

12. N. Gudienė, A. Banaitis, N. Banaitienė, J. Lopes, Development of a conceptual critical success factors model for construction projects: a case of Lithuania, *Procedia Engineering*. 57 (2013) 392-397.
13. C. Gewanlal, M. Bekker, Project manager attributes influencing project success in the South African construction industry, *Acta Structilia*, 22(1) (2015) 33-47.
14. International Project Management Association, *ICB - IPMA Competence Baseline*, 3rd edition, Nijkerk, International Project Management Association, 2006.
15. A.K. Munns, B.F. Bjeirmi, The role of project management in achieving project success, *International Journal of Project Management*. 14(2) (1996) 81-87.
16. International Project Management Association, *OCB - IPMA Organizational Competence Baseline*, Nijkerk, International Project Management Association, 2013.
17. J. Fortune, D. White, K. Jugdev, D. Walker, Looking again at current practice in project management, *International Journal of Managing Projects in Business*. 4 (4) (2011) 553-572.
18. K. Jugdev, D. Perkins, J. Fortune, D. White, D. Walker, An exploratory study of project success with tools, software and methods, *International Journal of Managing Projects in Business*. 6 (3) (2013) 534-551.

## **О ПРОБЛЕМНЫХ ВОПРОСАХ ПОПУЛЯРНОСТИ «ПЛАТНЫХ» НАУЧНЫХ ЖУРНАЛОВ**

**Иванов Д.Ю., Дмитриев П.А.**

*Северо-Западный институт управления РАНХиГС, Санкт-Петербург, Россия*

**Аннотация.** Целью исследования является анализ проблем распространения научных журналов, взимающих плату за публикации. Анализ научной литературы, поисковых порталов, нормативных документов, а также собственные исследования авторов показали, что проблема широкой популярности некачественных «платных» научных журналов является серьезным препятствием на пути развития отечественной науки. Выявлен ряд причин возникновения и прогрессирования проблемы. Предложен студенческий научный проект, способствующий ее решению.

**Ключевые слова:** публикационная активность, студенческие исследования, платные публикации.

7 мая 2018 года Президент России Владимир Путин подписал Указ «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года», в котором определил, в числе прочего, ряд целей в области развития российской науки [5]. Правительством РФ был инициирован национальный проект «Наука», где важным критерием достижения обозначенных Президентом целей является публикационная активность российских ученых. Так, к 2024 году Россия должна выйти на пятое место по удельному весу в общем числе статей в областях, определяемых приоритетами национального технологического развития (НТР), в изданиях, индексируемых в международных базах данных. Паспорт проекта содержит и перечень других показателей, связанных с научными публикациями [4].

Нормативные документы, от паспорта национального проекта до положения о заработной плате научно-педагогических работников или стипендиального обеспечения студентов, содержат информацию о требованиях к публикационной активности. Например, Положение об оплате труда РАНХиГС оценивает научные публикации научно-педагогических работников (НПР) рейтинговыми баллами. Количество баллов напрямую связано с оплатой труда – чем больше баллов, тем выше зарплата [6]. Таким образом, публикационная активность преподавателей и студентов является важной составляющей и в системе финансовой мотивации, и в достижении национальных целей.

Ученые и студенты активно ищут возможности опубликовать научную работу (табл. 1).

Таблица 1  
Данные портала wordstat.yandex.com о запросах в поисковой системе «Яндекс»

Запрос	Количество показов в период 20.08.2019 - 20.09.2019
Публикация РИНЦ	2 318
Публикация ВАК	2 246
Публикация научных статей	2 188
Публикация Scopus	586
Публикация научных статей студентов	262

Динамика показов по запросу «Публикация РИНЦ» колеблется в районе отметки 3500 в зависимости от сезона (рисунок 1).

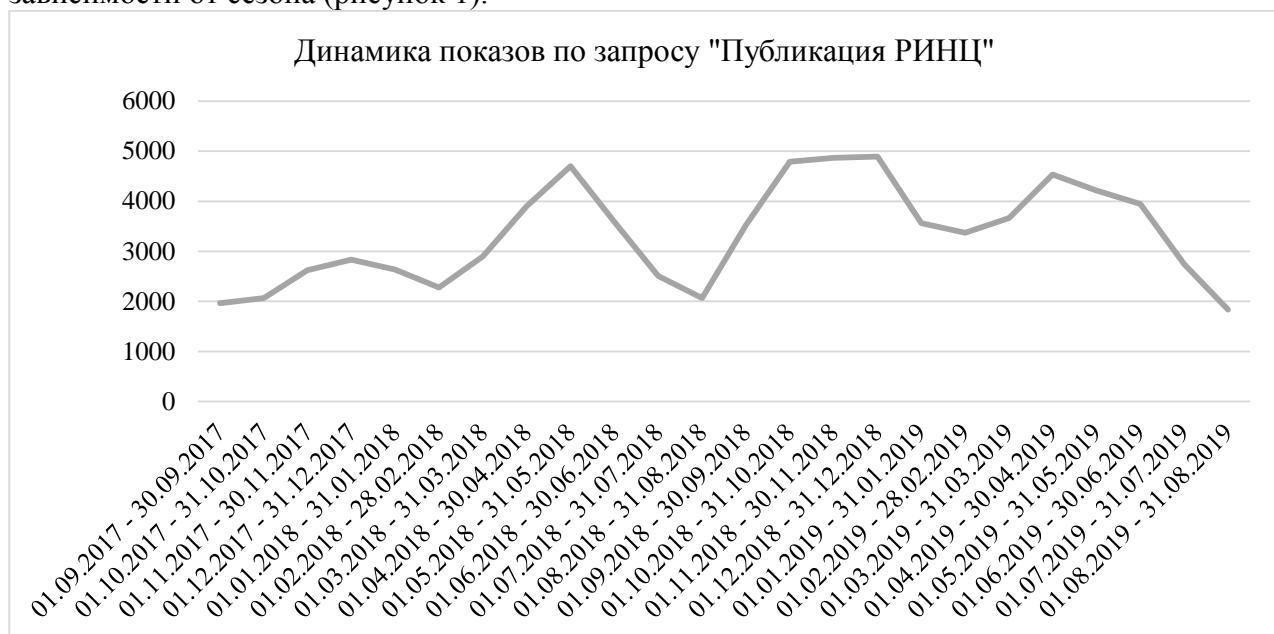


Рис. 1. Динамика показов по запросу "Публикация РИНЦ" в поисковой системе «Яндекс»

На фоне большого спроса появляется и предложение. Сотни интернет-издательств за определенную денежную сумму предлагают опубликовать работу в журналах, индексируемых как в российских, так и международных базах данных. Бизнес-модели подобных издательств в научной статье «Бизнес-модели научных журналов и проблема платных публикаций» исследовал Котляров И.Д. В числе прочего, ученый выделяет бизнес-модель журнала (B2), согласно которой автор оплачивает услугу по публикации своей статьи. Работающие в рамках этой модели журналы обеспечивают не широкое распространение статей и не их высокий уровень, а всего лишь размещение на своих страницах. Котляров И.Д. отмечает, что подобные журналы получили широкое распространение в странах, где количество научных статей – первостепенный критерий оценки научного работника [2, с. 88]. Другой ученый, Плещенко В.И., в статье «О плагиате в научных публикациях и выпускных работах» также отмечает негативное влияние распространения подобных журналов на российскую науку и образование и констатирует, что сама система образования и является главным фактором растущего спроса [7, с. 66].

Весной 2019 года авторы данной статьи провели исследование публикационной активности победителей конкурса повышенной государственной академической стипендии (ПГАС) Северо-Западного института управления РАНХиГС. Анализ данных показал

устойчивую тенденцию роста количества публикаций стипендиатов в журналах модели В2 [1, с. 227-228].

Необходимо отметить, что у журналов модели В2 есть ряд преимуществ, лежащих, прежде всего, в организационной плоскости:

1. статья, поданная в журнал модели В2, при выполнении простых и понятных требований, будет гарантированно опубликована;

2. даты выхода сборников и подачи материалов четко регламентированы и расписаны на много месяцев вперед;

3. процедура подачи статьи максимально удобна.

Для понимания важности этих пунктов нужно рассмотреть ключевые даты в процессе обучения российского студента на примере СЗИУ РАНХиГС (таблица 2). В других ВУЗах наблюдается схожая ситуация.

Таблица 2  
Примерные даты ключевых событий учебного процесса в СЗИУ РАНХиГС

Дата	Событие
1 сентября	Начало учебы
10 декабря - 30 декабря	Защита курсовых проектов
25 декабря - 31 января	Сдача зачетов и экзаменов
15 января - 5 февраля	Период подачи документов на конкурс ПГАС
10 мая - 31 мая	Защита курсовых проектов
25 мая - 31 июня	Сдача зачетов и экзаменов
15 июня - 5 июля	Период подачи документов на конкурс ПГАС

Из этого календаря следует, что статью в издательство оптимально подавать в период защиты курсовых проектов (статья как тезисы курсовой работы, результаты исследования). Если студент отправляет статью в печать 20 декабря, ему нужно, чтобы до 1 февраля работа была опубликована. Найти журнал, который может гарантированно опубликовать работу в течение месяца и работающий не по модели В2, оказывается достаточно трудной задачей. Поэтому выбор студента, очевидно, падает на категорию «мусорных» журналов, особенно если у студента уже был неудачный опыт некоммерческой публикации (например, задержка выпуска журнала на несколько месяцев). В похожей ситуации находятся и научно-педагогические работники, график которых несопоставимо больше загружен и жестче регламентирован.

В исследовании «Проблема взимания платы за публикацию научных статей и пути ее решения» Котляров Д. И. приводит 10 пунктов, направленных на регулирование работы научных журналов и их бизнес-моделей. По мнению ученого, проблема может быть решена путем создания и утверждения прозрачной процедуры приема научных статей к печати и их оплаты [3, с. 7-10].

Существуют и другие методы воздействия на рынок. В упомянутом выше исследовании авторы предлагали ВУЗу для регулирования студенческой публикационной активности введение белого списка журналов, публикации в которых при назначении стипендии будут оцениваться выше, чем в остальных издательствах [1, с. 227-228]. Список должен быть динамичным, пополняющимся новыми научными журналами по запросам авторов статей и издателей и проходящих верификацию соответствующим департаментом ВУЗа. Также возможно создание черных списков, куда будут заноситься издательства, полностью игнорирующие публикационную этику (например, регулярно публикующие плагиат). Подобная практика может быть распространена на всю академическую среду.

По мнению авторов, существуют и другие рыночные пути решения проблемы распространения «хищнических журналов» и их популяризации, в том числе распространение некоммерческих организаций в данном сегменте рынка.

Выше было отмечено, что издательства, работающие по модели B2, предоставляют высококачественный сервис, зачастую значительно превышающий уровень обслуживания, который могут предоставить издательства бюджетной сферы. Задача некоммерческих организаций заключается в том, чтобы предоставить сопоставимое качество услуг, не взимая плату и сохраняя принципы работы журнала в рамках публикационной этики.

### **Предлагаемое решение**

После проведения исследования публикационной активности (весна 2019) [1] автором (Дмитриев П.А.) было принято решение о создании некоммерческой организации, одной из целей которой является издание студенческого научного журнала. В сентябре 2019 года была зарегистрирована АНО НИЦ «Белый генерал». В период регистрации автор подготовил интернет-портал научно-издательского центра [whitegeneral.ru](http://whitegeneral.ru). Данный студенческий научный проект формирует альтернативную площадку для публикации своих исследований для бакалавров, магистрантов, аспирантов и молодых ученых СЗИУ РАНХиГС и других ВУЗов.

На основе анализа научной литературы, порталов ведущих российских журналов и консультаций с экспертами были разработаны публикационная этика журнала и оптимальные требования к оформлению и содержанию научных работ, основанные на модели IMRAD.

На 10 ноября 2019 года сформирована коллегия редакторов и рецензентов, куда вошли более десяти кандидатов и докторов наук, опубликован первый номер журнала «Вестник Белого генерала».

Существует проблема нехватки и недостаточного распространения качественных научных журналов, берущих плату за размещение публикации. Проблема затрагивает как научно-педагогических работников, так и студентов. Спрос на распространение подобных журналов создается многими факторами, в том числе и системой образования, стимулирующей деятелей науки публиковать как можно больше научных работ.

Платные журналы предоставляют максимально удобный для НПР и студентов сервис. Издательства, работающие по другим бизнес-моделям, зачастую неспособны конкурировать с ними.

Решение проблемы может находиться в создании четких правил для всех участников рынка, введении белых и черных списков научных журналов ВУЗами, а также активном участии в процессе некоммерческих организаций. Авторы считают, что комплексные меры способны изменить сложившуюся ситуацию.

### **Список литературы**

1. Иванов Д.Ю., Машкова В.П., Дмитриев П.А. Анализ студенческой публикационной активности в Северо-Западном институте управления на примере победителей конкурса повышенных государственных академических стипендий / ГОСУДАРСТВО И БИЗНЕС. ЭКОСИСТЕМА ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ: Материалы XI Международной научно-практической конференции. Санкт-Петербург, 24-26 апреля 2019 г. / Северо-Западный институт управления РАНХиГС при Президенте РФ. Том 5. – С. 224-228.
2. Котляров И.Д. Бизнес-модели научных журналов и проблема платных публикаций // Экономика образования. 2009. № 4–2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/biznes-modeli-nauchnyh-zhurnalov-i-problema-platnyh-publikatsiy> (дата обращения: 20.09.2019).
3. Котляров И. Д. Проблема взимания платы за публикацию научных статей и пути ее решения // СИСП. 2010. № 1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/problema-vzimaniya-platy-za-publikatsiyu-nauchnyh-statey-i-puti-ee-resheniya-2> (дата обращения: 20.09.2019).
4. Официальный сайт Правительства РФ. Паспорт национального проекта «Наука». URL: <http://government.ru/projects/selection/740/35565/> (дата обращения: 20.09.2019).

5. Официальный сайт Президента РФ. Указ «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года». URL: [www.kremlin.ru/events/president/news/57425](http://www.kremlin.ru/events/president/news/57425) (дата обращения: 20.09.2019).
6. Официальный сайт Президентской Академии / URL: Приказ № 02 – 937 О внесении изменений в приказ РАНХиГС от 30.03.2015 № 02-98 [https://www.ranepa.ru/images/docs/kadry/Prikaz\\_02-937\\_26.09.2018.pdf](https://www.ranepa.ru/images/docs/kadry/Prikaz_02-937_26.09.2018.pdf) (дата обращения: 20.09.2019)
7. Плещенко В. И. О ПЛАГИАТЕ В НАУЧНЫХ ПУБЛИКАЦИЯХ И ВЫПУСКНЫХ РАБОТАХ // Высшее образование в России. 2018. № 8–9. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/o-plagiate-v-nauchnyh-publikatsiyah-i-vyupusknyh-rabotah> (дата обращения: 20.09.2019).

## **РЕПУТАЦИОННЫЙ КАПИТАЛ ОРГАНИЗАЦИИ**

**Камалова А.А.**

*Казанский федеральный университет, Казань, Россия*

*Аннотация.* Обозначенная тема стала одной из самых актуальных в современном социальном дискурсе, поскольку изучение репутационного капитала организации тесно связано с теоретической дилеммой содержательного определения исследуемого термина, с одной стороны, как важнейшего теоретического инструмента отображения специфических характеристик коммуникативных связей, связанных с сохранением и поддержанием устойчивой и созидательной деятельности организаций, выступающей в качестве одного из факторов развития гражданского общества.

*Ключевые слова:* репутация, репутационный капитал, имидж фирмы.

Конкуренция на внутреннем и внешнем рынках подталкивает руководителей компаний осваивать новые, современные методы и инструменты управления. Прогресс побуждает компании, заботящиеся о своем будущем, выбирать в качестве главного ориентира акционерную стоимость их предприятий. Главным источником ее формирования становятся нематериальные активы, среди которых наибольшее значение отводится репутации.

Термин «репутационный капитал» все чаще звучит в средствах массовой информации, на различных конференциях, посвященных развитию малого и среднего бизнеса в России, вопросам увеличения показателей инвестиционной привлекательности крупных корпораций, при обсуждении проблем, связанных с тенденциями развития брендинга и связей с общественностью, с основными трендами становления общества нового коммуникативно-информационного типа. Растущее количество литературы привело к обилию альтернативных определений корпоративной репутации. Готси и Уилсон, например, выделяют многочисленные точки зрения и о том, что в целом корпоративную репутацию следует рассматривать как общая оценка компании. Под репутационным капиталом понимается совокупность нематериальных активов, представляющих собой внешние (имидж) и внутренние характеристики организации, носящие стратегический характер. Репутация способна увеличить акционерную стоимость фирмы и представляется как часть ее рыночной стоимости. Существующие исследования показывают, что точка зрения фирмы – хорошая репутация позволяет ей зарабатывать, привлекать лучше претендентов на свою рабочую силу, привлекать инвесторы, и снизить его стоимость капитала, делая его одним из наиболее важных нематериальных активов.

Репутационный капитал выступает одним из факторов производства, результат деятельности которого, фирма производящая продукт определенного качества, пользуется спросом на рынке не только в силу полезности самого продукта, но и в результате доверия общества непосредственно к компании. Высокий уровень репутационного капитала имеет следующие стратегические преимущества для компаний:

1) дополнительная ценность продуктов и услуг;