И. Транзакционная деятельность в коммерческой логистике. СПб.: СПбГУЭФ, 2004; 3) Пономарёв О. Б., Светуных С. Г. Экономика и предпринимательство. СПб.: Левша, 2015.

ОПТИМАЛЬНОСТЬ — наилучшее состояние объекта с точки зрения выбранного критерия.

Оптимальное состояние в экономике чаще всего достигается для малых объектов. В остальных случаях добиться оптимальных решений трудно, поскольку при осуществлении оптимизации приходится встречаться с ситуациями и факторами, о существовании которых либо не было известно на момент принятия решения, либо от влияния которых в силу громоздкости задачи исследователь абстрагируется.

Оптимального состояния объекта исследования можно добиться только в условиях определённой (детерминированной) информации.

Если задача поиска лучшего состояния объекта осуществляется в условиях вероятностной (стохастической) информации, то можно получить оптимальное по вероятности, то есть рациональное, решение.

В том случае когда хотя бы часть информации не определена, выбор лучшего решения всегда связан с риском того, что на момент реализации этого решения ситуация сложится так, что оптимальным окажется другое решение. Поэтому любое решение в условиях неопределённости будет являться рискованным.

«Представляется необходимым подчеркнуть некоторую условность термина „**оптимальный** вариант“, допускаемую в данном случае. **Оптимальным**, по определению, является лучший из всех возможных вариантов. Но разработка всех возможных вариантов практически неосуществима. Даже при использовании средств автоматизации формирование решений всегда связано с творчеством человека (исследователя), его представлениями и предпочтениями. При этом исследователь никогда не сможет сформировать всю совокупность возможных вариантов. Он заранее „отсекает“ те из них, что кажутся ему нереализуемыми или неэффективными, сужая границы базы для сопоставления. При этом процедура **оптимизации** неизбежно сводится к процедуре поиска лучшего из имеющихся вариантов, что соответствует условию рациональности, то есть ситуации, когда круг рассматриваемых вариантов ограничен. При этом надо иметь в виду, что наилучший из вариантов может остаться за его пределами» (Томилов, Песоцкая, 2000).

«С точки зрения организационной системы экономического объекта к основным качественным показателям эффективности можно отнести: обеспечение более быстрого и полного сбора первичной информации для принятия управленческого решения; качественную и адекватную обработку информации о возникающих проблемных ситуациях; формирование **оптимального** для данной производственной системы решения; оперативное доведение принятого решения до всех исполнительных органов; организацию чёткого выполнения решения; осуществление контроля за реализацией решения; сокращение затрат живого труда в сфере управления и, соответственно, снижение затрат расходов на содержание аппарата управления; сокращение времени на процесс управления в целом» (Афонищкин, 1998).

«К „гигиеническим факторам“, выявленным Герцбергом и его коллегами, могут быть отнесены непосредственное руководство, межличностные отношения, физические условия труда, заработная плата и премии, политика компании, методы управления и безопасность условий труда. Когда хотя бы один из этих факторов снизится до уровня, представляющегося работнику неприемлемым, можно ожидать того, что он начнёт испытывать неудовлетворённость своей работой. При этом Герцберг и его коллеги утверждают, что „обратное не всегда верно. Если контекст работы будет охарактеризован как **оптимальный**, разочарования в работе не произойдёт, однако говорить о позитивном настрое также не придётся“» (Шелдрейк, 2001).

*«Знание закономерностей циклично-генетической динамики общества позволяет определить выбор государственной стратегии, **оптимальные** методы и инструменты, используемые на различных фазах циклов — среднесрочных (примерно десятилетних), долгосрочных кондратьевских (полувековых) и цивилизационных (охватывающих несколько столетий)» (Яковец, 1999).*

Лит.: 1) Томилов В. В., Песоцкая Е. В. Маркетинг в системе предпринимательства. СПб.: Геликон Плюс, 2000; 2) Афоничкин А. И. Принятие управленческих решений в экономических системах. Саранск: Изд-во Мордовского ун-та, 1998; 3) Шелдрейк Дж. Теория менеджмента. От тейлоризма до японизации. СПб.: Питер, 2001; 4) Яковец Ю. В. Кризис: непредсказуемое зло или предвидимая реальность? // Вестник РАН. Т. 69. 1999. № 4.

ОПТИМИЗАЦИЯ — 1) процесс нахождения оптимального решения; 2) процесс приведения системы в оптимальное состояние.

*«Рекомендации правительствам африканских стран в области перераспределения доходов, наиболее часто встречающиеся в западной экономической литературе, можно свести к следующему перечню: проведение аграрных и налоговых реформ, установление границ заработной платы, развитие здравоохранения, образования, коммунального хозяйства, общественного транспорта, расширение государственных ассигнований на развитие промышленности, производственной и социальной инфраструктуры в отсталых районах, сельской кустарной промышленности, ирригации, дорожного строительства и складского хозяйства на селе, **оптимизация** уровня закупочных цен на сельскохозяйственную продукцию, субсидирование цен на основные товары массового спроса и продовольствие и т. д.» (Зарубежные концепции, 1988).*

*«Функция **оптимизации** проявляется в обеспечении соответствия уровня оплаты труда его конечным результатам, в достижении научной обоснованности норм труда и интенсивности труда. **Оптимизация** трудовых процессов занимает центральное направление в поиске путей решения различных задач в области организации труда» (Коршунов, 2019).*

Лит.: 1) Зарубежные концепции экономического развития стран Африки. М.: Наука, 1988; 2) Коршунов В. В. Экономика организации (предприятия). М.: Юрайт, 2019.

ОРГАНИЗАЦИЯ — 1) внутренняя упорядоченность, согласованность, взаимодействие более или менее дифференцированных и автономных частей целого, обусловленных его строением; 2) совокупность процессов и действий, ведущих к образованию и совершенствованию взаимосвязей между частями целого.

Первый смысл понятия «организация» в экономике встречается достаточно часто — как синоним таких понятий, как «производственная структура», «предприятие», «учреждение», «фирма» и т. п.

*«А. Коул считает: „Цель направлена на создание, сохранение или увеличение ориентированной на получение прибыли **организационной** единицы. Данная единица занимается производством или распределением хозяйственных благ, чтобы добиться денежной или иной выгоды, являющейся мерой успеха, о взаимосвязи с внутренней ситуацией в самой **организации** или с экономическими, политическими и социальными условиями периода...» (Экономическая психология, 2000).*

С примером применения понятия «организация» как совокупности процессов и действий, ведущих к образованию и совершенствованию взаимосвязей между частями целого, можно встретиться в том же учебнике в разделе «Психология и организация пространства общения»:

*«...Надо уметь правильным выбором средств общения создавать нужное настроение, обстановку доброжелательности, сотрудничества... Научная дисциплина проксемика, так же как и невербалистика, исследует взаиморасположение и позы собеседников. Установлено, что человек чувствует себя удобно и считает, что производит благоприятное впечатление, если находится от партнёра по общению на расстоянии, которое по меркам конкретного общества принимается за соответствующее данному типу взаимоотношений... Дистанции при общении и особенности сотрудников необходимо принимать во внимание при **организации** их рабочих мест и зон» (Экономическая психология, 2000).*

*«Региональные управления — это „министруктура“ федерального правительства: здесь представлены все 20 федеральных ведомств-заказчиков товаров и услуг, включая программы НИОКР. Их функции — контроль, управление и **организация** заказов правительства на поставку всех видов товаров и услуг, новой техники, технологии, про-*

грамм НИОКР, предназначенных для гражданских и военных ведомств» (Государство и рынок, 1999).

*«В литературе понятия „бизнес“ и „предпринимательство“ стоят в одном ряду. Они означают экономическую деятельность, которая осуществляется физическими (частными) или юридическими лицами (предприятиями или **организациями/компаниями**) и имеет целью получение прибыли путём создания и реализации продукции или услуг при эффективном использовании ресурсов» (Переверзев, Лунева, 2011).*

Лит.: 1) Экономическая психология: Социокультурный подход. СПб.: Питер, 2000; 2) Государство и рынок: американская модель. М.: Анкил, 1999; 3) Переверзев М. П., Лунева А. М. Предпринимательство и бизнес. М.: Инфра-М, 2011.

ПАРАДИГМА — система научных идей, взглядов и понятий, главенствующих в течение определённого времени в научном обществе.

Понятие было введено американским философом Т. Куном для обозначения принятых научным сообществом теоретических систем. В рамках одной парадигмы могут сосуществовать различные науки — это сохранение накопленных знаний, «кумулятивное предприятие» (Т. Кун). Развитие науки происходит в результате революционной смены парадигм.

*«Под **парадигмами** я подразумеваю признанные всеми научные достижения, которые в течение определённого времени дают научно-сообществу модель постановки проблем и их решений. <...> Учёные, научная деятельность которых строится на основе одинаковых **парадигм**, опираются на одни и те же правила и стандарты научной практики. <...> В своём установленном употреблении понятие **парадигмы** означает принятую модель или образец... В науке... она представляет собой объект для дальнейшей разработки и конкретизации в новых или более трудных условиях. <...> **Парадигмы** приобретают свой статус потому, что их использование приводит к успеху скорее, чем применение конкурирующих с ними способов решения некоторых проблем, которые исследовательская группа признаёт в качестве наиболее остро стоящих. <...> Для **допарадигмального** периода в особенности характерны частые и серьёзные споры о правомерности методов, проблем и стандартных решений, хотя они служат скорее размежеванию школ, чем достижению согласия. <...> В разви-*

тии любой науки первая общепринятая **парадигма** обычно считается вполне приемлемой для большинства наблюдений и экспериментов, доступных специалистам в данной области. Поэтому дальнейшее развитие, обычно требующее создания тщательно разработанной техники, есть развитие эзотерического словаря и мастерства и уточнение понятий, сходство которых с их прототипами, взятыми из области здравого смысла, непрерывно уменьшается. Такая профессионализация ведёт, с одной стороны, к сильному ограничению поля зрения учёного и к упорному сопротивлению всяким изменениям в **парадигме**. Наука становится всё более строгой. <...> Аномалия появляется только на фоне **парадигмы**. Чем более точна и развита **парадигма**, тем более чувствительным индикатором она выступает для обнаружения аномалии, что тем самым приводит к изменению в **парадигме**. <...> Научные революции рассматриваются здесь как такие некумулятивные эпизоды развития науки, во время которых старая **парадигма** замещается целиком или частично новой **парадигмой**, несовместимой со старой. <...> **Парадигма** — это то, что объединяет членов научного сообщества, и, наоборот, научное сообщество состоит из людей, признающих **парадигму** (Кун, 1977).

«Напомним, что мы старались тщательно избегать ортодоксального подхода к анализу благосостояния и вместо этого в качестве критерия оценки признали координацию. Наша неудовлетворённость ортодоксальной **парадигмой** благосостояния двояка» (Кирцнер, 2001).

«...Я рассказываю, почему невозможно стать безупречным руководителем, описанным в учебниках, которого пытается взрастить существующая система подготовки менеджеров. В этой же работе представлена новая **парадигма** управления в эпоху стремительных изменений» (Адизес, 2021).

Лит.: 1) Кун Т. Структура научных революций. М.: АСТ, 2003; 2) Кирцнер И. Конкуренция и предпринимательство. М.: Юнити-Дана, 2001; 3) Адизес И. Стили менеджмента — эффективные и неэффективные. М.: Альпина Паблишер, 2021.

ПАРАДОКС — ситуация, когда истинное и ложное значения обнаруживаются у одного и того же высказывания.

Ф. П. Рамсей предложил делить парадоксы на две группы: логико-математические и семантические.

Логико-математические парадоксы являются объектами изучения математической логики и редко используются в экономике.

Семантические парадоксы встречаются в экономике повсеместно, поскольку носят смысловой (семантический) характер, например известный ещё со времён Древней Греции парадокс, определяемый высказыванием «Я лжец».

Наличие парадоксов заставляет учёных находить причину их возникновения и тем самым способствует развитию науки. В экономике парадоксы возникают в ситуации, когда реальная экономическая практика противоречит экономической теории.

Наиболее известным в экономике является парадокс, получивший название по имени его открывателя — Р. Гиффена.

В большинстве отечественных работ по экономической теории говорится о том, что английский экономист XIX в. Р. Гиффен обратил внимание на то, что во время голода в Ирландии в середине XIX в. объём спроса на картофель существенно увеличился при росте цен на него. Подобная ситуация полностью противоречит классической постановке закона спроса — при росте цены на товар объём приобретаемого товара должен уменьшаться, а он увеличивается. Это явление и получило название парадокса Гиффена. Парадокс Гиффена экономистами объясняется следующим образом:

«Дело в том, что картофель представлял основной продукт питания ирландских бедняков. Повышение его цены вынудило их сократить потребление других, более дорогих и качественных продуктов. Поскольку всё же картофель оставался сравнительно наиболее дешёвым продуктом, объём спроса на него вырос... подобная ситуация представляет единственно возможное исключение из общего закона спроса» (Гальперин и др., 2004).

Есть и другая трактовка появления данного парадокса.

В конце XIX в. Р. Гиффен, «занимаясь анализом потребительских бюджетов британских рабочих-угольщиков, установил, что при каждом повышении продажных цен на сравнительно дешёвый, но ежедневно необходимый продукт питания — хлеб — платёжеспособный спрос на него не уменьшался, а возрастал» (Цацулин, 1998).

Дело, конечно не в том, какой именно продукт — картофель или хлеб — оказался тем самым объектом выявленного парадокса. И конечно же, не в том, с ирландскими бедняками или с британ-

скими угольщиками произошёл этот случай. Данный парадокс относится не к конкретно-историческому промежутку времени, а к типичной ситуации, которая может повториться. Поэтому появилось даже оригинальное разделение товаров на две группы — нормальные товары и товары Гиффена.

Особенно часто понятие товаров Гиффена употребляется применительно к современной российской экономике. Правда, при этом чаще всего упоминают картофель и хлеб, так как объёмы потребления именно этих продуктов в структуре потребления россиян выросли, а объёмы потребления других товаров уменьшились. В принципе, к товарам Гиффена относят товары «благ низшего порядка» — крупы, картофель, хлеб, искусственные жиры, синтетическую одежду, дешёвые овощи и т. п.

В любом случае парадокс Гиффена рассматривается экономистами как исключение из закона спроса.

Есть несколько интерпретаций этого явления в более сложной постановке, в том числе и с помощью инструментария математического моделирования, когда рассматривается общая система взаимосвязей товаров, цен, объёмов и доходов. При этом, правда, приходится делать ряд допущений о замкнутости системы, о характере доходов и т. п.

Считается, что наиболее аргументированно обосновал возможность появления парадокса Гиффена русский учёный Е. Е. Слуцкий, который в 1915 г. опубликовал статью «К теории сбалансированного бюджета потребителя». Краткий смысл его обоснований заключается в следующем.

Доход малообеспеченной группы населения ограничен и практически полностью уходит на потребление товаров первой необходимости. Повышение цен на хлеб (или картофель) приводит к тому, что реальный доход потребителя уменьшается. В результате этого он вынужден сокращать потребление одного из товаров. Этим товаром является более дорогое благо, поэтому потребитель вынужден сокращать объёмы потребления мяса и подобных товаров. При этом он недополучает часть необходимых для удовлетворения потребностей в еде продуктов. Их недостаток он компенсирует увеличением объёмов потребления хлеба, картофеля и других, более дешёвых благ.

«Чем же различаются когнитивные карты эксперта и рядового человека? Оба используют схемы, но эксперт учитывает больше факторов и взаимосвязей. Категории, используемые экспертом, носят более абстрактный характер. „Парадокс эксперта“ заключается в том, что его знания, с одной стороны, более сложны и комплексны, а с другой стороны, удаётся легче и быстрее получить необходимые результаты. Схемы эксперта когнитивно „компактны“» (Плотинский, 2001).

Лит.: 1) Гальперин В. М., Игнатьев С. М., Моргунов В. И. Микроэкономика. Т. 1. СПб.: Экономическая школа, 2004; 2) Цацулин А. Н. Цены и ценообразование в системе маркетинга. М.: Филин, 1998; 3) Плотинский Ю. М. Модели социальных процессов. М.: Логос, 2001.

ПОДХОД НАУЧНЫЙ — совокупность основных способов и методов решения задач, которая сформирована с целью получения новых научных знаний, а также обобщения явлений и углубления их понимания в науке.

Чаще всего научный подход является временной совокупностью, не представляющей отдельного научного интереса, поскольку после решения поставленной задачи и достижения исследовательской цели он в дальнейшем не используется. Однако в том случае, когда с помощью этого подхода можно решить и другие сопутствующие научные задачи, он представляет научный интерес и становится частью научной методологии того направления, для которого он сформирован. Примерами научного подхода такого рода являются системный, ситуационный и комплексный подходы.

*«...Идея о том, что микроэкономические проблемы решаются при условии „формирования правильных цен“, являет собой слишком упрощённый **подход**. „Формирование правильных экономических институтов“ представляется гораздо более значительной научно-прикладной задачей» (Уильямсон, 1996).*

*«В другом отношении, однако, моя позиция находится за рамками спора между кейнсианцами и монетаристами. Оба эти **подхода** являются макроэкономическими, тогда как я считаю, что денежная теория не нуждается в подобном **подходе** и не должна его применять, даже если она и не может полностью обойтись без такого, в сущности, макроэкономического понятия, как „деньги“... Альтернативный, микроэкономический **подход**, который предпочитаю я, опирается на*

построение моделей, преодолевающих проблему нашего неизбежного незнания всех имеющих значение фактов путём „сокращения масштаба“» (Хайек, 2020).

*«...Понятие „системный **подход**“ шире, чем понятие „системный анализ“. По существу, системный анализ можно рассматривать как наиболее последовательную реализацию системного **подхода** к решению политических, социально-экономических, управленческих, технических и других проблем в различных сферах человеческой деятельности» (Костенко, 2022).*

Лит.: 1) Уильямсон О. И. Экономические институты капитализма. Фирмы, рынки, «отношенческая» контрактация. СПб.: Лениздат, 1996; 2) Хайек Ф. А. Рынок и другие порядки. М.: Интермедиа, 2020; 3) Костенко Е. П. История менеджмента. Ростов н/Д.: ЮФУ, 2014.

ПОКАЗАТЕЛЬ — характеристика какого-либо свойства объекта, процесса или решения, которая отражает одну или несколько его сущностных черт.

Показатель имеет наибольшую ценность для исследователя в том случае, когда его можно измерить в метрической шкале, поскольку с полученной таким образом информацией легко работать и выполнять все математические действия.

В свою очередь, показатель может принимать форму индикатора (показателя, фиксирующего доступные наблюдению и измерению признаки объекта) или индекса (комбинированный показатель). Например, успеваемость студента выражается в ряде показателей — оценкой по отдельным дисциплинам. Для каждого показателя успеваемости по дисциплинам (физкультура и высшая математика) подбираются соответствующие индикаторы, с помощью которых можно наблюдать, регистрировать и измерять степень усвоения студентом дисциплины.

Любой экономический объект обладает множеством свойств, каждое из которых может быть охарактеризовано как минимум одним показателем. Отразить эти многочисленные свойства объекта в целом через какой-то один комплексный показатель бывает очень трудно. В таком случае прибегают к формированию комплексного показателя в форме некоторого индекса. По величине этого индекса можно осуществить сравнение объекта с другими

объектами и задать оценку его состояния в виде показателя другого рода — рейтинга.

*«Для анализа для каждого года были рассчитаны следующие экономические **показатели**: индекс Херфиндаля — Хиршмана; индекс энтропии и дисперсии рыночных долей; индексы концентрации (CR3, CR5, CR10)» (Соловых, 2021).*

*«...Оценку потенциалов развития муниципальных образований, как опорных точек пространственной организации экономики, предлагается проводить по конкретному перечню социальных, экономических и демографических **показателей**, позволяющих сделать вывод о наличии или отсутствии конкурентного потенциала у рассматриваемых муниципалитетов с точки зрения формирования локальных „полюсов роста“. Для сопоставления муниципалитетов по выделенным индикаторам производится расчёт интегрального **показателя** методом „минимакса“, позволяющим по каждому из выделенных **показателей** определять место региона на нормированной линейке значений для анализируемых муниципалитетов, а затем, оперируя процентными пунктами, рассчитывать сводный **рейтинг** муниципального образования по уровню социально-экономического потенциала» (Леонов, 2017).*

Лит.: 1) Соловых Н. Н. Модернизация современной социально-экономической политики России: человек как средство и человек как цель. М.: Прометей, 2021; 2) Леонов С. Н. Эмпирический анализ поляризованного развития субъекта Российской Федерации // Региональная экономика: теория и практика. 2017. Т. 15. Вып. 3.

ПОНЯТИЕ — результат отражения в сознании человека существенных признаков предмета мысли и их совокупности в абстрактной, обобщённой форме.

Понятие — это результат абстрагирования, поскольку основной логической функцией понятия является выделение общего, которое достигается посредством отвлечения от всех малозначительных особенностей предметов данного явления. В понятии выделяются определённые классы предметов с помощью обобщения их наиболее важных свойств. Эти свойства одновременно выступают отличительным и существенным признаком понятия.

В каждом понятии различают его содержание и объём. Содержание понятий составляет совокупность существенных признаков

предмета, мыслимого в понятии. Объём понятия — элемент структуры понятия, отражающий множество (класс) предметов, на которые оно распространяется.

По объёму понятия делятся на единичные и общие, собирательные и несобирательные, а по содержанию — на конкретные и абстрактные, положительные и отрицательные, безотносительные и соотносительные.

Так, понятие, в котором мыслится один элемент, называется единичным, например «Санкт-Петербург» или «Балтийский федеральный университет». Понятие, в котором мыслится множество элементов, называется общим, например «университет», «столица».

Собирательные понятия — понятия, в которых мыслятся признаки совокупности элементов, составляющие единое целое, например «коллектив», «финансы».

Общие понятия употребляются в разделительном (суждение относится к каждому элементу класса) или собирательном (высказывание относится ко всем элементам, взятым в единстве и неприложимо к каждому элементу в отдельности). Например, в суждении «В странах с развитой рыночной экономикой существует эффективная система налогообложения» понятие «эффективная система налогообложения» употребляется в разделительном смысле, поскольку оно относится только к странам, имеющим развитую рыночную экономику. В суждении «Банки выдали в прошлом году малым предприятиям Кубани кредитов на 2 млрд рублей» понятия «банки» и «малые предприятия» употреблены в собирательном смысле.

Определение понятия, то есть раскрытие его содержания, является важной научной задачей. О том, что эта задача не является простой, свидетельствует один исторический анекдот.

Когда известный естествоиспытатель Кювье (1769–1832) зашёл в Академию наук в Париже, где работала комиссия по составлению энциклопедического словаря, его попросили оценить определение слова «рак», которое было только что «удачно» найдено.

— Мы нашли определение понятию «рак», — сказали члены комиссии. — Вот оно: «Рак — небольшая красная рыба, которая ходит задом наперёд».

— Великолепно, — ответил им Жорж Леопольд Кювье. — Однако разрешите мне сделать небольшое замечание. Дело в том, что

рак не рыба, он не красный и не ходит задом наперёд. За исключением всего этого, ваше определение превосходно.

Если определение дано верно, то оно устраняет неполноту знания, поэтому каждый учёный получает возможность оперировать понятиями, давая им одну и ту же интерпретацию.

Определение должно быть ясным и недвусмысленным, соразмерным (области значения определяемого и определяющего должны совпадать), соответствующим контексту, в котором оно употребляется.

Самый простой способ определения понятия — перечисление свойств, присущих объекту, который определяется в данном понятии. Например, Американская ассоциация маркетинга (American Marketing Association) даёт такое определение:

«Маркетинг — это разработка товаров и услуг, ориентированных на нужды покупателей, установление на них цен, продвижение и распределение этих товаров и услуг для осуществления систематических обменов (сделок), с помощью которых люди и организации могут наилучшим образом достигать своих целей» (Багиев, Тарасевич, 2010).

Или:

«Оксфордский словарь определяет менеджмент как способ, манеру обращения с людьми, власть и искусство управления, административные навыки. Словарь иностранных слов переводит его как управление производством, совокупность принципов, методов, средств и форм управления с целью повышения эффективности производства и его прибыльности» (Глухов, 2002).

Простое перечисление сущностных свойств имеет смысл только в том случае, когда этих свойств мало — два-три. Но чаще всего приходится сталкиваться с ситуацией, когда отличительных свойств понятия значительно больше, поэтому этот способ определения понятия становится малоэффективным.

В современной науке используется родовидовой способ определения понятия. С его помощью решаются две основные задачи:

1) отличать предметы, входящие в данное понятие, от всех остальных предметов (определить род);

2) указывать существенные признаки предмета (показать видовые отличия).

Не всегда это удаётся сделать корректно. Вот, например, такое определение:

«Маркетинговые практики — совокупная и системная деятельность, которая ведётся в отделах маркетинга и за его пределами для реагирования на изменения рынка и наиболее полного удовлетворения потребностей покупателей».

Если «практика» — это «деятельность» (род), то какие видовые отличия имеет «практика» и чем она отличается от других видов маркетинговой деятельности? Из определения это не следует, видовых отличий в определении нет. Слова «маркетинг» и «потребитель», используемые в определении, ясности не вносят. Значит, понятие не определено.

При определении понятия родовидовым способом необходимо указывать на ближайшее родовое понятие и на то, чем данное понятие отличается от других.

«Региональная политика — это форма государственной экономической политики, направленная на изменение региональной структуры экономической деятельности» (Словарь современной экономической теории Макмиллана, 1997).

«...Под личным доходом мы понимаем общую сумму денег, заработанных человеком или домашним хозяйством за определённый период времени (обычно за год)» (Самуэльсон, Нордхаус, 1997).

«Приватизация — преобразование отношений собственности путём передачи или продажи на различных условиях государственной или муниципальной собственности частным или коллективным хозяйствующим субъектам» (Популярная экономическая энциклопедия, 2001).

В том случае когда понятие занимает высшую иерархическую ступень в системе понятий (общее собирательное понятие), оно ставится в ряд категорий. Определение категорий — очень сложная задача, поскольку, являясь общим и собирательным понятием, категория обладает множеством свойств, учесть которые в полном объёме в форме видовых отличий невозможно. Поэтому каж-

дый учёный, дающий определение категории, акцентирует внимание на главных с его позиций видовых свойствах этого понятия. Отличным примером этого является такая категория, как «экономика», определения которой многочисленны.

«Экономика — это та сфера человеческой деятельности, которая посвящена удовлетворению потребностей членов общества посредством обмена» (Светуных, 2019).

«Экономика — это сфера общественной жизни на различных уровнях со своими нормами, законами, правилами, проблемами и достоинствами, также противоречиями» (Чернопятов, 2021).

«Экономика — это часть повседневной жизни людей, которые принимают ежедневное участие в экономической деятельности, живут в экономической среде, постоянно используют термины, употребляемые экономистами (деньги, цены, заработная плата, доходы, расходы и др.)» (Слюсарь, 2014)

Лит.: 1) Багиев Г. Л., Тарасевич В. М. Маркетинг. СПб.: Питер, 2010; 2) Глухов В. В. Менеджмент. СПб.: Питер, 2002; 3) Словарь современной экономической теории Макмиллана. М.: Инфра-М, 1997; 4) Самуэльсон П. А., Нордхаус В. Д. Экономика. М.: Билл, 1997; 5) Популярная экономическая энциклопедия. М.: БРЭ, 2001; 6) Светуных С. Г. Теория многоуровневой конкуренции. М.: URSS, 2019; 7) Чернопятов А. М. Экономика. М.: Директ-Медиа, 2021; 8) Слюсарь Б. Н. Организация производства на авиастроительном предприятии. Ростов н/Д.: ДГТУ, 2014.

ПОСТУЛАТ — неочевидное утверждение некоторой научной теории, принятое в ней в качестве исходного, недоказуемого в её рамках.

В отличие от аксиомы постулат в меньшей степени формализован и его формулировка может быть и не очень строгой. Иногда постулат может выступать в форме принципа научной теории, но не наоборот, поскольку принципы следует обосновывать.

В современной науке довольно часто в качестве постулатов выступают положения смежных наук или теорий, в которых эти положения имеют строгое научное доказательство. Эти положения не имеет смысла доказывать вновь, поэтому их можно постулировать, то есть взять без доказательства в новой теории.

«В связи с принципиальной невозможностью строгого теоретического описания выбора инвестиционных проектов в практических расчётах

опираются на определённую систему **постулатов**... В большинстве работ ту или иную систему **постулатов** называют принципами оценки инвестиционных проектов, выделяя следующие группы: 1) методологические, 2) методические, 3) операционные, 4) частные» (Васильев, 2004).

«Классическая теория занятости, считавшаяся столь простой и ясной, базировалась, по-моему, на двух основных **постулатах**, практически принимавшихся без обсуждения, а именно: 1. Зарботная плата равна предельному продукту труда... 2. Полезность заработной платы при данном количестве занятых работников равна предельной тягости труда при той же величине занятости» (Keyenes, 2008).

«Институционалисты отвергли главные постулаты ортодоксальной теории экономического либерализма, и в первую очередь идею „гармонии интересов“ при капитализме; маржиналистские концепции стоимости и ценообразования; оценку свободного предпринимательства как основу экономической системы капитализма; абстрактно-дедуктивные построения в экономической теории» (Экономическая теория, 2015).

Лит.: 1) Васильев В. Д. Оптимизационный подход к выбору инвестиционных стратегий и проектов в строительстве объектов региона. СПб.: СПбГУЭФ, 2004; 2) Keyenes J. M. The general Theory of employment, interest and money. BN Publishing. 2008; 3) Экономическая теория. М.: Юрайт, 2015.

ПРЕДМЕТ ИССЛЕДОВАНИЯ — всё то, что находится в границах объекта исследования и является главным интересом рассмотрения.

«Исследователь любой области науки постоянно сталкивается с проблемой, как надо подойти к изучению **предмета**, с чего начать воспроизведение его истории в мышлении. Чтобы вскрыть сущность **предмета**, необходимо воспроизвести реальный исторический процесс его развития, но последнее возможно только в том случае, если нам известна сущность **предмета**» (Копнин, 1973).

«**Предмет** исследования более узок и конкретен (чем объект исследования). Благодаря его формулированию в диссертации из общей системы, представляющей объект исследования, выделяется часть системы или процесс, протекающий в системе, являющийся непосредственным **предметом** исследования. Например, в общей системе ценообразования может быть выделено ценообразование на услуги коммерческих

банков; в отношениях между государством и обществом — природа материальных отношений как особая форма отношений; в процессах преобразования выделяется преобразование ядерной энергии в электрическую; в развитии творческой активности учащихся — педагогическое воздействие на активизацию творческого усвоения учащимися знаний по физике. Именно на **предмет** исследования ориентируется диссертационная работа, вследствие чего он непосредственным образом отражается в теме диссертации» (Райзберг, 2000).

Вот пример ошибки в формулировке объекта и предмета научного исследования.

*«Объект настоящего исследования — сложные вероятностные динамические многоуровневые иерархические социально-экономические системы. **Предмет** исследования — понятийный аппарат, содержание и форма отображения исследуемых систем, принципы, способы, механизмы, законы достижения цели, законы и механизмы саморазвития, теория и практика управления в многоуровневых системах, закономерности, носители движущих сил саморазвития, самоорганизации и самоуправления».*

Видно, что объектом выступают системы, а предметом исследования — все свойства систем, а также часть науки. К тому же предмет не представляется в единой целостности.

*«Определяя объект исследования, мы отвечаем на вопрос, что исследуется. Тот аспект нашего исследования, о котором будет получено новое знание, находит отражение в **предмете** исследования» (Краевский, 1989).*

Лит.: 1) Копнин П. В. Диалектика как логика и теория познания. Опыт логико-гносеологического исследования. М.: Наука, 1973; 2) Райзберг Б. А. Диссертация и учёная степень. М.: Инфра-М, 2000; 3) Краевский В. В. Методологическая рефлексия // Советская педагогика. 1989. № 2.

ПРИЗНАК — величина, характеризующая объект в процессе статистического исследования.

Признак может быть качественным или количественным, одномерным или многомерным, непрерывным или дискретным. Признак выражает свойства и отношения реальных объектов.

Наука оперирует необходимыми существенными признаками. Необходимыми называются признаки, при отсутствии которых предмет перестает быть данным предметом, утрачивает свое качество. Признаки, при отсутствии которых не происходит потери качества предмета, называются случайными. Существенные признаки — это признаки, необходимо принадлежащие предмету, выражающие его сущность.

*«Проанализировав Закон, можно выделить следующие количественные **признаки** в отношении аудита: аудиторское заключение; стандарты аудиторской деятельности; кодекс профессиональной этики; независимость аудиторских организаций; аудиторская тайна; аттестация аудиторов; допуск к профессиональной деятельности» (Юдина, 2012).*

*«Изученные источники дают основание утверждать, что экономичность, продуктивность и результативность в настоящее время рассматриваются как универсальные **признаки** экономической эффективности. Сфера приложения этих индикаторов существенно расширилась, вобрав в себя области государственного и негосударственного контроля» (Жуков, 2015).*

*«Решения на этом этапе принимаются на основе количественных оценок влияния изменений факторных **признаков** на темпы экономического роста и темпы роста экологической нагрузки» (Комплексная оценка..., 2018).*

Лит.: 1) Юдина Г. А. Контроль качества аудита. Красноярск: Сиб. фед. ун-т, 2012; 2) Жуков В. Н. Методологические основы перекрёстного финансового контроля в корпорациях // Финансовая аналитика: проблемы и решения. 2015. № 48; 3) Комплексная оценка устойчивости развития социо-эколого-экономических систем регионов Сибири. Красноярск: Сиб. фед. ун-т, 2018.

ПРИНЦИП — наиболее общее предписание, указывающее направление познавательной деятельности.

Принцип является центральным понятием, основанием системы знания. В научных теориях главнейшим вопросом является формулирование принципов (исходных положений или аксиом) теории. Методология науки даёт, например, следующие правила формулировки принципов теорий: дать название принципу, неважно даже, на каком основании (можно на основе фамилии его автора); вербально определить основные понятия, входящие в формулиров-

ку принципа; сформулировать с использованием этих понятий сам принцип; обосновать его истинность и показать его применимость для решения научно-практических задач.

В качестве примера приведём основные общенаучные принципы, считающиеся сегодня обязательными в научных исследованиях.

Принцип недостаточного основания — один из основополагающих принципов научного исследования, который заключается в следующем. Если нет оснований предпочесть исход одного события другому или одну гипотезу другой, тогда оба события или гипотезы следует считать равновероятными. Принцип недостаточного основания в экономике нашёл место в теории принятия решений при выборе решения в условиях неопределённости.

Принцип привычности — один из принципов оценки выдвигаемых предположений, который рекомендует избегать неоправданных новаций и стараться по возможности объяснять новые явления с помощью известных теорий.

Принцип простоты — один из наиболее общих принципов практики научного исследования. Наиболее ясно был сформулирован английским философом У. Оккамом, поэтому долгое время этот принцип назывался «Бритва Оккама». Согласно этому принципу при объяснении изучаемых явлений не должно быть много независимых допущений, а те, что используются, должны быть возможно более простыми. В эконометрии, например, принцип простоты является основным при выборе и построении эконометрических моделей — в начале исследуется возможность использования простой модели, а затем, в случае её неадекватного поведения, модель более сложная. Эта процедура осуществляется до тех пор, пока не будет найдена эконометрическая модель оптимальной сложности. Формализуют эту процедуру с помощью различных информационных критериев.

Принцип универсальности предполагает проверку выдвинутого положения на приложимость его к классу явлений, более широкому, чем тот, на основе которого оно было первоначально сформулировано.

Принцип системности предполагает комплексное изучение объекта с позиций единой системы взаимосвязей явлений и факторов, составляющих среду его функционирования.

Принцип природной специфичности требует тщательного изучения особенностей объекта прогнозирования, которые делают его отличным от других объектов. Именно выявление этих особенностей позволяет избежать ошибки инструментария, когда используемый аппарат исследования оказывается непригодным для данного объекта из-за присущих ему специфичных свойств.

Принцип оптимальности затрат состоит в естественном желании провести исследование объекта с минимальными затратами трудовых и материальных ресурсов.

*«Принципы обычно представлены как всеобъемлющие правила, предназначенные для подлинных кооперативных организаций, и рассматриваются как критерии их экономического поведения. Но действительно ли эти **принципы** свойственны кооперативным организациям и если они им присущи, то почему?» (Соболев, 2021)*

*«В соответствии с этим А. Маршалл, будучи крупнейшим представителем второй волны маржинализма, всесторонне обосновал новые **принципы** методологии экономического исследования» (История экономических учений, 2015).*

*«...**Принцип** локализации имеет то значение, что он даёт возможность индивидуализировать кредитные операции и таким путём достигать их наибольшего обеспечения; и в то же время он даёт возможность самого строгого контроля за назначением ссуды и гарантирует исправный возврат её путём нравственного давления со стороны заинтересованных членов товарищества» (Туган-Барановский, 1989).*

Лит.: 1) Соболев А. В. Кооперация: экономические исследования в русском зарубежье. М.: Дашков и К, 2021; 2) История экономических учений. М.: Юрайт, 2015; 3) Туган-Барановский М. И. Социальные основы кооперации. М.: Экономика, 1989.

ПРИЧИННАЯ СВЯЗЬ (ДЕТЕРМИНИЗМ) — отношение взаимной зависимости явлений, причём одно из них предшествует другому (причина) и ведёт к возникновению другого (следствие).

Согласно общему принципу причинности (детерминизму) всё происходящее в мире имеет причину и ничто не может произойти без предшествующей причины. Впервые этот принцип был сформулирован и тщательно рассмотрен Г. Ф. Лейбницем (1646–1716). До него превалировал принцип «Всё происходит по воле Божьей». Не

отрицая по существу этот принцип, Лейбниц дополнил его наличием причинно-следственных связей, которые существуют и без божественного вмешательства.

Общая схема причинного обоснования выглядит следующим образом: «*В* есть причина *А*. *В* имеет место. Следовательно, *А* должно иметь место». В указанной схеме заключение следует с логической необходимостью, то есть причина порождает и обуславливает следствие.

*«...Наука явно **детерминистична**, она такова по определению. **Недетерминистской** науки не может существовать, а мир, в котором не царит **детерминизм**, был бы закрыт для учёных» (Пуанкаре, 1983).*

*«Знания в области поведения потребителя могут быть использованы для того, чтобы: повлиять на это поведение или изменить его в пользу предприятия; защитить права и интересы потребителя; сформировать социальную политику; понять и предсказать поведение потребителя; выявить **причинно-следственные** связи, которые управляют убеждением и просвещением» (Депутатова, 2022).*

*«Недобросовестная конкуренция, как правило, либо служит **причиной** возникновения доминирующего положения фирмы (нескольких фирм) на рынке, либо используется ими для сохранения этого положения» (Деньгов, 2016).*

Лит.: 1) Лейбниц Г. В. Труды по философии. М.: Ленанд, 2019; 2) Пуанкаре А. О науке. М.: Наука, 1983; 3) Депутатова Е. Ю. Изучение покупательского поведения в розничной торговле: теория и практика. М.: Дашков и К, 2022; 4) Деньгов В. В. Микроэкономика: в 2 т. Т. 1. Теория потребительского поведения. Теория фирмы. Теория рынков. М.: Юрайт, 2016.

ПРОБЛЕМА — форма теоретического знания, содержанием которой являются некоторые затруднения, требующие преодоления с помощью теоретического или эмпирического исследования.

В науке проблемы возникают в рамках некоторого существующего в явном виде знания. Поэтому понятие «проблема» можно определить как знание о незнании.

Объективные предпосылки, круг интересов исследователя и существующая система знаний придают проблемам определённую направленность. Проблема — это не застывшая форма знания, а процесс, включающий два составных момента: её постановку и решение.

Довольно часто учёные сталкиваются не с одной проблемой, а совокупностью проблем. В таком случае говорят о проблемном поле научного исследования. Решить все проблемы этого проблемного поля в рамках одного научного исследования, как правило, не представляется возможным. Поэтому важную роль играет выбор основной или нескольких основных проблем, требующих решения в рамках данного научного исследования. В этом случае выбор осуществляется посредством оценивания каждой проблемы с точки зрения их актуальности, новизны и разрешимости.

Оптимальный выбор проблемы, а значит, и направления исследования носит творческий характер и предполагает критическое переосмысление, обобщение, выявление недостатков предлагаемых решений, постановку нового комплекса задач, определение круга методов решения проблемы в рамках главенствующей методологии.

*«Формулировка **проблемы** часто более существенна, чем её разрешение, которое может быть делом лишь математического или экспериментального искусства. Постановка новых вопросов, развитие новых возможностей, рассмотрение старых **проблем** под новым углом зрения требуют творческого воображения и отражают действительный успех в науке» (Эйнштейн, Инфельд, 1965).*

Лит.: Эйнштейн А., Инфельд Л. Эволюция физики. М.: Наука, 1965.

ПРОЦЕДУРА — последовательность всех операций, общая система действий и способов организации научного исследования, используемая для достижения цели исследования.

*«В научном исследовании выделяют такие понятия, как группировка, типологизация и классификация. Группировка и классификация — это элементарные **процедуры** упорядочения имеющихся в распоряжении исследователя данных. С помощью группировки и классификации осуществляется в определённой степени агрегирование данных, так как расширяются области подобия и устанавливаются новые границы различий в массе эмпирических данных. Эта **процедура** предваряет последующий анализ данных. По сути, они представляют собой одну и ту же **процедуру** упорядочения данных на одном и том же уровне обобщения. Их различие заключается только в том, что при группировке получают группы данных, а при классификации — классы» (Светуньков, Аренков, 2001).*

*«Многоэкстремальность поверхности отклика, наличие глобального (главного) и локальных (частных) экстремумов значительно усложняют **процедуру** поиска оптимума и могут привести к ошибке при его нахождении» (Берикашвили, 2015).*

Лит.: 1) Светуныков С. Г., Аренков И. А. Логика маркетинговых решений. СПб.: СПбГУЭФ, 2001; 2) Берикашвили В. Ш. Статистическая обработка данных, планирование эксперимента и случайные процессы. М.: Юрайт, 2019.

ПРОЦЕСС — 1) последовательная смена состояний, стадий изменения системы или иного объекта; 2) совокупность последовательных действий для достижения какого-либо результата.

Между процессом и процедурой имеется взаимосвязь. Процедура всегда субъективна. Она представляет собой набор целенаправленных действий, зависящий от человека, эту процедуру разработавшего и использующего. А процесс — это реализация процедуры в конкретных условиях. Процесс — объективное отражение реализуемой процедуры.

*«Побуждающей идеей математического программирования является идея „**процесса**“, или „деятельности“. **Процесс** — это специфический метод для выполнения экономической задачи. Например, производство мыла по определённой формуле является **процессом**. Также **процессом** является изготовление хлопчатобумажных товаров определённого качества на определённом типе ткацких станков. Обычная производственная функция может рассматриваться как формула, связывающая все исходные ресурсы и выпуск всех **процессов**, посредством которых данная задача может быть выполнена.*

*Для некоторых задач, например производства мыла, существует бесконечное число возможных **процессов**. Для других, например ткачества, — только конечный набор **процессов**. В отдельных случаях завод или отрасль могут иметь единственный возможный **процесс**» (Дорфман, 1995).*

*«**Процесс** первичного накопления капитала у частных землевладельцев идёт очень медленными темпами, приток частных капиталовложений извне (из городских экономических кругов), можно сказать, полностью отсутствует» (Погосян, 2005).*

Лит.: 1) Дорфман Р. Математическое, или «линейное», программирование: нематематическое представление // Вехи экономической мысли. Т. 2. Теория фирмы.

СПб.: Экономическая школа, 2000; 2) Погосян Г. А. Современное армянское общество: особенности трансформации. М.: Academia, 2005.

РАЦИОНАЛЬНОСТЬ (от лат. *ratio* — «разум») — разумность и осмысленность каких-либо действий.

Среди принимаемых в экономике решений чаще всего выделяют именно рациональные решения — лучшие решения в сложившихся обстоятельствах. Они не являются наилучшими (оптимальными), поскольку неизвестны все составляющие и условия в тот момент, когда из множества альтернативных решений выбирается единственное.

*«К улучшениям, увеличивающим производительные силы земли, относятся более **рациональный** севооборот или лучшее удобрение. Эти улучшения, безусловно, позволят нам получать тот же продукт с меньшей площади земли. Если, введя в севооборот турнепс, я могу получить помимо хлеба ещё и корм для своих овец, то земля, на которой паслись раньше овцы, становится ненужной и то же самое количество сырого продукта будет получено с меньшей площади земли» (Рикардо, 1993).*

*«Усовершенствованная машина, которая выгодна для нового предприятия, часто не приносит никакой прибыли... Нередко, если такая замена и была бы **рациональной**, она тем не менее невозможна объективно. В этом случае всё зависит от отношений и свойств отдельного предпринимателя, он должен располагать необходимой для этого интеллигентностью и подвижностью, знать нововведение, правильно судить о нём и, наконец, быть готовым к риску. Если хоть одного из этих условий нет налицо, нововведения, сами по себе доходные, нельзя осуществить» (Туган-Барановский, 1913).*

*«Минсельхоз США, созданный в середине XIX в., за многие годы развития и совершенствования превратился в мощную госструктуру. В 1995 г. на федеральном и штатном уровнях в нём трудилось 108 тыс. человек... Определились следующие направления его деятельности... 3. Охрана окружающей среды и **рациональное** использование природных ресурсов» (Государство и рынок, 1999).*

Лит.: 1) Рикардо Д. Начала политической экономии и налогового обложения. Избранное. М.: Эксмо, 2008; 2) Туган-Барановский М. И. Социальная теория распределения // Известия С.-Петербург. политехнического ин-та императора Петра Великого. Т. XX. СПб., 1913; 3) Государство и рынок: американская модель. М.: Анкил, 1999.

РЕДУКЦИОНИЗМ — методологический принцип, согласно которому для упрощения исследования объектов высшего порядка изучаются закономерности, свойственные объектам низшего порядка, и результаты переносятся на высшие.

Абсолютизация принципа редукции, игнорирование специфики уровней организации не позволяют объективно объяснить качественную специфичность сложных образований, неизбежно ведут к заблуждениям в познании.

*«Исходное положение конфуцианства — социальная редукция индивидуальной жизни. **Редукция** (reduction) — покорение, приведение к знаменателю, дисконт. Отсюда социальная **редукция** означает, что человек — функция в социально-экономическом организме общества. Он — личность не для себя, а для общества. Другими словами, социальная **редукция** — деперсонализация экономических интересов» (Фокин, 2016).*

Лит.: Фокин Н. И. Экономический словарь неэкономических терминов. [Б. м.]: Издательские решения, 2016.

СВЕДЕНИЯ — некоторая характеристика объекта исследования, не зафиксированная пока ещё должным образом в форме данных об объекте.

Сведения представляют собой фактическое сообщение о чём-либо. После фиксации сведений они становятся данными.

*«Наблюдатель, в течение длительного времени изучающий поведение данной социальной системы, вправе строить модели, описывающие „картины мира“, даже не имея достоверных **сведений** о реальном процессе принятия решений в исследуемой социальной общности» (Плотинский, 2001).*

Лит.: Плотинский Ю. М. Модели социальных процессов. М.: Логос, 2001.

СВОЙСТВО — характеристика предмета, обуславливающая его различие или сходство с другими предметами.

Свойства могут быть существенными и несущественными, необходимыми и случайными, общими и специфическими. Существенные свойства объекта называют его атрибутами.

Системный подход, являясь основным научным методом, выделяет следующие свойства больших систем:

1) эмерджентность — появление у целого свойств, не выводимых из наблюдаемых свойств частей;

2) иерархичность — наличие в системе нескольких подсистем разных иерархических уровней со своими органами управления и с доминированием верхних уровней над нижними;

3) динамичность — подвижность, изменчивость системы во времени;

4) неполнота информации — невозможность однозначного определения будущего (а иногда также текущего и прошлого) состояния системы;

5) автономность — относительная самостоятельность подсистем, наличие у них собственных органов управления и своих целей (критериев), которым должно быть подчинено их развитие или функционирование;

6) экономичность — стремление (и способность) системы осуществлять свои функции с минимумом затрат всех видов ресурсов;

7) надёжность — способность системы выполнять заданные функции в заданном объёме при определённых условиях функционирования;

8) многокритериальность — наличие нескольких критериев (целей, показателей) при оценке эффективности функционирования или развития системы;

9) инерционность — способность сохранять прежнее состояние, его характеристики в течение некоторого промежутка времени. При этом тенденции развития системы меняются постепенно, а не скачкообразно под воздействием внутренних и внешних факторов;

10) самоорганизуемость — способность системы изменять свою структуру, состав и параметры элементов при изменении условий взаимодействия с окружающей средой;

11) адаптивность — способность системы использовать получение новой информации для приближения своего поведения и структуры к оптимальным.

*«Функциональные **свойства** определяют основное назначение товара. <...> Эргономические **свойства** — способность товаров создавать ощущения удобства, комфортности его потребления в системе*

„человек — изделия — среда“ в соответствии с антропометрическими и психофизиологическими характеристиками потребителя» (Косарева, 2020).

*«Сложные системы в экономике обладают рядом **свойств**, которые необходимо учитывать при их моделировании, иначе невозможно говорить об адекватности построенной экономической модели» (Осипенко, 2018).*

«Необходимые (обязательные) свойства — это такие свойства товара, которые создают покупательский интерес к разрабатываемому товару. Отсутствие таких свойств приведёт к неудовлетворённости потенциальных потребителей» (Внутрифирменное планирование, 2021).

Лит.: 1) Косарева О. А. Товароведение продовольственных и непродовольственных товаров. М.: Синергия, 2020; 2) Осипенко С. А. Экономико-математическое моделирование. М.; Берлин: Директ-Медиа, 2018; 3) Внутрифирменное планирование. М.: Юрайт, 2021.

СЕМАНТИКА — множество правил придания значений выражениям языка.

Семантика является основанием для стандартизации понятий науки.

*Семантика — это «все рассуждения, касающиеся того вида понятий, которые, говоря общо и не совсем точно, выражают определённые связи между выражениями языка и предметами, о которых в этих выражениях идёт речь. В качестве типичных примеров понятий из области **семантики** достаточно привести понятия обозначения, выполнения, определения» (Tarski, 1936).*

Несмотря на то что содержание рассматриваемых понятий кажется достаточно выразительным и ясным, ни одна попытка точно охарактеризовать семантические понятия и уточнить их содержание не была до сих пор увенчана успехом, а различные рассуждения, относящиеся к этим понятиям и основанные на очевидных посылах, приводили к парадоксам и антиномиям. Понятия из области семантики попросту не умещаются в границах языка, к которому относятся. Язык, который содержал бы свою собственную семантику и в котором были бы обязательны обычные законы логики,

должен был бы быть противоречивым языком. На эти особенности семантики было обращено внимание лишь в последнее время.

Семантика и семантический анализ активно используются в маркетинговых исследованиях и информационных технологиях.

«Семантический анализ языка экономической информации как знаковой системы предполагает изучение его как средства выражения определённого смысла, заложенного в информационные массивы. Этот смысл можно интерпретировать с точки зрения его содержательности и направленности определённым набором предположений и гипотез, поддерживаемых программным обеспечением и электронно-техническими средствами информационной системы» (Цацулин, 2014).

Лит.: 1) Tarski A. O ugruntowaniu naukowej semantyki // Przegląd filozoficzny. R. XXXIX (1936), z. I. Warszawa, 1936; 2) Цацулин А. Н. Экономический анализ. СПб.: Питер, 2014.

СЕМИОТИКА — теория, исследующая свойства знаков и знаковых систем.

Семиотический метод — метод опосредованного познания действительности, который заключается в том, что исследуемый объект анализируется по его материальным следам, чувственно воспринимаемым признакам или другим знакам, представляющим его в процессе познания.

Основные принципы семиотического метода научного исследования: принцип предметности (все выводы и гипотезы, вытекающие из анализа, относятся не к самому знаку, а к стоящему за ним объекту), принцип однозначности (запрет применения одного и того же знака к несхожим предметам и ситуациям), принцип взаимозаменяемости (возможность замены одного знака другим на основе их смыслового тождества).

Семиотический метод используется в маркетинге и экономической психологии.

«Город выступает и как сложная семиотическая система. Так, в своих работах, посвящённых семиотике Петербурга, известный исследователь Ю. Лотман предлагает рассматривать город с разных позиций: город как имя; город как пространство, город как время» (Джан-джугазова, 2019).

*«...Бренды, являясь **семиотическими** знаками (символами), имеют информационную природу, поэтому коммуникационная политика для брендов является важнейшим направлением в реализации комплекса маркетинга» (Старов, 2021).*

Лит.: 1) Джанджугазова Е. А. Маркетинговые технологии в туризме: маркетинг туристических территорий. М.: Юрайт, 2019; 2) Старов С. А. Управление брендами. СПб.: Изд-во С.-Петерб. ун-та, 2021.

СИНЕРГИЧЕСКАЯ СВЯЗЬ — связь, которая при совместных действиях независимых элементов системы обеспечивает увеличение общего эффекта до величины большей, чем сумма эффектов этих же элементов, действующих независимо.

«Рассуждая о стратегическом планировании, М. Мескон с соавторами вводит требование непротиворечивости целей фирмы: „Действия и решения, необходимые для достижения одной цели, не должны мешать достижению других целей“...

*Представляется привлекательной идея буквальной трактовки приведённого требования — как увеличения вероятности достижения одних целей при условии реализации других. Такая **синергия** целей тем более желательна, что в действительности трудно добиться их строгого разделения и исключить взаимовлияние, особенно учитывая их одновременность и необходимость соответствующей соподчинённости. Какое-то взаимовлияние всё равно будет, и вопрос заключается не в том, чтобы его исключить, а в том, чтобы сделать его неотрицательным; поскольку же надёжность точечной оценки („ровно 0“) заведомо ниже, чем интервальной, есть смысл сразу ориентироваться на позитивное взаимовлияние, то есть на получение **синергического эффекта**» (Международный менеджмент, 2000).*

*«Под **синергией** в случае сделок слияния и поглощения принято понимать дополнительную стоимость, созданную в результате объединения двух компаний, открывшего для объединённой компании новые возможности, недоступные компаниям по отдельности, и повысившего её конкурентоспособность. В литературе разделяют два основных вида синергии: операционную и финансовую» (Родионов, Михальчук, 2015).*

Лит.: 1) Международный менеджмент. СПб.: Питер, 2000; 2) Родионов И. И., Михальчук В. Б. Оценка размера и структуры синергии во внутренних сделках слияния и поглощений в 2006–2014 гг. // Современная конкуренция. 2015. Т. 9. № 6 (54).

СИНТЕЗ — исследовательский метод, обратный анализу, то есть имеющий целью объединить отдельные части изучаемой системы, её элементы в единую систему.

Целью синтеза является построение структуры системы, которая обеспечила бы реализацию некоторой заданной функции или класса функций.

*«Процесс познания экономических институтов капитализма ставит перед юридической, экономической и организационной науками сложные и трудноразрешимые вопросы. В настоящем исследовании сделана попытка **синтезировать** результаты более ранних работ в данных трёх областях знания» (Уильямсон, 1996).*

*«...Мы обнаружим отдельные составные элементы, из которых сростся воедино капиталистический дух, мы проследим в их постепенном развитии два, сначала каждый в отдельности: предпринимательский дух и мещанский дух, которые, только объединившись, образуют капиталистический дух. Оба эти составных элемента сами по себе сложной природы: предпринимательский дух — это **синтез** жажды денег, страсти к приключениям, изобретательности и многого другого; мещанский дух состоит из склонности к счёту и осмотрительности, из благоразумия и хозяйственности» (Зомбарт, 2009).*

Лит.: 1) Уильямсон О. И. Экономические институты капитализма. Фирмы, рынки, «отношенческая» контракция. СПб.: Лениздат, 1996; 2) Зомбарт В. Буржуа: Этюды по истории духовного развития современного экономического человека. Художественная промышленность и культура. М.: Терра — Книжный клуб, 2009.

СИСТЕМА — объективное единство элементов и (или) отношений, закономерно связанных в единое целое, которое обладает свойствами, отсутствующими у элементов и отношений, его образующих.

Система — обособленная сознанием часть реальности, элементы которой обнаруживают свою общность в процессе взаимодействия, то есть система не сводится к простой совокупности элементов, и, расчлняя систему на отдельные части, нельзя познать все свойства системы в целом. Систему определяют четыре ключевых понятия, а именно: множество, целостность, вложенность и сложность.

Системы могут быть естественными и искусственными. Естественные системы существуют вне зависимости от деятельности

человека, а искусственные системы созданы человеком. В свою очередь, искусственные системы делятся на материальные и нематериальные (духовные). Материальные системы представляют собой некоторые результаты переработки материи человеком. К духовным системам следует отнести системы наук, философские системы, религиозные системы, системы искусств.

Системы наук рассматриваются как сферы интеллектуальной деятельности, состоящей в накоплении объективных знаний о мире, природе, обществе, человеке и мышлении.

Философские и религиозные системы рассматриваются как наиболее обобщённые формы представления знаний о мироустройстве и, в частности, взаимоотношений мышления и бытия, материи и сознания.

Системы искусств базируются на основных достижениях системы наук, философских систем и религиозных системах.

В литературе приводятся и другие классификации систем.

*«В соответствии с сигналами рынка, которые оперативно передаются снизу вверх по всех производственной цепи, в системе „канбан“ оборудование каждого цеха должно работать с максимально эффективным использованием рабочей силы. Количество и тип станков, которые обслуживает один рабочий, подбираются с целью минимизации простоя рабочего, а не максимизации эффективности использования машин. Следовательно, многофункциональный рабочий является существенным элементом **системы** „канбан“. Любой рабочий, временно свободный от производственных обязанностей в цехе вследствие снижения объёма выпускаемой продукции, может быть переведён на работу по уборке цеха, направлен на переподготовку или на аналогичную работу в соседний цех» (Аоки, 1995).*

«В сложной взаимосвязанной экономической системе воздействие на какую-либо отрасль, регион, группу граждан неизбежно затронет многие другие отрасли, сферы, регионы группы населения. Причём следует подчеркнуть, что если правительственное решение будет касаться такого безынерционного регулятора, как монетарный сектор, то последствия этого решения будут сказываться на всех отраслях и сферах народного хозяйства» (Торопцев, Таточенко, 2011).

*«Вера в то, что **система** планового социализма может быть совмещена с демократическим правлением, — иллюзорна. Демократия неразрывно связана с капитализмом. Она не может существовать там, где*

*существует единое планирование. Припомним слова известнейшего из современных защитников социализма, профессора Гарольда Ласки. Он заявлял, что победа британских лейбористов на выборах должна привести к радикальному изменению парламентской **системы**» (Мизес, 1993).*

Лит.: 1) Аоки М. Фирма в японской экономике. СПб.: Лениздат, 1995; 2) Торопцев Е. Л., Таточенко Т. В. Управление устойчивостью социально-экономических систем. [Б. м.]: LAP Lambert Academic Publishing GmbH & Co. KG. 2011; 3) Мизес Л. Бюрократия. Запланированный хаос. Антикапиталистическая ментальность. М.: Дело, 1993.

СИСТЕМНЫЙ АНАЛИЗ — методология исследования объектов посредством представления их в качестве систем и анализа этих систем.

Системный анализ представляет собой научную дисциплину, разрабатывающую общие принципы исследования сложных объектов с учётом их системного характера.

Рассматривая системный анализ как методологию решения и постановки проблем, выделяют 11 этапов, следуя которым можно последовательно и системно анализировать конкретную проблему (*Плотинский, 2001*): 1) формулировка основных целей и задач; 2) определение границ системы, отделение её от внешней среды; 3) составление списка элементов системы (подсистем, факторов, переменных и т. п.); 4) выявление сути целостности системы; 5) анализ взаимосвязей элементов системы; 6) построение структуры системы; 7) установление функций системы и её подсистем; 8) согласование целей системы и её подсистем; 9) уточнение границ системы и каждой подсистемы; 10) анализ явлений эмерджентности; 11) конструирование системной модели.

*«Первой методикой **системного анализа**, в которой были определены порядок, методы формирования и оценки приоритетов элементов структур целей (названных в методике «деревьями целей»), была методика ПАТТЕРН» (Волкова, Денисов, 2006).*

Лит.: Волкова В. Н., Денисов А. А. Теория систем. М.: Высшая школа, 2006.

СИСТЕМНЫЙ ПОДХОД В ЭКОНОМИКЕ — методологическое направление научного исследования, заключающееся в комплексном изучении экономики как единого целого с использованием системного анализа и синтеза.

К числу важнейших задач, которые решает системный подход, относятся:

- разработка средств представления исследуемых объектов как систем;
- построение обобщённых моделей системы, моделей разных классов и специфических свойств систем;
- исследование структуры теорий систем и различных системных концепций и разработок.

В системном подходе объект познания представляется как определённое множество элементов, взаимосвязь которых обуславливает целостные свойства этого множества. При этом выявляется многообразие причинно-следственных связей и отношений, имеющих место как внутри исследуемой системы, так и в её взаимодействии с внешним окружением.

Свойства объекта как целостной системы при этом определяются не механистически, как простая сумма свойств его элементов, а особыми системообразующими связями элементов объекта. При этом указанные свойства не вытекают из свойств составляющих объект элементов, система получает новые свойства, не приходящие её элементам. Это явление получило название «эмерджентности» систем.

*«Специфика **системного подхода** определяется тем, что он ориентирует исследование на раскрытие целостности объекта и обеспечивающих её механизмов, выявление многообразных типов связей сложного объекта и сведение их в единую теоретическую картину... **Системный подход** основан на здравом смысле и на том, что системами является буквально всё, что нас окружает, и мы сами в том числе...» (Спивак, 2015).*

*«**Системный подход** представляет организацию как открытую целостную систему, состоящую из взаимосвязанных частей (подсистем), каждая из которых, используя свойства внутренней и внешней среды, вносит свой вклад в конечные результаты деятельности организации как целого» (Головачёв, 2015)*

Лит.: 1) Спивак В. А. Управление изменениями. М.: Юрайт, 2015; 2) Головачёв А. С. Экономика организации (предприятия). Минск: Высшая школа, 2015.

СИТУАЦИОННЫЙ ПОДХОД — изучение сложных объектов и систем, суть которого заключается в замене необозримого множества ситуаций, складывающихся в процессе функционирования реального объекта, набором агрегированных обобщённых ситуаций, каждая из которых с достаточной вероятностью определяет одно из возможных состояний объекта.

*«Исключительно важно, чтобы стратегия разрабатывалась и излагалась в **ситуационной** форме, обеспечивающей её адаптивность, то есть предусматривала различные наборы действий в зависимости от складывающихся условий... Если российская фирма предполагает стабильно заниматься международным бизнесом, ей следует или приступить к разработке **ситуационной** стратегии, или признать авантюрный характер своих намерений. Иное дело, что подчас фантазия пасует перед удивительными реалиями современной жизни, но даже частичная готовность к новым поворотам способна сыграть неочежную роль» (Международный менеджмент, 2001).*

*«**Ситуационный подход** (ситуационное мышление) к управлению увязывает конкретные приёмы с конкретными ситуациями, для того чтобы наиболее эффективно достичь цели организации. Подход расширяет применение теории систем в практике управления, определяя основные внутренние и внешние переменные, которые влияют на эффективность организации» (Головачёв, 2015).*

*«Трудность в использовании **ситуационного подхода** лежит в нахождении и обосновании зависимостей между характеристиками системы управления и формами организации в различных условиях. Проблема состоит в измерении количественных параметров и зависимостей, характеризующих разные организации, требует длительных и глубоких эмпирических исследований» (Основы менеджмента, 2007)*

Лит.: 1) Международный менеджмент. СПб.: Питер, 2001; 2) Головачёв А. С. Экономика организации (предприятия). Минск: Высшая школа, 2015; 3) Основы менеджмента. СПб.: Питер, 2007.

СЛУЧАЙНАЯ ВЕЛИЧИНА — величина, принимающая в зависимости от случая те или иные значения с определёнными вероятностями.

В экономике практически все величины носят случайный характер. Вероятность появления того или иного значения случай-

ной величины может меняться в пределах от нуля до единицы. В крайних значениях указанного интервала, а именно при вероятности, равной единице или нулю, исследователь имеет дело с определённым (детерминированным) значением случайной величины. При вероятности, равной единице, значение величины одно и то же и не меняется при изменении внешних и внутренних факторов. Вероятность, равная нулю, говорит о том, что изучаемая величина никогда не достигнет этого значения. Во всех остальных случаях изучаемая величина может достигать данного значения с различной степенью вероятности.

*«Частые ошибки и пропуски появляются в платёжном балансе государства, в принципе, из-за учёта неточностей, связанных с разнородностью используемой исходной информации. Их совокупный размер — **случайная величина**, и её значения должны колебаться вблизи нуля как математического ожидания ошибки» (Завельский, 2006).*

Лит.: Завельский М. Г. Государственное регулирование рыночной экономики: системный подход в российских условиях. М.: Наука, 2006.

СОВОКУПНОСТЬ — множество элементов, обладающих некоторыми общими свойствами, существенными для их характеристики, но необязательно системными свойствами.

*«В любой данный момент времени рынок представляет собой **совокупность** вкусов потребителей, модель владения ресурсами и гамму технологических возможностей (посредством которых ресурсы можно использовать для того, чтобы удовлетворить желания потребителей)» (Кирцнер, 2001).*

*«Обычно разграничение системы и среды не имеет смысла осуществлять только с помощью специальных классификационных признаков. Вопрос решается на более принципиальной основе: в системе действуют другие, нежели в окружающей среде, законы, определяющие её функционирование. Поэтому задача заключается в том, чтобы **установить совокупность** элементов, которые подчиняются этим законам. Они-то и составят систему» (Могилевский, 1999).*

Лит.: 1) Кирцнер И. Конкуренция и предпринимательство. М.: Юнити-Дана, 2001; 2) Могилевский В. Д. Методология систем: вербальный подход. М.: Экономика, 1999.

СОЦИОГЕНЕТИКА — система циклических закономерностей, определяющих в процессе динамики сохранение и обогащение наследственного ядра системы (генотипа) с помощью его адаптации при переходе системы в качественно иное состояние или замену генотипа при смене системы данного уровня на систему более высокого уровня.

Социогенетика изучает процессы наследственности, адаптации и отбора в развитии социальных систем, к классу которых относится и экономика, раскрывает внутренний механизм циклической динамики.

«Социогенетика и теория циклов неразрывно связаны. С одной стороны, через различные фазы циклов развёртывается наследственный инвариант, а смена циклов является способом его передачи от поколения к поколению. С другой стороны, в самом генотипе любой системы закодирована циклическая её развития, смена фаз жизненного цикла. Генетика раскрывает внутренний механизм, пружины циклической динамики, взаимодействие наследственности и изменчивости в ритме циклического развития. Циклическая является закономерностью генетических процессов; передача наследственного инварианта и его изменчивость — закономерностью циклической динамики. В генетике теория циклов получает своё завершение, полноту выяснения сути и механизма колебательной ритмики. В теории циклов генетика находит объяснение механизма смены поколений, взаимодействия наследственности и изменчивости на разных фазах циклов, влияния циклических колебаний внешней среды на генотип» (Яковец, 1999).

Лит.: Яковец Ю. В. Циклы. Кризисы. Прогнозы. М.: Наука, 1999.

СПОР — разновидность публичного обсуждения какой-либо проблемы в форме столкновения мнений или позиций, в ходе которого стороны приводят аргументы в поддержку своих убеждений и критикуют несовместимые с последними представления другой стороны.

В ходе спора активная сторона называется проponentом, пассивная сторона называется оппонентом.

По своей цели споры делятся на преследующие истину и преследующие победу над противоположной стороной. По своим средствам они подразделяются на использующие только корректные

приёмы и использующие также разнообразные некорректные приёмы.

Цель научного спора — поиск истины, а не доказательство своей правоты любыми способами. Поэтому в научном споре категорически запрещены следующие приёмы:

1. Механический способ — не дать оппоненту говорить.
2. Организация аудитории — сформировать аудиторию из людей, которые будут эмоционально восхвалять одну точку зрения и презрительно относиться к иной точке.
3. Угроза — разговор на повышенных тонах, подавление личности противника.
4. Намеренное сбивание с толку (раздражить противника, в ходе дискуссии сообщить неприятность и др.).
5. Переход к малопонятным или неизвестным терминам.
6. Эклектичное формирование речи (из отдельных, несвязанных положений, когда сложно понять обоснованность вывода).

«Между тем как продолжались ещё споры между меркантилистами и физиократами, выявилась новая школа — а Адам Смит, хотя предупреждённый в главных мыслях другими, должен был сделаться её представителем» (Срезневский, 1839).

Лит.: Срезневский И. Опыт о предмете и элементах статистики и политической экономики сравнительно. Харьков: Унив. тип., 1839.

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ — метод анализа объектов, при котором производится сравнение нового состояния объекта со старым состоянием или сравнение состояния одного объекта с другим, с которым сравнение может быть уместным.

Сравнительный анализ является одним из основных методов, применяемых в научных исследованиях экономики. Практически всегда формулировка или уточнение экономических понятий осуществляется с помощью сравнительного анализа.

Пример сравнительного анализа можно встретить в учебниках и учебных пособиях, например в маркетинге при изучении генезиса содержательной сущности понятия «предприниматель» (Основы современного маркетинга, 2002):

Годы	Содержание	Источник, автор
XVII в.	Лицо, заключившее с государством контракт на производство работы, стоимость которой оговорена заранее. Такой человек берёт на себя всю полную финансовую ответственность за выполнение условий контракта, но если ему удается уложиться в меньшую сумму, то разницу он присваивает себе	История предпринимательства
1725	Предприниматель — это человек, действующий в условиях риска; функция предоставления капитала отличается от предпринимательской функции	Р. Кантильон
1797	Лицо, несущее ответственность за предпринимательское дело; тот, кто планирует, контролирует, организует и владеет предприятием	П. Бодо
1803	Предприниматель — это экономический агент, комбинирующий факторы производства, вернее, передвигающий экономические ресурсы из области низкой производительности и прибыльности в область высокой рентабельности и производительности	Ж. Б. Сэй
1876	Следует различать тех, кто предоставляет капитал и получает за это проценты, и тех, кто получает прибыль благодаря своим организаторским способностям	Ф. Уокер
1934	Предприниматель — это новатор, который разрабатывает новые технологии	Й. Шумпетер
1964	Предприниматель — это человек, использующий любую возможность с максимальной выгодой	П. Дракер
1983	Интрапренёр и антрепренёр: интрапренёр — это антрепренёр, действующий в условиях уже существующего предприятия, в отличие от собственно антрепренёра — предпринимателя, создающего новое предприятие	Г. Пиншот
1985	Предприниматель — это человек, который затрачивает на создание чего-то нового необходимое время и силы, берёт на себя весь финансовый, психологический и социальный риск, получая в награду деньги и удовлетворение достигнутым	Р. Хизрич
1993	Предприниматель — это центральная фигура в бизнесе, он ставит своей задачей соединение всех факторов производства в единый хозяйственный процесс	Т. Ю. Горькова

Практически любое научное исследование по экономике в той или иной степени содержит результаты сравнительного анализа. Так, Г. В. Крафт широко использует сравнительный анализ в науч-

ной статье, приводя 16 различных определений понятия «финансы», которые были опубликованы в учебной или научной литературе. В результате этого сравнительного анализа делается такой вывод:

«Несмотря на некоторые отличия в определениях понятия „финансы“, все они не носят существенного характера, так как в основе трактовки финансов отечественными учёными заложена единая концепция, исходящая из идентификации сущности финансов как распределительной, стоимостной и денежной категории» (Крафт, 2003).

Лит.: 1) Основы современного маркетинга. СПб.: СПбГУЭФ, 2002; 2) Крафт Г. В. Концепция содержания и структуризации финансовой системы страны // Известия СПбГУЭФ. 2003. № 4.

СТАТИЧЕСКИЙ ПОДХОД — способ отражения экономической реальности в некоторой застывшей неизменности структуры, взаимосвязей и равновесия элементов.

При статическом подходе к анализу экономической динамики принято оперировать динамическими данными, которые представляются как некоторый упорядоченный во времени набор срезов экономических явлений. При этом считается, что структура среза, его количественные и качественные изменения пропорциональны масштабу упорядочения, в качестве которого выступает время, — динамика отражает только количественные изменения. При этом используются методы математической статистики, оперирующие такими понятиями колеблемости, как дисперсия, средняя, размах колебаний и т. п. Для статического подхода основной предпосылкой анализа экономического процесса является неизменяемость, тождественность происходящих процессов.

«Статическая точка зрения... исследует явления экономической действительности вне процесса их изменений и берёт действительность как бы в застывшем состоянии равновесия элементов. Правда, для того чтобы подойти к выяснению этого состояния равновесия неизменяющихся элементов и их связей, статическая точка зрения может методологически оперировать колебаниями, вариациями элементов. Но она может оперировать этими вариациями не для того, чтобы исследовать реально происходящие динамические процессы и их закономерности по существу, а лишь для того, чтобы показать,

что эти вариации и колебания элементов при взятых исходных предпосылках неизбежно ведут к состоянию равновесия, которое фактически только и исследуется. Так поступает Риккардо, когда он, например, заявляет, что норма прибыли стремится к равновесию, а уровень рыночных цен неизбежно колеблется около естественного уровня их, и фактически подвергает исследованию народное хозяйство уже при условии равенства нормы прибыли и соответствия цен их естественному уровню» (Кондратьев, 1989).

«Применяемый метод базируется на том принципе экономической динамики, который Дж. Хикс рассматривал в виде „стационарного состояния“ в созданной им экономической динамике, получившей в данных исследованиях дальнейшее расширение до достижимых границ общей динамики. При этом Хикс отождествил „стационарное состояние“ с „экономической статикой“ (первоначальное состояние экономической системы), поскольку они фактически (с точки зрения реальных параметрических характеристик) неразличимы. Используя в дальнейшем обобщения классических или общих принципов динамики для моделирования экономических процессов, представляется необходимым размежевать и признать правомерным наличие обоих состояний: „стационарного“ и „экономической статике“... Что касается непосредственной организации самой пространственно-временной системы отсчёта, то обязательным начальным условием её организации является так называемая исходная, или „нулевая“, точка отсчёта. Таковой в экономической динамике Дж. Хикса и является точка отсчёта, соответствующая „экономической статике“. Но тогда объяснима и необходимость автономного присутствия „стационарного состояния“, призванного получить именно простейшее описание экономической системы для данного конкретного случая моделирования. В этом и состоит принципиальное различие „стационарного состояния“ и состояния „экономической статике“, несмотря на принципиальное отсутствие различий в их параметрических показателях» (Левин, 2000).

Лит.: 1) Кондратьев Н. Д. К вопросу о понятиях экономической статики, динамики и конъюнктуры // Кондратьев Н. Д. Проблемы экономической динамики. М.: Экономика, 1989; 2) Левин А. И. Экономическая динамика: пространственно-временное моделирование. Калининград: КГТУ, 2000.

СТАЦИОНАРНЫЙ ПРОЦЕСС — процесс, основные характеристики которого остаются неизменными во времени и подвергаются

ся незначительным краткосрочным изменениям под воздействием случайных факторов.

Исследование подобных процессов, если информация о них измеряется в метрической шкале, осуществляется с помощью методов теории вероятностей и математической статистики.

*«На практике очень часто встречаются случайные процессы, протекающие во времени приблизительно однородно и имеющие вид непрерывных случайных колебаний вокруг некоторого среднего значения, причём ни средняя амплитуда, ни характер этих колебаний не обнаруживают существенных изменений с течением времени. Такие случайные процессы называются **стационарными**.*

В качестве примеров стационарных случайных процессов можно привести: 1) колебания самолёта на установившемся режиме горизонтального полёта; 2) колебания напряжения в электрической осветительной сети; 3) случайные шумы в радиоприёмнике; 4) процесс качки корабля и т. п.» (Вентцель, 2016)

*«Я твёрдо убеждён в том, что понятие **стационарного** состояния даёт возможность в конечном счёте сделать не что иное, как уклониться от исследования, но тем не менее это понятие продолжает играть в современной экономической мысли столь большую роль, что необходимо уделить ему некоторое внимание. **Стационарное** состояние есть тот особый случай динамической системы, когда вкусы людей, уровень развития техники и количество ресурсов остаются неизменными во времени. Мы можем с полным основанием предположить, что предприниматели, привыкнув к этим неизменным условиям, должны ожидать, что они сохранятся и в дальнейшем; таким образом, нет необходимости проводить различие между ожидаемым и текущим уровнем цен — они совершенно одинаковы» (Хикс, 1993).*

*«Что, собственно, нового представляет из себя **стационарное** хозяйство в отличие от статического его состояния? В случае **стационарного** хозяйства объём производства, организация и техника производства, количество и качество потребностей, количество, распределение и состав капиталов и т. д. остаются экономически неизменными. Поэтому если мы возьмём для примера фактически данное народное хозяйство в течение года, то оно не будет **стационарным** уже по одному тому, что здесь имеют место сезонные виды производства, сезонные колебания цен и т. д. Хозяйство в течение года было бы **стационарным** лишь при неизменности, непрерывности и устойчивости всех*

его элементов. Если теперь мысленно мы представим себе такое хозяйство, то будет верно, что оно не знает покоя, потому что процесс хозяйствования, процесс производства, обмена, потребления и др. всё же здесь течёт, совершается» (Кондратьев, 1989).

Лит.: 1) Вентцель Е. С. Теория вероятностей. М.: Кнорус, 2016; 2) Хикс Дж. Р. Стоимость и капитал. М.: Прогресс, 1993; 3) Кондратьев Н. Д. К вопросу о понятиях экономической статики, динамики и конъюнктуры // Кондратьев Н. Д. Проблемы экономической динамики. М.: Экономика, 1989.

СУЖДЕНИЕ — логическая форма, в которой утверждается или отрицается связь между предметом и его признаком, отношения между предметами или факт существования предмета мышления.

Суждение выступает как основная форма фиксации наших знаний о предмете. Суждение может быть истинным или ложным. В зависимости от структурных особенностей различают суждения по содержанию предиката (понятия, отражающего признак предмета), по качеству связки, по объёму субъекта (понятия, отражающего сам предмет).

По содержанию предмета суждения делятся на суждения существования (решают вопрос о наличии предмета нашей мысли), атрибутивные (дают знания о свойствах предмета или о его принадлежности к определённому классу предметов) и суждения отношения (выражают различные отношения между предметами).

По качеству связки суждения делятся по их основной логической функции, то есть утверждения или отрицания.

По объёму субъекта суждения могут быть общими, частными и единичными.

В зависимости от характера отношений между субъектом, предикатом и типа логических союзов «или... или», «если... то...» суждения делятся на категорические, разделительные и условные.

Суждение существования:

«Стратегия маркетинга — принципиальные, средние или долгосрочные решения, дающие ориентиры и направляющие отдельные мероприятия на достижение поставленных целей».

В данном суждении субъектом является понятие «стратегия маркетинга», предикатом — признак «принципиальные, средние

или долгосрочные решения, дающие ориентиры и направляющие отдельные мероприятия на достижение поставленных целей».

Атрибутивное суждение:

«Доли государственного сектора хозяйства в странах Западной Европы больше, чем в США».

Суждения по объёму субъекта:

«Все юридические и физические лица должны платить налоги в зависимости от размера полученного дохода» — общее суждение.

«Некоторые бизнесмены не имеют высшего образования» — частное суждение.

«Успех в науке достигается или одарённостью, или упорным трудом» — разделительное суждение.

«Если на рынок поступает больше товаров и услуг, то их реализация возможна лишь при условии снижения цен» — условное суждение.

Суждение — более сложная часть мысли, чем понятие, и его формирование представляет собой другую составляющую человеческой деятельности — научной или практической. Как уже говорилось выше, суждение — это мысль, в которой утверждается или отрицается связь между объектами и признаками. Суждение может быть истинным или ложным. Задача науки — формулировка истинных суждений. Для этого используются законы логики, на части которых мы здесь кратко остановимся. Три основных закона логики были сформулированы ещё Аристотелем: закон запрета противоречия, закон тождества и закон исключения третьего.

Закон противоречия гласит:

«...Невозможно что-либо вместе утверждать и отрицать об одном и том же, взятом в одном и том же месте в одно и то же время в одном и том же отношении» (Аристотель, 2015).

Закон тождества говорит о том, что каждая мысль должна быть определённой и сохранять свою однозначность на протяжении всего умозаключения (быть тождественной самой себе). Пример нару-

шения этого закона часто можно встретить в практике маркетинговых коммуникаций. Иногда это делается преднамеренно для привлечения внимания потребителей в рекламе товара. Но встречаются и непреднамеренные нарушения этого закона. Так, известно, что абзац любого текста — это законченная мысль, но иногда учёные выражают эту мысль так небрежно, что нарушают закон тождества. Вот пример одного из таких абзацев (законченная мысль):

«В дальнейшем модели дополнялись учётом внешнеторговых аспектов, что означает: создание условий для выпуска национальной конкурентоспособной продукции на внешнем, мировом рынке — залог успеха модернизации страны».

Легко убедиться в нарушении закона тождества в этом абзаце, поскольку в данном предложении укладывается несколько разных и неоднозначных мыслей: о действиях с экономическими моделями; о том, что эти действия свидетельствуют о трансформации экономических знаний; о том, что итогом этих знаний явилось понимание важности выпуска конкурентоспособной продукции на мировом рынке. Все три мысли, соединённые вместе в одном предложении, приводят к неправильному формированию суждения и к невозможности понять суть суждения.

Закон исключения третьего говорит о том, что если имеются два противоречащих высказывания об одном и том же объекте, взятые в одно и то же время, в одном и том же отношении, то одно из них истинно, а другое ложно. Третьего не дано. У объекта не могут присутствовать одновременно два противоречащих признака. Крайне редко, но в научной литературе встречаются нарушения этого закона:

«Учёные-атеисты не отрицают существования бога, но они не уверены в этом и пытаются с научных позиций объяснить все явления, происходящие на Земле и в космосе».

В этом суждении сплошные противоречия, нарушающие этот закон. По определению атеист — человек, не верящий в бога. Поэтому учёный-атеист, если он таковым является на самом деле, обязательно отрицает существование бога. Тем более он не может быть

«не уверенным в этом». Как видно, в данном суждении совмещены два противоречащих друг другу понятия — «учёный, отрицающий существование бога», и он же — «учёный, не отрицающий существование бога».

Закон достаточного основания, сформулированный уже Лейбницем, устанавливает:

«...Ни один факт не является истинным или действительным, ни одно положение не является истинным без того, чтобы не было достаточного основания... ничто не должно утверждаться без основания» (Лейбниц, 2019).

То есть для обоснования каждого суждения должны быть представлены достаточные основания.

Пример суждения, не подкреплённого выполнением закона достаточного основания:

«Вывод о том, что объектом управления в социальной системе является не человек, а программа его деятельности, является, по мнению автора, самым главным результатом исследования настоящей монографии. Его значение приравнивается открытию, реализация которого и должна обеспечить (по Вернадскому) „великий переворот, с которым не могут сравниться все... раньше пережитые“».

Суждение о том, что автором цитируемой книги совершено открытие, да ещё с такими последствиями («великий переворот»), лишено достаточных оснований, поскольку личное мнение автора таким основанием не является.

Лит.: 1) Аристотель. Метафизика. М.: Эксмо, 2015; 2) Лейбниц Г. В. Труды про философии. М.: Ленанд, 2019.

ТЕМА И РЕМА

Тема (греч. «то, что положено в основу») — называемая или подразумеваемая, не содержащая новизны информация устного или письменного сообщения, подлежащая дальнейшему раскрытию.

Рема (греч. «слово», «изречение», «буквально сказанное») — логическое суждение, содержащее основную новую информацию о предмете сообщения, содержавшегося в теме.

Структура научно-исследовательских текстов (курсовых, дипломных работ, диссертационных исследований, научных отчётов) складывается, как правило, из двух основных блоков. Первый из них представляет собой исторический и логический анализ разработанной литературы по исследуемой проблематике для обнаружения некоторых пробелов, неточностей или потребностей уточнения отдельных аспектов исследования, а второй блок содержит, собственно, основную информацию научного текста. При необходимости в структуру исследовательской работы включают третий блок — экспериментальный, в котором эмпирическим путём подтверждаются (или отвергаются) теоретические выводы. В данной структуре первый блок — это *тема*, а второй (или второй и третий) представляет собой *рему*. Новую информацию содержит именно вторая часть работы, но её полнота возможна лишь в сочетании с первым блоком текста, то есть с темой.

Навыки выделения темы и ремы необходимы не только для оформления научных текстов, но и для постановки исследователем чётких задач. Всякая научная работа преследует определённую цель, для достижения которой определяются объект и предмет исследования. Формулировка последних вызывает определённые затруднения у начинающих исследователей, сказывающиеся на качестве работ. Чёткое выделение объекта и предмета исследования способствует рациональному и плодотворному осуществлению исследовательского проекта.

При обозначении объекта исследования необходимо выделить известную информацию из данной области знания, некоторые решённые вопросы в предшествующих научных исследованиях, то есть тему. Предмет исследования формулируется исходя из того аспекта проблемы, о котором будет получено новое знание, то есть ремы.

ТЕОРИЯ — целостная система знания, совокупность фундаментальных положений, дающих описание, объяснение и предсказание каких-либо явлений, аспектов действительности.

В общем случае теория — это некоторое разумное объяснение реально существующего явления. Поэтому теория может быть научной и ненаучной.

Научная теория должна быть непротиворечивой, обладать простотой, целостностью, полнотой, завершёностью. Она должна опи-

раться на достоверные данные и использовать научно обоснованные методы построения теории, в том числе и общенаучные методы.

Теория проверяется практикой — она должна предсказывать ненаблюдаемые в опыте свойства. Если теорию невозможно опровергнуть либо логическим путём (при появлении новых данных), либо эмпирическим, такая теория не имеет никакой ценности.

*«Новая **теория** должна исходить из простой, новой, плодотворной и объединяющей идеи... мы требуем, чтобы новая **теория** была независимо проверяема... <...> Хорошая **теория** должна удовлетворять ещё и третьему требованию. Оно таково: **теория** должна выдерживать некоторые новые и строгие проверки» (Поппер, 2004).*

Формально теория состоит из понятий, связанных утверждениями, выведенными из множества предположений с помощью логических умозаключений.

Теория в определённом отношении сходна с моделируемой реальностью, является её упрощением и служит целям познания этой реальности. Она выступает как форма синтетического знания, в границах которой отдельные понятия, гипотезы и законы теряют прежнюю автономность и становятся элементами целостной системы.

На теоретическом уровне исследователи получают ответы на вопросы о том, каково содержание объекта исследования и почему он устроен и функционирует именно таким образом.

При формировании теории (построении теории) используют основные общенаучные методы: гипотетико-дедуктивный, метод восхождения от абстрактного к конкретному и др.

Среди способов построения теории особую роль играют наделение основных положений логическими связями, минимизация исходных допущений, построение её в форме аксиоматической системы, её формализация. Любая теория представляет собой дедуктивную систему утверждений, которая начинается со множества независимых предложений и заканчивается аксиоматическим построением теории, являющейся высшей ступенью дедуктивной организации.

Теории подразделяются на описательные, математизированные, дедуктивные и индуктивные, фундаментальные и прикладные, открытые и закрытые, объясняющие и описывающие (феноменологические), физические, социологические и т. д.

Для теории обязательным является требование обоснования основных положений, объяснения широкого круга явлений, вскрытия причин и закономерностей изучаемых явлений.

*«...Всегда остаётся неизменным самое существенное требование к любой научной **теории** — **теория** должна соответствовать фактам... В конечном счёте только опыт вынесет решающий приговор» (Эйнштейн, 1965).*

То есть под теорией нужно понимать эмпирически обоснованную систему гипотез, существующую до тех пор, пока она не будет опровергнута практикой.

*«Решение о правильности **теории** оказывается, таким образом, длительным историческим процессом, за которым стоит не доказательность цепочки математических выводов, а убедительность исторического факта. Завершённая **теория** так или иначе никогда не является точным отображением природы в соответствующей области, она есть некая идеализация опыта, осуществляемая с помощью понятийных оснований **теории** и обеспечивающая определённых успех» (Гейзенберг, 1987).*

*«**Теория** преследует две цели: 1. Охватить по возможности все явления в их взаимосвязи (полнота). 2. Добивается этого, взяв за основу как можно меньше логически взаимосвязанных логических понятий и произвольно установленных соотношений между ними (основных законов и аксиом). Эту цель я буду называть „логической единственностью“» (Эйнштейн, 1965).*

*«Если соединять факты некоторой специфической области более или менее исчерпывающим образом, то мы быстро убедимся, что эти факты могут быть выстроены в определённом порядке. Этот порядок устанавливается неизменно с помощью некоторой понятийной структуры — такой, в которой существует связь между индивидуальными объектами данной области знания и понятиями структуры и между теми же фактами в данной области знания и логическими отношениями среди понятий. Понятийная структура есть не что иное, как **теория** данной области знания... Если мы рассмотрим имевшиеся **теории** более тщательно, то во всех случаях увидим, что в основании их понятийной структуры лежат именно те несколько предположений о данной области знания, которые достаточны для построения из них*

полной структуры знания в этой области в соответствии с логическими принципами... по мере дальнейшего развития любой науки становится всё более необходимым целенаправленное выделение её основополагающих предположений в чистом виде, осознания их в качестве аксиом и „помещение“ их в „фундамент“ данной области знания... Если теоретическая основа конкретной науки — это представляющая её понятийная структура, то для упорядочивания и развития исходной области знания ей необходимо соответствовать двум основным требованиям: она должна, во-первых, предлагать общий взгляд на зависимость или независимость утверждений **теории** и, во-вторых, гарантировать непротиворечивость всех утверждений **теории**. Эти пункты обязательны для аксиом каждой **теории**» (Гильберт, 1998).

«**Теория** паритета процентных ставок связывает между собой величину форвардного курса и уровень процентных ставок по депозитам в стране. Зависимость между этими величинами выглядит следующим образом:

$$\frac{FR}{SR} = \frac{1 + r_h}{1 + r_f}, \text{ или } \widehat{FR} = \hat{r},$$

где FR — срочный курс валюты; SR — спот-курс валюты; r_h — процентные ставки по депозитам национальные; r_f — процентные ставки по депозитам за рубежом.

В соответствии с этой **теорией** высокие (низкие) процентные ставки в условиях равновесия должны покрываться форвардным дисконтом (или премией) по валюте» (Международный менеджмент, 2000).

«...Наука начинается с проблем и затем продолжает развиваться от них к конкурирующим теориям, которые оцениваются критически» (Поппер, 1983).

Лит.: 1) Поппер К. Предположения и опровержения: рост научного знания. М.: АСТ; Ермак, 2004; 2) Эйнштейн А. Физика и реальность. М.: Наука, 1965; 3) Гейзенберг В. Шаги за горизонт. М.: Прогресс, 1987; 4) Гильберт Д. Избранные труды. Т. II. Анализ. Физика. Проблемы. Personalia. М.: Факториал, 1998; 5) Международный менеджмент. СПб.: Питер, 2000; 6) Поппер К. Логика и рост научного знания. Избранные работы. М.: Прогресс, 1983.

ТЕРМИН — слово или словосочетание, обозначающее какой-либо объект.

Термин обладает основными свойствами (значение и смысл) и выполняет две функции: обозначает некоторый объект и содер-

жит информацию, характеризующую этот объект. Значением термина является объект, обозначаемый данным термином в данном контексте. Смыслом термина является информация, разъясняющая данный термин в рамках определённого контекста. Термин — это имя, выражающее понятие, которому дано определение.

«...Назовём плоскость, перпендикулярную оси доходов в пространстве „цена — объём — доход“ плоскостью постоянных доходов» (Светуных, 1999).

«Термином „организационное поведение“ будем называть поступки человека по отношению к коллегам и производственному коллективу» (Глухов, 2002).

С учётом того, что определить понятие можно с разных позиций, для их стандартизации разрабатываются терминологические словари, в которых приводят наиболее общее определение понятия, которому дано имя термина. Задача стандартизации экономических понятий является очень важной. Если экономисты, используя один и тот же термин, будут толковать его по-разному, то есть будут иметь в виду разные понятия, то они перестанут понимать друг друга.

Вот, например, широко используемый в отечественном маркетинге 1990–2005 гг. термин «продвижение товара». В маркетинге под «продвижением» понимается информационное сопровождение сбыта.

В совокупность элементов продвижения включают: рекламу, стимулирование сбыта, персональную продажу, бренд, товарные марки, методы связи с общественностью. Понятие «продвижение товара» является очень неудачным переводом с английского языка, поскольку под продвижением товара любому российскому неспециалисту в маркетинге представляется нечто связанное с транспортировкой товара или его передвижением. Слово образовано от глагола «продвигать», который в русском языке носит явный материально-транспортный оттенок, поэтому в ходе общения маркетолога с людьми, не владеющими терминологией маркетинга, может возникнуть и чаще всего возникает непонимание того, каким образом маркетолог будет «продвигать» товар на рынок. Именно это обстоятельство привело к тому, что в настоящее время в рус-

скоязычной литературе по маркетингу вместо термина «продвижение» используют термин «коммуникация».

Лит.: 1) Светуныков С. Г. Модели спроса и предложения в пространстве «цена — объем — доход». Ульяновск: УлГУ, 1999; 2) Глухов В. В. Менеджмент. СПб.: Питер, 2002.

ТИПОЛОГИЗАЦИЯ — учение о классификации, упорядочении и систематизации сложных объектов, в основе которого лежат понятия о нечётких множествах и о типе.

Типологизация является одним из важнейших инструментов системного анализа, предусматривающим использование различного рода процедур группировки условий и факторов, определяющих ситуацию. Формально типологизация — это метод поиска устойчивых сочетаний индикативных свойств объектов, рассматриваемых в соответствии с высказанной гипотезой на основе анализа нескольких индикативных признаков.

Типологизация предусматривает более высокий уровень обобщения, чем классификация, основанием которого выступают не сочетания индикативных признаков, а понятия, которые определяют эти индикативные признаки. Результатом типологизации является структурированная определённым образом совокупность типов.

Парижский ботанический конгресс в 1867 г. рекомендовал использовать в научной типологизации растений такие названия иерархических групп: царство, отдел, подотдел, класс, подкласс, отряд, подотряд, порядок, подпорядок, племя, подплемя, род, подрод, отделение, подотделение, вид, подвид, разновидность, подразновидность, разность, подразность.

С помощью типологизации можно предсказать появление новых элементов в совокупности. Всем известна таблица элементов Д. И. Менделеева. Эта типологизация элементов позволила учёным сконцентрировать усилия на поиске новых элементов, существование которых следует из этой типологизации. Так до сих пор появляются новые элементы.

Другой пример. Английский астроном Джозеф Норман Локьер, открывший гелий, сделал классификацию элементов фотосферы Солнца по тому, встречались ли они в Солнце или нет. Он увидел, что элементы, встречающиеся в Солнце, большей частью дают прочные соединения с кислородом. Тогда он умозаключил, что в Солнце

должны существовать и другие элементы, которые образуют прочные окиси. Это его предсказание сбылось. Были открыты новые элементы в фотосфере Солнца.

*«Чтобы избежать трудностей, возникающих в естественной истории вследствие открытия промежуточных форм, натуралисты прибегают к тому, что они называют классификацией по **типам**. Вместо составления одного резкого класса, определяемого непрерывным обладанием известными указанными свойствами и строгого включения или исключения из него предметов смотря по тому, обладают ли они или нет всеми этими свойствами, натуралисты выбирают **типический** экземпляр и группируют вокруг него все другие экземпляры, которые сходны с этим **типом** более, чем со всяким другим избранным **типом**. **Типом** каждого рода по этой классификации должен быть тот вид, в котором самым резким образом выражены признаки его группы и наилучшим образом уравновешены» (Джеванс, 2014).*

*«Наиболее часто выделяют пять **типов** конкурентного поведения: независимое поведение... кооперативное поведение... адаптивное поведение... опережающее поведение... агрессивное поведение» (Карасёв, 2017).*

*«Первоначальные законы, установленные нами для искусства резать металлы, были очень грубыми и содержали лишь частичное знание истины, и всё же эти несовершенные сведения представляли значительное преимущество по сравнению с полным отсутствием точных данных и крайне несовершенными практическими методами, существовавшими до тех пор: они давали возможность рабочему, при условии поддержки со стороны администрации, работать гораздо быстрее и лучше. Так, например, очень немного времени потребовалось для открытия одного или двух **типов** резцов, которые хотя и были несовершенными по сравнению с конструкциями, выработанными много лет спустя, но всё же значительно превосходили все остальные **типы** и конструкции, находившиеся в то время в общем употреблении. Эти **типы** резцов были приняты в качестве стандартов и дали возможность немедленного повышения скорости работы всякому механику, который ими пользовался. Эти **типы** были впоследствии заменены спустя сравнительно короткое время вновь выработанными **типами**, которые оставались стандартными, пока, в свою очередь, не уступили место новым усовершенствованиям» (Тейлор, 1991).*

Лит.: 1) Джеванс У.С. Основы науки: трактат о логике и научном методе. М.: Либерком, 2014; 2) Карасёв А. П. Маркетинговые исследования. М.: Юрайт, 2017; 3) Тейлор Ф. У. Принципы научного менеджмента. М.: Контроллинг; Изд-во стандартов, 1991.

ТРАДИЦИЯ НАУЧНАЯ — сложившаяся система норм и ценностей, общих представлений, правил научного поведения и образцов проведения научных исследований или представления научных результатов.

Научная традиция формируется в результате накопленного опыта. Чаще всего у научной традиции нет автора. Существующей научной традицией руководствуется обширная и стабильная группа учёных, которая передаёт эту сложившуюся систему от старшего поколения учёных к младшему поколению. Нарушение научных традиций осуждается.

В экономической науке часто используется более обобщённое понятие «традиция» как нечто устоявшееся и общепринятое.

*«Пётр III упразднил многие царские монополии и пустил товары, за малым исключением, в широкий коммерческий оборот; к числу товаров, которыми было разрешено свободно торговать, относилось зерно, **по традиции** бывшее монополией монархии. Екатерина, которая как-то назвала коммерцию своим „дитём“, по вступлении на престол подтвердила этот указ» (Пайнс, 1993).*

*«Прежде всего надо пересмотреть **традиционную** концепцию конкуренции. Сейчас экономисты начинают признавать не только ценовую конкуренцию, но и конкуренцию политики сбыта. Как только это происходит, ценовой параметр теряет своё доминирующее положение в экономической теории. Однако до сих пор в центре внимания экономистов всё ещё находится конкуренция, протекающая в рамках неизменных условий, в частности неизменных методов производства и организационных форм. Но вопреки учебникам в капиталистической действительности преобладающее значение имеет другая конкуренция, основанная на открытии нового товара, новой технологии, нового источника сырья, нового типа организации (например, крупнейших фирм). Эта конкуренция обеспечивает решительное сокращение затрат или повышение качества, она угрожает существующим фирмам не незначительным сокращением прибылей и выпуска, а полным банкротством.*

*По своим последствиям такая конкуренция относится к **традиционной** как бомбардировка к взламыванию двери. В этих условиях степень развития **традиционной** конкуренции не так уж важна: мощный механизм, обеспечивающий прирост производства и снижение цен, всё равно имеет иную природу» (Шумпетер, 1995).*

Лит.: 1) Пайпс Р. Россия при старом режиме. М.: Независимая газета, 1993; 2) Шумпетер Й. А. Капитализм, социализм и демократия. М.: Экономика, 1995.

УМОЗАКЛЮЧЕНИЕ — логическая форма, в рамках которой из одного или нескольких суждений (посылок) выводится новое суждение (заключение, вывод).

Умозаключения выполняются с помощью индукции, дедукции, аналогии, абдукции и т. п.

*«Мы воспринимаем мир прежде, чем реагируем на него, но всегда реагируем не на то, что воспринимаем, а на свои **умозаключения**.*

*Итак, универсальной формой сознательного поведения является образ действий, направленный на изменение будущей ситуации и основанный на **умозаключениях**, вытекающих из ситуации сегодняшнего дня. В основе этих действий лежит восприятие, но кроме того ещё и **умозаключения** двойного рода. Мы должны сделать выводы и о том, какой была бы будущая ситуация без нашего вмешательства, и о том, какие изменения в неё внесут наши действия. К счастью или к несчастью, ни один из этих мыслительных процессов не отличается непогрешимостью и никогда не даёт точных и полных результатов. Мы не постигаем настоящее таким, как оно есть, и во всей его целостности; степень надёжности наших **умозаключений** о будущем невысока; и, наконец, мы не обладаем точным знанием последствий собственных действий» (Найт, 2003).*

*«Читателю действительно весьма желательно иметь возможность отделить выводы, которые являются результатом чисто логических **умозаключений** и в которые, следовательно, его можно заставить поверить, от выводов, которые суть порождение позиции самого г-на Кейнса по социальным вопросам и с которыми читатель может предпочесть не согласиться» (Хикс, 1993).*

*«По-видимому, поверхностное **умозаключение**, согласно которому сокращение денежной заработной платы увеличивает занятость, так как оно „уменьшает издержки производства“, будет легче опровергнуть, если мы проследим ход событий, взяв за основу гипотезу, наиболее благоприятную для подобного взгляда, а именно: предприниматели с самого начала предполагают, что сокращение денежной заработной платы приведёт к этому результату» (Кейнс, 2007).*

Лит.: 1) Найт Ф. Риск, неопределённость и прибыль. М.: Дело, 2003; 2) Хикс Дж. Р. Стоимость и капитал. М.: Прогресс, 1993; 3) Кейнс Дж. М. Общая теория занятости, процента и денег. М.: Эксмо, 2007.

ФАЛЬСИФИКАЦИИ ПРИНЦИП — предложен К. Поппером в качестве критерия разграничения науки и метафизики.

Гипотеза или теория научны, по мнению Поппера, если имеют принципиальную возможность опровержения опытом. Если же в результате модификации теория становится непроверяемой, то это свидетельствует о попытках спасти её от опровержений недо-зволёнными способами. Принцип фальсификации Поппер называет критерием демаркации наук, так как он позволяет отделять эмпирические науки от неэмпирических, подлинные теории от псевдонаучных.

*«...Существовала потребность в ином критерии демаркации, и я предложил (хотя прошли многие годы, прежде чем я опубликовал своё предложение) использовать в качестве такого критерия опровержимость или **фальсифицируемость** теоретической системы. Согласно этой позиции, которой я всё ещё придерживаюсь, некоторую систему можно считать научной только в том случае, если её утверждения способны столкнуться с наблюдениями. Проверка системы состоит в том, чтобы обнаружить такие столкновения, то есть чтобы опровергнуть её. Поэтому проверяемость системы означает её опровержимость, следовательно, она также может быть принята в качестве критерия демаркации. Такое понимание науки видит её наиболее характерную черту в критическом подходе. Учёный рассматривает теорию с точки зрения возможностей её критического обсуждения: можно ли её подвергнуть критике и если можно, то способна ли она выдержать эту критику?» (Поппер, 2004).*

С точки зрения современной методологии науки принцип фальсификации применим тогда, когда процесс исследования сводится лишь к проверке готовых гипотез. Реальное же научное исследование представляет собой творческий процесс, включающий и анализ имеющихся теорий, и внезапную догадку, и генерирование новых идей и т. д. Критериями же научности наряду с принципом фальсификации являются принцип опытной проверяемости (верифицируемости), обоснованности, достоверности, непротиворечивости, концептуальной связности и практической эффективности.

Лит.: Поппер К. Предположения и опровержения: рост научного знания. М.: АСТ; Ермак, 2004.

ФОРМАЛИЗАЦИЯ — представление процесса или объекта посредством символов и формул искусственного формализованного языка, нацеленное на уточнение содержания познания.

С изучаемыми объектами в процессе формализации определённым образом сопоставляются некоторые материальные конструкции, обладающие относительно устойчивым характером и позволяющие в силу этого выявлять и фиксировать существенные и закономерные стороны рассматриваемых объектов.

*«С середины 30-х гг. XX в. теория полезности превращается в своеобразную лабораторию, в которой ведутся опыты по внедрению нового направления вульгаризации — **формализации** экономической теории, то есть замене методов социально-экономической абстракции методами символической логики и математики» (Потапов, 1984).*

*«...Такова природа экономического мышления. Любой другой способ применения **формальных** принципов познания (без которых, однако, мы заблудились бы, как в лесу) привёл бы нас к ошибкам. Крупный дефект **формализации** экономического анализа с помощью псевдоматематической символики, вроде той, что представлена в § VI настоящей главы, в том именно и состоит, что все эти построения явным образом исходят из допущения о строгой независимости введённых в анализ факторов и они теряют всю свою доказательность и значение с отпадением этой гипотезы» (Кейнс, 2007).*

*«После того как исследователь понял механизм функционирования системы, его главной задачей становится **формализация** описания этого механизма, например с помощью разностных уравнений. Дальнейшее изучение поведения системы становится совершенно элементарным, если воспользоваться возможностями современных компьютерных технологий» (Плотинский, 2001).*

Лит.: 1) Потапов В. В. Модификация теории «полезности». М.: Мысль, 1984; 2) Кейнс Дж. М. Общая теория занятости, процента и денег. М.: Эксмо, 2007; 3) Плотинский Ю. М. Модели социальных процессов. М.: Логос, 2001.

ХАОТИЧЕСКИЙ ПРОЦЕСС — тип динамического процесса, в котором происходят качественные и количественные изменения, направление и сила которых не вытекают из прошлого состояния процесса.

«Хаотический характер динамики возникает в тех случаях, когда или сам процесс неинерционен и легко меняет под воздействием внешних или внутренних факторов динамику развития, или же когда на инерционный процесс воздействуют внешние факторы такой силы, что под их воздействием ломаются и внутренняя структура процесса, и его взаимосвязи, и его динамика.

*Иначе говоря, эволюционная динамика характеризует процесс адаптации объекта к внешним и внутренним воздействиям, а **хаотическая** динамика — отсутствие способности объекта к адаптации» (Светуньков И. С., Светуньков С. Г., 2022).*

*«Эмпирическое исследование показывает, что схемы перераспределения доходов в большинстве стран западной демократии **хаотичны** и неконтролируемы. Поскольку современное государство благосостояния является порождением идеологии перераспределения, его нельзя оправдать ссылками на какие-либо внятные принципы и цели» (Жувенель, 1995).*

*«Оперирование методом проб и ошибок — это часть нашей повседневной жизни. Этот метод вообще, в принципе, присущ человеку от самого рождения. Но даже в жизни человека этот метод находит далеко не простые воплощения и применения и далёк от приписываемых ему **хаотичности**, **нерациональности** и **нецелесообразности**» (Понкин, Лаптева, 2021).*

Лит.: 1) Светуньков И. С., Светуньков С. Г. Методы и модели социально-экономического прогнозирования: в 2 т. Т. I. Теория и методология прогнозирования М.: Юрайт, 2022; 2) Жувенель Б. Этика перераспределения. М.: Баком, 1995; 3) Понкин И. В., Лаптева А. И. Методология научных исследований и прикладной аналитики. М.: Буки Веди, 2021.

ЦЕЛЬ — желаемое состояние объекта или системы в результате управляемого процесса их развития.

Цель возникает тогда, когда есть проблема, то есть расхождение желаемого и действительного.

*«Цель исследования ориентирует на его конечный результат, теоретико-познавательный и практически-прикладной, задачи формулируют вопросы, на которые должен быть получен ответ для реализации **целей** исследования. **Цели** и задачи исследования образуют взаимосвязанные цепочки, в которых каждое звено служит средством*

*удержания других звеньев (конечная **цель** исследования может быть названа его общей задачей, а частные задачи, выступающие в качестве средств решения основной, можно назвать промежуточными **целями** или **целями** второго порядка)» (Ядов, 1998).*

*«Решение в рамках подхода человеческой деятельности не сводится путём простого механического вычисления ответа к проблеме максимизации, подразумеваемой в конфигурации данных **целей** и средств. Оно отражает не просто манипулирование данными средствами с **целью** точного соответствия иерархии данных **целей**, но и даёт само представление о системе координат, связывающей средства и **цели**, в рамках которой имеют место распределение ресурсов и экономически рациональная деятельность» (Кирицнер, 2001).*

*«Так как анализ, на который я хочу обратить внимание читателей, ставит себе **целью** исследовать влияние изменений не абсолютной, а относительной стоимости товаров, то для нас не представляет интереса сравнительная оценка различных видов человеческого труда» (Рикардо, 2008).*

Лит.: 1) Ядов В. А. Стратегия социологического исследования. М.: Добросвет, 1998; 2) Кирицнер И. Конкуренция и предпринимательство. М.: Юнити-Дана, 2001; 3) Рикардо Д. Начала политической экономии и налогового обложения. Избранное. М.: Эксмо, 2008.

ШКАЛА — система чисел или иных элементов, принятых для оценки или измерения каких-либо величин.

Сам процесс измерения представляет собой *«процедуру, с помощью которой измеряемый объект сравнивается с некоторым эталоном и получает числовое выражение в определённом масштабе и шкале» (Ядов, 1998)*. Формально математически измерение — это *«гомоморфное отображение некой эмпирической реляционной системы на некоторую числовую реляционную систему» (Малая математическая энциклопедия, 1976)*. Вот такой числовой реляционной системой и выступает шкала.

Различные типы шкал используются в прикладной экономике для измерения и последующей обработки первичных данных. Шкалы бывают одномерными и многомерными. В экономике наибольшее распространение получили одномерные шкалы. Многомерные шкалы используются, в частности, для измерения отношения к товару или скрытых установок личности в менеджменте.

Числовые шкалы, используемые для получения информации из измеряемых данных, классифицируются по способу преобразования данных в числа. Количество подобных способов преобразования достаточно большое, поэтому в теории измерений задают некоторую точность такого преобразования, ограничивающее данное множество. Это ограниченное множество преобразований называют допустимым. Таким образом, тип шкалы определяется соответствующим этой шкале множеством допустимых преобразований. Из всего множества теоретически возможных шкал на практике чаще всего используются четыре типа шкал: номинальная, порядковая, интервальная и метрическая.

Каждая из шкал определяется наличием или отсутствием четырёх характеристик: описания, порядка, расстояния, начальной точки.

Описание шкалы предполагает использование единого способа записи информации, то есть характеризует составляющие шкалу элементы, например степень согласия или способ согласия («да», «нет», «не знаю»). При этом между данными элементами не вводится какая-либо характеристика сравнений — осуществляется только идентификация информации. Любая шкала измерения данных имеет описание. Если шкала имеет только описание, то данные, измеряемые в этой шкале, называют номинальными.

Порядок характеризует наличие отношений в способах записи информации, наличие крайних точек зрения («не согласен», «не совсем согласен», «согласен» и т. п.). При этом предусматриваются некоторые сравнительные характеристики, позволяющие упорядочить отношение к предмету исследования. Шкалы, имеющие описание и предусматривающие возможность сравнения элементов шкалы друг с другом, являются порядковыми.

В некоторых случаях расстояние между элементами шкалы может быть измерено. Это может быть только в тех шкалах, в которых элементы шкалы определены количественно, а между этими элементами имеются интервалы, расстояние между которыми имеет смысловое значение. Такие шкалы являются интервальными. Они, очевидно, помимо этой характеристики имеют и две другие — описание и порядок.

Начальная точка задаёт тот или иной уровень соотношений между элементами шкалы. Шкала измерения данных, которая имеет на-

чальную точку, является самой распространённой и называется метрической. Начальная точка означает отсутствие измеряемого свойства.

*«Начальную точку не надо путать с точкой отсчёта. Каждая начальная точка является точкой отсчёта, но не каждая точка отсчёта может быть начальной точкой. Например, начальная точка **шкалы** измерения массы тела в килограммах говорит о том, что нулевое значение на этой **шкале** (нуль килограммов) свидетельствует об отсутствии массы тела вообще. Поэтому эта точка, являясь точкой отсчёта, одновременно является и начальной точкой **шкалы** измерения массы. Если же за начальную точку измерения массы тела взять массу тела автора этой книги на момент написания этих строк и назвать её нулевой точкой, то эта точка будет только точкой отсчёта новой **шкалы** измерения массы тела, но не начальной точкой. Действительно, наличие нулевой массы в этой авторской **шкале** измерений не свидетельствует об отсутствии массы у любого тела с такой массой, более того, автор, масса которого в этой новой **шкале** измерений равна нулю, был бы не прочь избавиться от некоторой её части и перевести её значения в отрицательную часть новой **шкалы** измерений. **Шкала** имеет начальную точку, если она имеет единственное начало» (Светуньков, 2003).*

- Лит.: 1) Ядов В. А. Стратегия социологического исследования. М.: Добросвет, 1998;
2) Малая математическая энциклопедия. Будапешт: Изд-во АН Венгрии, 1976;
3) Светуньков С. Г. Методы маркетинговых исследований. СПб.: ЛКИ, 2003.

ЭВОЛЮЦИОННЫЙ ПРОЦЕСС — процесс постепенных необратимых изменений объекта в ходе его развития.

Н. Д. Кондратьев выделял эволюционные и волнообразные динамические процессы как наиболее существенные в экономическом развитии.

К эволюционным он относил процессы, происходящие постепенно, незаметно *меняя качественную характеристику, делая невозможным переход от новой структуры к первоначальной*, из которой началось эволюционное развитие.

Эволюционная динамика характеризует процесс адаптации объекта к внешним и внутренним воздействиям.

«Для живой природы, а экономика относится именно к этому типу явлений, характерна необратимость многих процессов, вызванная

эволюционным характером развития объектов живой природы. Живые объекты получают информацию об изменениях во внешней среде и адаптируются к этим изменениям, трансформируя структуру своих элементов и взаимодействие между ними. В объектах живой природы процесс **эволюции** вызван самыми разными причинами, в том числе и случайными генетическими изменениями в организмах, позволяющими полезные для организма новые свойства в изменившихся условиях зафиксировать в геномном коде, а бесполезные — отринуть вместе с гибелью организмов, имеющих такие бесполезные изменения. Этот процесс прекрасно описан Ч. Дарвином, и повторять его учение здесь не имеет смысла.

В экономике также происходят **эволюционные** изменения. Но вызваны они не случайными генетическими изменениями, а целенаправленной человеческой деятельностью — инновациями» (Светуньков, 2021).

«Важно понять, что, говоря о капитализме, мы имеем дело с **эволюционным** процессом. Кажется странным, что кто-то может не замечать столь очевидного факта, важность которого давно уже подчёркивал Карл Маркс. Однако фрагментарный анализ, из которого мы черпаем большую часть наших выводов о функционировании современного капитализма, упорно его игнорирует...

Капитализм по самой своей сути — это форма или метод экономических изменений, он никогда не бывает и не может быть стационарным состоянием. **Эволюционный** характер капиталистического процесса объясняется не только тем, что экономическая жизнь протекает в социальной и природной среде, которая изменяется и меняет тем самым параметры, при которых совершаются экономические действия... Основным импульс, который приводит капиталистический механизм в движение и поддерживает его на ходу, исходит от новых потребительских благ, новых методов производства и транспортировки товаров, новых рынков и новых форм экономической организации, которые создают капиталистические предприятия» (Шумпетер, 1995).

Лит.: 1) Светуньков С. Г. Экономическое прогнозирование с помощью комплекснозначных авторегрессий. СПб.: Политех-Пресс, 2021; 2) Шумпетер Й. А. Капитализм, социализм и демократия. М.: Экономика, 1995.

ЭВРИСТИКА — наука о механизмах и методологических средствах предвосхищения и появления нового знания, изучающая возможности генерирования гипотез путём применения методов прав-

доподобных рассуждений (абдукции, индукции, ассоциации, аналогии, экстраполяции и др.).

*«Мы рассмотрим некоторые вопросы, связанные с двумя ключевыми проблемами поведенческой экономики, — **эвристика** принятия решения и структура решения... **Эвристика** — это ментальные упрощения или простые практические правила. В повседневной жизни, когда человек предвидит или может предсказать вероятностный исход событий или действий, он чаще всего применяет такие правила:*

*1) **эвристика** доступности — потребители делают прогнозы легко и быстро, основываясь на примерах, которые могут припомнить...*

*2) **эвристика** репрезентативности — потребители основывают свои предсказания на том, насколько результат представлятелен или аналогичен в отношении других товаров...*

*3) **эвристика** закрепления и приспособления — потребители вырабатывают первоначальное суждение и затем, в зависимости от дополнительной информации, корректируют его — иногда вопреки своему желанию» (Котлер, Келлер, 2019).*

Лит.: Котлер Ф., Келлер К. Маркетинг. Менеджмент. СПб.: Питер, 2019.

ЭКЛЕКТИКА — не критическое соединение разнородных, внутренне не связанных и, возможно, несовместимых взглядов и идей.

Для эклектики характерны пренебрежение логическими связями положений, объединяемых в одну систему, подмена объективно значимых способов обоснования теми, которые имеют лишь субъективную убедительность, широкое применение многозначных и неточных понятий, ошибки в определениях и классификациях. Иногда эклектика выступает в качестве неизбежного момента в развитии знания в период формирования системы воззрений или теории, когда осваивается новая проблематика и ещё недостижим синтез разрозненных фактов, представлений и гипотез в единую систему.

«...Для плодотворного синтеза теорий необходимо их диалектическое развитие и аргументированное снятие тех положений, в которых они являются по своему содержанию несовместимыми, антагонистичными. При таком их развитии и теория „Экономикс“ получит более глубокое, сущностное, системное обоснование. В том виде,

*в каком эти теории приходят сейчас из-за рубежа в многочисленных переводах учебников, лишённые трудовой теории стоимости, они пользуются **эклeктическим** методом. В них нет субстанционального единства, монизма, характерного для научной теоретической системы» (Андреев, 1998).*

*«...Видно, что даже такой большой труд, который был выполнен В. В. Жоховой по систематизации и критико-конструктивному анализу складывающейся теории, всё-таки не дал возможности хотя бы даже выделить в определении социального предпринимательства существенные черты социального предпринимательства как такового. И другие элементы этой теории также пока ещё представляются **эклeктичными**. Не особенно убедительно получается пока что объяснить суть социального предпринимательства» (Светуных, Пономарев, 2016).*

Лит.: 1) Андреев Б. Ф. Системный курс экономической теории. СПб.: Лениздат, 1998; 2) Светуных С. Г., Пономарёв О. Б. Социальное предпринимательство и модель жизненного цикла предпринимателя // Научно-технические ведомости СПбГПУ: экономические науки. 2016. № 6 (256).

ЭКСПЛИКАЦИЯ (разъяснение) — процесс интерпретации терминов и утверждений, символов и формул искусственных научных языков.

Экспликация носит менее строгий характер, чем определение. Она обычно выступает как разработка исходных понятий в научной теории.

*«...Категорию „экономическая жизнь“ можно определить как социальный процесс, в котором социальные субъекты выступают в качестве непосредственных деятелей конкретного хозяйства и опосредованно в качестве „частей“ общехозяйственного организма. Мы считаем, что такая **экспликация** понятия „экономическая жизнь“ не совсем полно отражает современные реалии, так как всё чаще возникает необходимость учитывать и материальные, и социокультурные детерминанты человеческой деятельности не как „первичные и вторичные“, а в совокупности» (Коваженков, 2013).*

*«Зачем же нужны такого рода **экспликации** понятия алгоритма? Неужели они служат только согласованию взглядов математиков на понимание термина „алгоритм“? Отнюдь нет. Такие **экспликации** выявляют характерные черты алгоритмической деятельности*

вообще. Хотя в результате этих **экспликаций** логическая структура процесса переработки информации сильно упрощается, возникающее в результате понятие приобретает вместе с тем удобный для теоретических исследований „стандартный“ вид. Однако в гносеологическом плане в таких исследованиях с каждым уточнением должен быть явным образом связан некоторый методологический принцип. А именно: каждая **экспликация** сопровождается принципом стандартизации, который утверждает возможность нахождения для каждого алгоритма в интуитивно-содержательном смысле этого понятия соответствующего ему „стандартного“ алгоритма» (Управление, информация, интеллект, 1976).

Лит.: 1) Коваженков М. А. Феномен управления в экономическом пространстве. М.: Научная библиотека, 2013; 2) Управление, информация, интеллект. М.: Мысль, 1976.

ЭЛЕМЕНТ СИСТЕМЫ — составная часть системы, рассматриваемая в рамках исследовательской задачи как неделимая единица.

Внутренняя структура элемента не является при этом предметом исследования. В том случае когда элемент системы сам рассматривается с позиций системного подхода, он представляется как подсистема более низкого уровня иерархии, состоящая из подэлементов.

*«Мировая экономика, как и экономика отдельной страны, может быть представлена как система взаимосвязанных процессов. В результате какого-либо процесса, будь то производство стали, обучение молодёжи или ведение домашнего хозяйства, производится определённая продукция, что связано с некоторой комбинацией затрат. Прямая взаимозависимость между двумя процессами появляется всякий раз, когда продукт одного становится затратами другого: уголь, продукт угледобывающей промышленности, становится ресурсом для электроэнергетики. Химическая промышленность использует уголь не только в качестве сырья, но и косвенно в виде электроэнергии. Сеть связей такого рода образует систему **элементов**, зависящих друг от друга прямо, или косвенно, или прямо и косвенно одновременно» (Леонтьев, 1990).*

*«Каждый человек, если бы он мог некоторое время прожить один, представлял бы собой и капиталиста, и предпринимателя, и рабочего, и производителя, и потребителя. В нём совершалась бы вся экономическая эволюция. Наблюдая каждый из входящих в состав его **элементов**: потребность, усилие, удовлетворение, даровую и трудовую*

полезность человека, получишь понятие обо всём механизме, хотя и в его простейшей форме» (Бастиа, 2000).

*«Разве неизвестно, что путешествие в Ост-Индию продолжается долго, так что по естественному ходу вещей многие могут умереть в течение этого времени, даже если бы они оставались и дома. Разве в возмещение тех, кто умирает, Ост-Индская компания не принимает во флот ежегодно по меньшей мере четыреста человек, которые в одно путешествие становятся хорошими моряками для службы королю и государству. Многие из них были тяжёлым бременем для государства. Таким образом государство освобождается от отчаянно-го и незаконного **элемента**, который держат в повиновении суровой дисциплиной на море, так что они часто меняют свой прежний образ жизни и достигают благосостояния» (Ман, 1935).*

Лит.: 1) Леонтьев В. Экономические эссе. Теории, исследования, факты и политика. М.: Политиздат, 1990; 2) Бастиа Ф. Экономические софизмы. Экономические гармонии. М.: Дело, 2000; 3) Ман Т. Богатство Англии во внешней торговле, или Баланс нашей внешней торговли как регулятор нашего богатства // Меркантилизм. Л.: Соцэкгиз, Ленингр. отд-ние, 1935.

ЭФФЕКТ — результат каких-либо целенаправленных действий.

В зависимости от типа полученного результата эффект может быть экономическим, политическим, социальным, техническим и т. п. Эффект измеряется различными показателями в зависимости от характера полученного результата. В экономике используют стоимостные (себестоимость, прибыль), натуральные (объем) и относительные (в процентах или долях) показатели экономического эффекта. Определение эффекта позволяет приступить к более сложному процессу — расчёту эффективности деятельности.

*«После оценки непосредственно выгоды иностранного инвестиционного проекта международный финансовый менеджер должен скорректировать полученный с учётом данного проекта поток нетто-приведённой стоимости на уровне фирмы на: **эффект** „каннибализации“; **эффект** дополнительных продаж; **эффект** комиссионных и роялти.*

***Эффект** каннибализации связан с тем, что рассматриваемый иностранный инвестиционный проект может привести к уменьшению общего экспорта продукции на зарубежные рынки...*

Эффект дополнительных продаж связан с возможностью для фирмы при осуществлении рассматриваемого иностранного проекта создать дополнительный спрос на поставки дополнительной продукции со стороны родительской компании и других подразделений...

Комиссионные и роялти, выплачиваемые по данному проекту, — это отрицательные потоки для рассматриваемого проекта и положительные потоки для материнской компании...» (Международный менеджмент, 2001).

«...Исследовалось воздействие **эффекта** дохода и **эффекта** замещения, возникающих в процессе налогового регулирования, на экономическую активность хозяйствующих субъектов. Так, было обосновано положение о том, что **эффект** дохода, возникающий в результате снижения налогов (снижения средней налоговой ставки), имеет место при снижении эффективной налоговой ставки» (Лыкова, 2020).

«Хотя задача установления соответствующих обменных курсов (с учётом данных обменных курсов между различными валютами) будет сложной, компьютер поможет сделать почти мгновенный расчёт, так что банк будет знать ежечасно, увеличивать ли ему или уменьшать объём своей валюты, предлагаемой для ссуд и/или для продажи. Быстрые, незамедлительные меры будут приниматься путём покупки или продажи валюты на бирже, но длительный **эффект** может быть достигнут только путём изменения ссудной политики» (Хайек, 2020).

Лит.: 1) Международный менеджмент. СПб.: Питер, 2001; 2) Лыкова Л. Н. Налоги и налогообложение. М.: Юрайт, 2020; 3) Хайек Ф. А. Рынок и другие порядки. М.: Интермедиа, 2020.

ЭФФЕКТИВНОСТЬ — наивысшая степень достижения поставленных целей, которая характеризуется соотношением результатов (эффекта) к затратам, осуществлённым для достижения этих целей.

В зависимости от того, какие затраты были произведены и особенно — какие из полученных результатов принимаются во внимание, говорят об эффективности экономической, социально-экономической, социальной, экологической и т. п.

«Общее понятие **эффективности** весьма широко и употребляется в самых разных областях. **Эффективность** вообще есть отношение полезного эффекта (результата) к затратам на его получение. Сопоставляя отдельные виды затрат со связанными с ними элемен-

тами полезного эффекта, мы получим множество показателей **эффективности**: производительность труда, коэффициент полезного действия, коэффициент использования оборудования и т. д. Показатели **эффективности** часто выражаются в обратной форме, то есть как отношение затрат к эффекту: себестоимость единицы продукции, расход топлива на единицу продукции и т. д.

Однако все применяемые показатели **эффективности** отличаются неполнотой. В них недостаточно учитываются либо затраты, либо эффект или же недостаточно учитывается и то и другое (это происходит чаще всего). Между тем для хозяйственных решений, для выбора того или иного планового (или проектного) варианта нужно знать соотношение между полным народнохозяйственным эффектом и всеми затратами народного хозяйства по каждому из сопоставляемых вариантов: нужно знать полную народнохозяйственную **эффективность** сопоставляемых вариантов.

Поскольку затраты реально представляют только труд, народнохозяйственная **эффективность** вариантов есть не что иное, как **эффективность** общественного труда. **Эффективность** труда обычно отождествляют с его производительностью. Между тем продукт труда и эффект труда — не одно и то же» (Новожилов, 1972).

«Экономическая **эффективность** производства характеризует относительную результативность производственной деятельности как результата хозяйственной деятельности к затратам живого и овеществлённого труда, который имеет место быть в ресурсах, оборудовании, зданиях, сооружениях, материалах, используемых в соответствии с достигнутым уровнем развития производительных сил и производственных отношений. Экономический эффект как результат деятельности — величина абсолютная, выраженная в стоимостной форме. Для анализа успешности экономической деятельности, как правило, проводят диагностику обоих показателей. На практике рассчитывают абсолютную и сравнительную экономическую **эффективность**» (Багиев, 2004).

Лит.: 1) Новожилов В. В. Проблемы измерения затрат и результатов при оптимальном планировании. М.: Наука, 1972; 2) Багиев Г. Л. Экономика маркетинга. СПб.: СПбГУЭФ, 2004.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

«Математика — это язык, на котором говорят все точные науки». Это высказывание принадлежит Николаю Ивановичу Лобачевскому — выдающемуся российскому учёному. Общенаучные термины и понятия используются в одинаковом смысле и в математике, и в экономике, и в других науках. Говоря на одном языке, мы понимаем друг друга. Именно поэтому правильное и корректное использование общенаучной терминологии в экономической науке так важно в научном обиходе.

Мы надеемся на то, что толковый словарь общенаучных терминов, содержание которого изложено выше, поможет молодым учёным экономистам в чётком формулировании научных текстов и в презентации научных результатов на различных экономических научных форумах.

На наш взгляд, словарь в достаточной степени насыщен наиболее употребительными в экономике общенаучными терминами и понятиями, смысл которых нами изложен. При этом мы отдаём себе отчёт в том, что со временем, когда одна научная парадигма сменит другую научную парадигму, несколько изменится и общенаучная терминология. Она дополнится новыми терминами и новыми понятиями. Старые понятия могут быть несколько откорректированы и расширено их толкование. В итоге состав и содержание общенаучной терминологии будет расширяться и обогащаться. А это значит, что через некоторое время возникнет необходимость в пересмотре содержания подобных толковых словарей общенаучных терминов, используемых в экономических исследованиях. Но, скорее всего, эту задачу будут решать уже другие учёные, поскольку инерционность системы научных знаний составляет десятки лет и терминологический аппарат науки, в силу этой инерционности, ещё долгие годы сохраняет своё содержание.

Поэтому, если наш прогноз верен, наш толковый словарь ещё долгое время будет востребован в отечественной экономической науке.

ЛИТЕРАТУРА

- 1) Авдашева С. В., Розанова С. М. Теория организации отраслевых рынков: учебник. М.: Магистр, 1998. 320 с.
- 2) Адизес И. Стили менеджмента — эффективные и неэффективные. М.: Альпина Паблишер, 2021. 200 с.
- 3) Активизация человеческого фактора и эффективность труда / Д. П. Богиня, А. В. Пивовар, В. Н. Шамота [и др.]; отв. ред. Д. Н. Богиня; АН УССР, Ин-т экономики. Киев: Наукова думка, 1990. 282 с.
- 4) Александровский С. В., Бутрюмова Н. Н. Исследование облачных сервисов маркетинга в регионе Нижнего Новгорода // Региональная экономика: теория и практика. 2016. № 5. С. 161–176.
- 5) Андреев Б. Ф. Системный курс экономической теории / Б. Ф. Андреев; под ред. В. А. Петрищева. СПб.: Лениздат, 1998. 574 с.
- 6) Антохонова И. В. Методы прогнозирования социально-экономических процессов: учеб. пособие для вузов. М.: Юрайт, 2017. 213 с.
- 7) Аоки М. Фирма в японской экономике. СПб.: Лениздат, 1995. 432 с.
- 8) Аристотель. Метафизика. М.: Эксмо, 2015. 448 с.
- 9) Аристотель. Сочинения: в 4 т. Т. 2. М.: Мысль, 1978. 687 с.
- 10) Афоничкин А. И. Принятие управленческих решений в экономических системах. Саранск: Изд-во Мордов. ун-та, 1998. 184 с.
- 11) Ашманов И. Оптимизация и продвижение в поисковых системах. СПб.: Питер, 2019. 512 с.
- 12) Багиев Г. Л. Экономика маркетинга: учебное пособие. СПб.: СПбГУЭФ, 2004. 151 с.
- 13) Багиев Г. Л., Бичун Ю. А., Светульников С. Г., Тарасевич В. М. Экономика и управление народным хозяйством. Словарь основных терминов: маркетинг, предпринимательство: справ. пособие. СПб.: СПбГУЭФ, 2002. 172 с.
- 14) Багиев Г. Л., Тарасевич В. М. Маркетинг: учебник для вузов. СПб.: Питер, 2010. 576 с.
- 15) Бальдони Дж. Управляй своим боссом. Как стать высокоэффективным лидером менеджеру среднего звена. М.: Эксмо, 2014. 240 с.

16) Бастиа Ф. Экономические софизмы. Экономические гармонии: сборник // Трактат по политической экономии. Экономические софизмы. Экономические гармонии / Ж.-Б. Сэй, Ф. Бастиа. М.: Дело, 2000. С. 89–215.

17) Баумоль У. Дж., Квандт Р. Э. Эмпирические методы и оптимально несовершенные решения // Теория фирмы. СПб.: Экономическая школа, 1995. С. 448–476.

18) Белых А. А. История советских экономико-математических исследований (1917 — начало 60-х годов). Л.: Изд-во Ленинградского ун-та, 1990. 144 с.

19) Берикашвили В. Ш. Статистическая обработка данных, планирование эксперимента и случайные процессы: учеб. пособие. М.: Юрайт, 2019. 164 с.

20) Бернштейн П. Фундаментальные идеи финансового мира: эволюция. М.: Альпина Бизнес Букс, 2009. 247 с.

21) Благих И. А. История экономических учений: учебник для академ. бакалавриата / И. А. Благих, А. Н. Дубянский; под ред. А. Н. Дубянского. М.: Юрайт, 2019. 611 с.

22) Блауг М. Экономическая мысль в ретроспективе. М.: Дело Лтд, 1993. 383 с.

23) Бриллюэн Л. Новый взгляд на теорию относительности. М.: Мир, 1972. 142 с.

24) Бройль Л. Избранные научные труды. Т. 1. Становление квантовой физики: работы 1921–1934 годов. М.: Логос, 2010. 556 с.

25) Бурда А. Г., Бурда Г. П. Экономико-математические методы и модели: учеб. пособие (курс лекций) / А. Г. Бурда, Г. П. Бурда; Кубан. гос. аграр. ун-т. Краснодар: КубГАУ, 2015. 178 с.

26) Васильев В. Д. Оптимизационный подход к выбору инвестиционных стратегий и проектов в строительстве объектов региона. СПб.: СПбГУЭФ, 2004. 283 с.

27) Вентцель Е. С. Теория вероятностей. М.: Кнорус, 2016. 658 с.

28) Вернадский В. И. О науке. Т. 1. Научное знание. Научное творчество. Научная мысль. Дубна: Феникс, 1997. 576 с.

29) Виндельбанд В. Прелюдии. Философские статьи и речи. СПб., 1904. 328 с.

30) Внутрифирменное планирование: учебник и практикум для вузов / С. Н. Кукушкин [и др.]; под редакцией С. Н. Кукушкина, В. Я. Позднякова, Е. С. Васильевой. М.: Юрайт, 2021. 344 с.

- 31) Волкова В. Н., Денисов А. А. Теория систем: учеб. пособие для студентов вузов. М.: Высшая школа, 2006. 512 с.
- 32) Гальперин В. М., Игнатъев С. М., Моргунов В. И. Микроэкономика. Т. 1. СПб.: Экономическая школа, 2004. 348 с.
- 33) Гейзенберг В. Шаги за горизонт. М.: Прогресс, 1987. 368 с.
- 34) Гильберт Д. Избранные труды. Т. II. Анализ. Физика. Проблемы. Personalia. М.: Факториал, 1998. 608 с.
- 35) Глухов В. В. Менеджмент: учебник для вузов. СПб.: Питер, 2002. 608 с.
- 36) Головачёв А. С. Экономика организации (предприятия): учеб. пособие. Минск: Высшая школа, 2015. 688 с.
- 37) Государство и рынок: американская модель. М.: Анкил, 1999. 436 с.
- 38) Девятко И. Ф. Методы социологического исследования. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 1998. 208 с.
- 39) Деньгов В. В. Микроэкономика: в 2 т. Т. 1. Теория потребительского поведения. Теория фирмы. Теория рынков. М.: Юрайт, 2016. 410 с.
- 40) Депутатова Е. Ю. Изучение покупательского поведения в розничной торговле: теория и практика: учеб. пособие. М.: Дашкой и К, 2022. 170 с.
- 41) Джанджугазова Е. А. Маркетинговые технологии в туризме: маркетинг туристических территорий. М.: Юрайт, 2019. 208 с.
- 42) Джевонс У. С. Основы науки: трактат о логике и научном методе. М.: Либерком, 2014. 744 с.
- 43) Долгов А. П., Сухова М. В. Адаптация систем профессионального образования к рыночным условиям: монография. СПб.: СПбГУ-ЭФ, 2002. 224 с.
- 44) Дорфман Р. Математическое, или «линейное», программирование: нематематическое представление // Вехи экономической мысли. Т. 2. Теория фирмы / под общ. ред. В. М. Гальперина. СПб.: Экономическая школа, 2000. С. 205–242.
- 45) Друкер П. Ф. Эффективный руководитель. М.: Вильямс, 2010. 224 с.
- 46) Дюпюи Ж. О мере полезности гражданских сооружений // Теория потребительского поведения и спроса. СПб.: Экономическая школа, 1993. С. 28–67.

- 47) Жид Ш., Рист Ш. История экономических учений. М.: Экономика, 1995. 544 с.
- 48) Жувенель Б. Этика перераспределения. М.: Баком, 1995. 146 с.
- 49) Жуков В. Н. Методологические основы перекрёстного финансового контроля в корпорациях // Финансовая аналитика: проблемы и решения. 2015. № 48. С. 2–9.
- 50) Завельский М. Г. Государственное регулирование рыночной экономики: системный подход в российских условиях. М.: Наука, 2006. 328 с.
- 51) Загребельный Г. В., Боровик М. Ю. Performance-маркетинг. Заставьте интернет работать на вас. М.: Интеллектуальная литература, 2021. 270 с.
- 52) Зарубежные концепции экономического развития стран Африки / Л. И. Александровская, В. К. Виганд, М. А. Кузнецова [и др.]; отв. ред. Л. В. Гончаров. М.: Наука, 1988. 303 с.
- 53) Зельдович Б. З. Медиаменеджмент: учебник для вузов. М.: Юрайт, 2019. 293 с.
- 54) Зомбарт В. Буржуа: этюды по истории духовного развития современного экономического человека. Художественная промышленность и культура. М.: Терра — Книжный клуб, 2009. 576 с.
- 55) Игнатъев М. В. Конъюнктура и цены: популярное изложение методов их наблюдения и изучения. М.: Финансовое издательство НКФ СССР, 1925. 144 с.
- 56) Ильин И. В., Анисифоров А. Б. Использование облачных технологий при построении информационных систем кластера // Экономика и управление. 2012. №. 7. С. 22–27.
- 57) Ильин И. В., Борреманс А. Д. Разработка требований к структуре элементов ИТ-инфраструктуры для внедрения технологий Industry 4.0 // Фундаментальные и прикладные исследования в области управления, экономики и торговли. СПб.: Политехник, 2020. С. 180–186.
- 58) Исаев Р. А., Хизриев З. Х. Алгоритм управления процессом качественного развития организационного строения корпорации // Управление политико-правовыми и социально-экономическими процессами в регионах: мат. межд. научно-практ. конференции. М.; Берлин: Директ-Медиа, 2014. С. 59–69.

- 59) История экономических учений: учебник / под ред. С. А. Толкачёва. М.: Юрайт, 2015. 511 с.
- 60) Ишутин Р. В., Светульников С. Г. Основы теории предпринимательства: учебник для экон. специальностей вузов. М.: Российская академия предпринимательства, 2005. 384 с.
- 61) Карасёв А. П. Маркетинговые исследования: учебник и практикум для СПО. М.: Юрайт, 2017. 315 с.
- 62) Карлберг К. Анализ финансовой отчётности с использованием Excel. СПб.: Диалектика, 2019. 224 с.
- 63) Карнап Р. Философские основания физики. М.: Прогресс, 1971. 390с.
- 64) Катъкало В. С. Эволюция теории стратегического управления. СПб.: СПбГУ, 2006. 548 с.
- 65) Кейнс Дж. М.. Общая теория занятости, процента и денег. М.: Эксмо, 2007. 960 с.
- 66) Кирцнер И. Конкуренция и предпринимательство / под ред. А. Н. Романова. М.: Юнити-Дана, 2001. 239 с.
- 67) Кит П., Янг Ф. Управленческая экономика. Инструментарий руководителя. СПб.: Питер, 2008. 624 с.
- 68) Кларк Дж. Б. Распределение богатства. М.: Гелиос АРВ, 2000. 368 с.
- 69) Клейнер Г. Б. Производственные функции: теория, методы, применение. М.: Финансы и статистика, 1986. 239 с.
- 70) Коваженков М. А. Феномен управления в экономическом пространстве: монография. М.: Научная библиотека, 2013. 314 с.
- 71) Комплексная оценка устойчивости развития социо-эколого-экономических систем регионов Сибири: монография / Е.А. Сырцова [и др.]. Красноярск: Сибирский фед. ун-т, 2018. 160 с.
- 72) Кондратьев Н. Д. К вопросу о понятиях экономической статистики, динамики и конъюнктуры // Кондратьев Н. Д. Проблемы экономической динамики. М.: Экономика, 1989. С. 48–90.
- 73) Копнин П. В. Диалектика как логика и теория познания. Опыт логико-гносеологического исследования. М.: Наука, 1973. 465 с.
- 74) Корабельников Г. А. Как противодействовать бегству капиталов из России: сборник науч. работ кафедры экономической истории / под ред. В. В. Круглова. СПб.: СПбГУЭФ, 2003. С. 63–74.
- 75) Коршунов В. В. Экономика организации (предприятия). М.: Юрайт, 2019. 347 с.

- 76) Косарева О. А. Товароведение продовольственных и непродовольственных товаров: учебник. М.: Синергия, 2020. 452 с.
- 77) Котлер Ф., Келлер К. Маркетинг. Менеджмент: экспресс-курс. СПб.: Питер, 2019. 448 с.
- 78) Коуз Р. Фирма, рынок и право. М.: Новое издательство, 2007. 224 с.
- 79) Краевский В. В. Методологическая рефлексия // Советская педагогика. 1989. № 2. С. 69–83.
- 80) Крафт Г. В. Концепция содержания и структуризации финансовой системы страны // Известия СПбГУЭФ. 2003. № 4. С. 81–92.
- 81) Кун Т. Структура научных революций. М.: АСТ, 2003. 605 с.
- 82) Лапушинская Г. К., Петров А. Н. Планирование в условиях рынка. М.: Дашков и К, 2003.
- 83) Лев М. Ю. Цены и ценообразование: учебник для студентов вузов. М.: Юнити-Дана, 2017. 383 с.
- 84) Левицкий Е. М. Адаптивные эконометрические модели: монография. Новосибирск: Наука, 1981. 223 с.
- 85) Левшин Ф. М. Мировой рынок: конъюнктура, цены и маркетинг. М.: Международные отношения, 1993. 264 с.
- 86) Лейбниц Г. В. Труды по философии. М.: Ленанд, 2019. 178 с.
- 87) Леонтьев В. Экономические эссе. Теории, исследования, факты и политика. М.: Политиздат, 1990. 369 с.
- 88) Лещева М. Г. Использование инструментального аппарата моделирования для интегрированных формирований // Экономический анализ: теория и практика. 2014. № 15 (366). С. 51–56.
- 89) Лыкова Л. Н. Налоги и налогообложение: учебник и практикум для среднего проф. образования. М.: Юрайт, 2020. 376 с.
- 90) Маевский В. О взаимоотношении эволюционной теории и ортодоксии (концептуальный анализ) // Вопросы экономики. 2003. № 11. С. 4–14.
- 91) Малая математическая энциклопедия. Будапешт: Изд-во АН Венгрии, 1976. 696 с.
- 92) Ман Т. Богатство Англии во внешней торговле, или Баланс нашей внешней торговли как регулятор нашего богатства // Меркантилизм: сборник / под ред. и со вступ. статьёй И. С. Плотникова. Л.: Соцэкгиз, Ленингр. отд-ние, 1935. С. 109–139.
- 93) Маршалл А. Принципы экономической науки. Т. 1. М.: Прогресс, 1993. 415 с.

- 94) Международный менеджмент: учебник для вузов / под ред. С. Э. Пивоварова, Д. И. Баркана, Л. С. Тарасевича, А. И. Майзеля. СПб.: Питер, 2000. 624 с.
- 95) Международный менеджмент: учебник для вузов / под ред. С. Э. Пивоварова, Л. С. Тарасевича, А. И. Майзеля. 2-е изд., доп. СПб.: Питер, 2001. 576 с.
- 96) Мизес Л. Бюрократия. Запланированный хаос. Антикапиталистическая ментальность. М.: Дело, 1993. 238 с.
- 97) Мизес Л. Либерализм в классической традиции. М.: Начала-Пресс, 1994. 63 с.
- 98) Могилевский В. Д. Методология систем: вербальный подход. М.: Экономика, 1999. 251 с.
- 99) Найт Ф. Риск, неопределённость и прибыль. М.: Дело, 2003. 359 с.
- 100) Налоги и налогообложение / под ред. И. А. Майбурова. М.: Юнити-Дана, 2017. 519 с.
- 101) Новожилов В. В. Проблемы измерения затрат и результатов при оптимальном планировании. М.: Наука, 1972. 436 с.
- 102) Осипенко С. А. Экономико-математическое моделирование: учебно-метод. пособие. М.; Берлин: Директ-Медиа, 2018. 146 с.
- 103) Основы менеджмента / под ред. А. И. Афоничкина. СПб.: Питер, 2007. 528 с.
- 104) Основы современного маркетинга: учебно-нагл. пособие / под ред. Г. Л. Багиева. СПб.: СПбГУЭФ, 2002. 172 с.
- 105) Пайпс Р. Россия при старом режиме. М.: Независимая газета, 1993. 424 с.
- 106) Панасюк Я. М. Оценка эффективности интеграции компаний на российском рынке // Вопросы экономики. 2013. № 24 (162). С. 18–25.
- 107) Переверзев М. П., Лунева А. М. Предпринимательство и бизнес: учебник для студентов вузов. М.: Инфра-М, 2011. 176 с.
- 108) Перцик Е. Н. Территориальное планирование: учебник для вузов. М.: Юрайт, 2020. 362 с.
- 109) Петти У. Трактат о налогах и сборах. *Verbum sapienti* — слово мудрым. Разное о деньгах. М.: Ось-89, 1997. 157 с.
- 110) Плотинский Ю. М. Модели социальных процессов: учеб. пособие для вузов. М.: Логос, 2001. 296 с.

- 111) Погосян Г. А. Современное армянское общество: особенности трансформации. М.: Academia, 2005. 323 с.
- 112) Понкин И. В., Лаптева А. И. Методология научных исследований и прикладной аналитики: учебник. М.: Буки Веди, 2021. 567 с.
- 113) Пономарёв О. Б., Светуных С. Г. Экономика и предпринимательство. СПб.: Левша, 2015. 631 с.
- 114) Поппер К. Логика и рост научного знания. Избранные работы. М.: Прогресс, 1983. 606 с.
- 115) Поппер К. Предположения и опровержения: рост научного знания. М.: АСТ; Ермак, 2004. 638 с.
- 116) Популярная экономическая энциклопедия / гл. ред. А. Д. Некипелов. М.: Большая российская энциклопедия, 2001. 367 с.
- 117) Потапов В. В. Модификация теории «полезности». М.: Мысль, 1984. 134 с.
- 118) Потёмкин В. К. Управление персоналом: методологические основы исследования трудовой деятельности // Управление персоналом. Учёные записки. Книга II. СПб.: СПбАУП, 2004. 345 с.
- 119) Прогнозирование и планирование экономики: учебник / под ред. Д. Е. Сорокина, С. В. Шманева, И. Л. Юрзиновой. М.: Прометей, 2019. 544 с.
- 120) Пуанкаре А. О науке. М.: Наука, 1983. 560 с.
- 121) Разумихин Б. С. Физические модели и методы теории равновесия в программировании и экономике. М.: Наука, 1975. 304 с.
- 122) Райзберг Б. А. Диссертация и учёная степень: пособие для соискателей. М.: Инфра-М, 2000. 240 с.
- 123) Раяцкас Р. Л., Плакунов М. К. Количественный анализ в экономике. М.: Наука, 1987. 376 с.
- 124) Рикард Д. Начала политической экономии и налогового обложения. Избранное. М.: Эксмо, 2008. 960 с.
- 125) Робинсон Дж. Экономическая теория несовершенной конкуренции. М.: Прогресс, 1986. 471 с.
- 126) Родионов И. И., Михальчук В. Б. Оценка размера и структуры синергии во внутренних сделках слияния и поглощений в 2006–2014 гг. // Современная конкуренция. 2015. Т. 9. № 6 (54).
- 127) Самуэльсон П. А., Нордхаус В. Д. Экономика. М.: Бином; Лаборатория базовых знаний, 1997. 800 с.
- 128) Светуных И. С., Светуных С. Г. Методы и модели социально-экономического прогнозирования: учебник и практи-

кум для академ. бакалавриата: в 2 т. Т. I. Теория и методология прогнозирования М.: Юрайт, 2022. 351 с.

129) Светуньков С. Г. Экономическое прогнозирование с помощью комплекснозначных авторегрессий. СПб.: Политех-Пресс, 2021. 155 с

130) Светуньков С. Г. Методы маркетинговых исследований. СПб.: ЛКИ, 2003. 352 с.

131) Светуньков С. Г. Модели спроса и предложения в пространстве «цена — объем — доход». Ульяновск: УлГУ, 1999. 123 с.

132) Светуньков С. Г. Теория многоуровневой конкуренции. М.: URSS, 2019. 304 с.

133) Светуньков С. Г. Эконометрические методы прогнозирования спроса. М.: МГУ, 1993. 123 с.

134) Светуньков С. Г., Аренков И. А. Логика маркетинговых решений / под ред. Г. Л. Багиева. СПб.: СПбГУЭФ, 2001. 96 с.

135) Светуньков С. Г., Литвинов А. А. Конкуренция и предпринимательские решения. Ульяновск: Корпорация технологий продвижения, 2000. 537 с.

136) Светуньков С. Г., Пономарёв О. Б. Социальное предпринимательство и модель жизненного цикла предпринимателя // Научно-технические ведомости СПбГПУ: экономические науки. 2016. № 6 (256). С. 112–121.

137) Семёненко А. И. Предпринимательская логистика. СПб.: Политехника, 1997. 347 с.

138) Сибел Т. Цифровая трансформация. Как выжить и преуспеть в новую эпоху. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2021. 256 с.

139) Словарь современной экономической теории Макмиллана. М.: Инфра-М, 1997. 608 с.

140) Слуцкий Е. Е. Экономические и статистические произведения. Избранное. М.: Эксмо, 2010. 1152 с.

141) Слюсарь Б. Н. Организация производства на авиастроительном предприятии: учеб. пособие. Ростов н/Д.: ДГТУ, 2014. 312 с.

142) Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов. М.: Эксмо, 2007. 960 с.

143) Соболев А. В. Кооперация: экономические исследования в русском зарубежье. М.: Дашков и К, 2021. 362 с.

144) Спивак В. А. Управление изменениями. М.: Юрайт, 2015. 357 с.

- 145) Срезневский И. Опыт о предмете и элементах статистики и политической экономии сравнительно. Харьков: Унив. тип., 1839. 124 с.
- 146) Старов С. А. Управление брендами: учебник. СПб.: Изд-во С.-Петербург. ун-та, 2021. 557 с.
- 147) Стиглер Дж. Дж. Экономическая теория информации // Теория фирмы. СПб.: Экономическая школа, 1995. С. 507–530.
- 148) Сэй Ж.-Б. Трактат по политической экономии. М.: Дело, 2000. 232 с.
- 149) Тарасевич Л. С., Гребенников П. И., Леусский А. И. Макроэкономика: учебник. М.: Юрайт, 2003. 328 с.
- 150) Тейлор Дж. Б., Улиг Х. Справочное руководство по макроэкономике. К. 4. Модели экономического роста и краткосрочных колебаний. М.: Дело, 2019. 528 с.
- 151) Тейлор Ф. У. Принципы научного менеджмента. М.: Контроллинг; Изд-во стандартов, 1991. 104 с.
- 152) Томилов В. В., Песоцкая Е. В. Маркетинг в системе предпринимательства. СПб.: Геликон Плюс, 2000. 183 с.
- 153) Торопцев Е. Л., Таточенко Т. В. Управление устойчивостью социально-экономических систем. [Б. м.]: LAP Lambert Academic Publishing GmbH & Co. KG, 2011. 356 с.
- 154) Третьяк Л. Н. Обработка результатов наблюдений: учеб. пособие. Оренбург: ГОУ ОГУ, 2004. 171 с.
- 155) Туган-Барановский М. И. Социальная теория распределения // Известия С.-Петербургского политехнического института императора Петра Великого. Т. XX. СПб., 1913. С. 1–96.
- 156) Туган-Барановский М. И. Социальные основы кооперации. М.: Экономика, 1989. 496 с.
- 157) Уваров С. А., Эмирова А. Е. Интегрированный подход в концепции современной логистики // Коммерция и логистика: сборник науч. трудов. Вып. 4. СПб.: СПбГУЭФ, 2004. С. 168–169.
- 158) Уильямсон О. И. Экономические институты капитализма. Фирмы, рынки, «отношенческая» контрактация. СПб.: Лениздат, 1996. 702 с.
- 159) Управление, информация, интеллект / под ред. А. И. Берга [и др.]. М.: Мысль, 1976. 383 с.
- 160) Фелингер А. Ф. Статистические алгоритмы в социологических исследованиях. Новосибирск: Наука, 1985. 208 с.

- 161) Философия и методология экономики: учеб. пособие / под ред. Л. А. Тутова. М.: Инфра-М, 2017. 386 с.
- 162) Философы Греции. Основы основ: логика, физика, этика. М.: Эксмо-Пресс; Харьков: ФОЛИО, 1999. 1056 с.
- 163) Фирсанова О. В. Взаимодействия субъектов рынка в теории маркетинг-менеджмента: методологические принципы исследования. СПб.: СПбГУЭФ, 2003. 212 с.
- 164) Фокин Н. И. Экономический словарь неэкономических терминов. [Б. м.]: Издательские решения, 2016.
- 165) Хайек Ф. А. Рынок и другие порядки. М.: Интермедиатор, 2020.
- 166) Хикс Дж. Р. Стоимость и капитал. М.: Прогресс, 1993. 488 с.
- 167) Храмышкин Н. И. Трансакционная деятельность в коммерческой логистике. СПб.: СПбГУЭФ, 2004. 134 с.
- 168) Цацулин А. Н. Цены и ценообразование в системе маркетинга. М.: Филин, 1998. 448 с.
- 169) Цацулин А. Н. Экономический анализ: учебник для вузов. СПб.: Питер, 2014. 704 с.
- 170) Цены и ценообразование: учебник для вузов / под ред. В. Е. Есипова. СПб.: Питер, 2004. 464 с.
- 171) Циклические процессы дифференциации доходов / науч. ред. В. Н. Соколов. СПб.: Политехн. ун-т, 2015. 320 с.
- 172) Чаянов А. В. Организация крестьянского хозяйства // Чаянов А. В. Крестьянское хозяйство. Избранные труды. М.: Экономика, 1989. С. 194–443.
- 173) Чернопяттов А. М. Экономика: учебник. М.: Директ-Медиа, 2021. 282 с.
- 174) Шелдрейк Дж. Теория менеджмента. От тейлоризма до японизации. СПб.: Питер, 2001. 352 с.
- 175) Шумпетер Й. А. Капитализм, социализм и демократия. М.: Экономика, 1995. 540 с.
- 176) Эйнштейн А. Физика и реальность. М.: Наука, 1965. 360 с.
- 177) Эйнштейн А., Инфельд Л. Эволюция физики. М.: Наука, 1965. 325 с.
- 178) Экономическая психология: социокультурный подход / под ред. И. В. Андреевой. СПб.: Питер, 2000. 512 с.
- 179) Экономическая теория. Микроэкономика — 1,2. Мезоэкономика: учебник / под ред. Г. П. Журавлёвой. М.: Дашков и К, 2019. 934 с.

- 180) Экономическая теория: учебник для академ. бакалавриата / под ред. Е. Н. Лобачевой. М.: Юрайт, 2015. 539 с.
- 181) Юдина Г. А. Контроль качества аудита. Красноярск: Сибирский фед. ун-т, 2012. 142 с.
- 182) Ядов В. А. Стратегия социологического исследования. М.: Добросвет, 1998. 596 с.
- 183) Яковец Ю. В. Кризис: непредсказуемое зло или предвидимая реальность? // Вестник РАН. 1999. Т. 69. № 4. С. 344–349.
- 184) Яковец Ю. В. Циклы. Кризисы. Прогнозы. М.: Наука, 1999. 448 с.
- 185) Ясин Е. Г. Теория информации и экономические исследования. М.: Статистика, 1970. 112 с.
- 186) Athanasopoulos G., Hyndman R. J., Song H., Wu D. C. The tourism forecasting competition // International journal of forecasting 27 (2011). Pp. 822–844.
- 187) Ford J. What is Chaos, That We Should be Mindful of It?, in P. Davies (ed.). The New Physics. Cambridge University Press. Cambridge, 1989. Pp. 348–371.
- 188) Keynes J. M. The general Theory of employment, interest and money. BN Publishing, 2008. 247 p.
- 189) Mun T. England's treasure by forraign trade, or, The ballance of our forraign trade is the rule of our treasure written by Thomas Mun; and now published for the common good by his son John Mun. Mun Thomas, 1571–1641, Mun John. London: Printed by J.G. for Thomas Clark, 1664.
- 190) Tarski A. O ugruntowaniu naukowej semantyki // Przegląd filozoficzny. R. XXXIX (1936), z. I. Warszawa 1936. S. 50–57.

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
Абсолют	6
Абстракция	6
Агрегирование	10
Адаптивность	11
Аддитивность	14
Адекватность	16
Аксиома	17
Аксиоматический метод	20
Алгоритм	21
Анализ	22
Аналог	24
Аналогия	25
Антиномия	28
Антитеза	29
Антитезис	30
Апостериори	31
Аппроксимация	32
Априори	33
Аргументация	34
Атрибут	37
Большие данные (Big Data)	38
«Бритва Оккама»	39
Верификация	40
Вероятность	40
Восхождение от абстрактного к конкретному	42
Выборочный метод	43
Вывод	45
Генезис	46
Генеральная совокупность	48
Гетерогенность	49
Гипотеза	49
Гомеостаз	51
Гомогенность	52

Группировка	53
Данные	54
Дедукция	55
Детерминированность информации	58
Диагностика	59
Дилемма	60
Динамический подход	60
Дискуссия	62
Дихотомия	63
Доказательство	65
Закон	65
Закономерность	67
Идеализация	68
Идентификация	70
Идеология научная	71
Идея	72
Иерархия	73
Инвариантность	74
Индукция	75
Инерционность	77
Интеграция	78
Интерпретация	79
Интуиция	79
Информация	81
Истина	82
Исторический метод	83
Категории	84
Классификация	86
Когнитивный подход	88
Комплекс	89
Компромисс	90
Контекст	91
Концепция	92
Конъюнктура	94
Кризис	95
Критерий	97
Латентные факторы	99

Математические методы и модели экономики	100
Метод	103
Методика	105
Методология	106
Моделирование	109
Модель	110
Наука	113
Научная революция	115
Научная школа	116
Необратимый процесс	117
Неопределённость	118
Нестационарный процесс	120
Обобщение	122
Обоснование	124
Обратимый процесс	125
Объект исследования	126
Определение	127
Оптимальность	130
Оптимизация	132
Организация	133
Парадигма	134
Парадокс	135
Подход научный	138
Показатель	139
Понятие	140
Постулат	144
Предмет исследования	145
Признак	146
Принцип	147
Причинная связь (детерминизм)	149
Проблема	150
Процедура	151
Процесс	152
Рациональность	153
Редукционизм	154
Сведения	154
Свойство	154

Семантика	156
Семиотика	157
Синергическая связь	158
Синтез	159
Система	159
Системный анализ	161
Системный подход в экономике	161
Ситуационный подход	163
Случайная величина	163
Совокупность	164
Социогенетика	165
Спор	165
Сравнительный анализ	166
Статический подход	168
Стационарный процесс	169
Суждение	171
Тема и рема	174
Теория	175
Термин	178
Типологизация	180
Традиция научная	182
Умозаключение	183
Фальсификации принцип	184
Формализация	185
Хаотический процесс	185
Цель	186
Шкала	187
Эволюционный процесс	189
Эвристика	190
Эклектика	191
Элемент системы	193
Эффект	194
Эффективность	195
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	197
ЛИТЕРАТУРА	198

Главный редактор — *Т. А. Смирнова*
Корректор — *Н. Г. Кайгородова*
Художник — *Т. И. Такташов*
Верстка — *Н. А. Кирьянова*
Ответственный за выпуск — *О. Л. Грозовская*

Учебное издание

Пономарев Олег Борисович,
Светульников Сергей Геннадьевич

Экономика как наука:
толковый словарь общенаучных терминов и понятий

Учебное пособие

Сертификат соответствия № РОСС RU.AB51.HO5316

Подписано в печать 20.09.2022. Формат 60×90 1/16.

Бумага офсетная № 1. Усл. печ. л. 13,38.

Тираж 500 экз. Заказ №

Издательско-торговая корпорация «Дашков и К^о»

129347, Москва, Ярославское шоссе, д. 142, к. 732.

Тел.: 8 (495) 668-12-30, 8 (499) 182-01-58

E-mail: sales@dashkov.ru — отдел продаж;

office@dashkov.ru — офис; <http://www.dashkov.ru>

Отпечатано: Акционерное общество

«Т8 Издательские Технологии»

109316, Москва, Волгоградский проспект, дом 42, корпус 5

Тел.: 8 (499) 322-38-30



9 785394 052873 >

