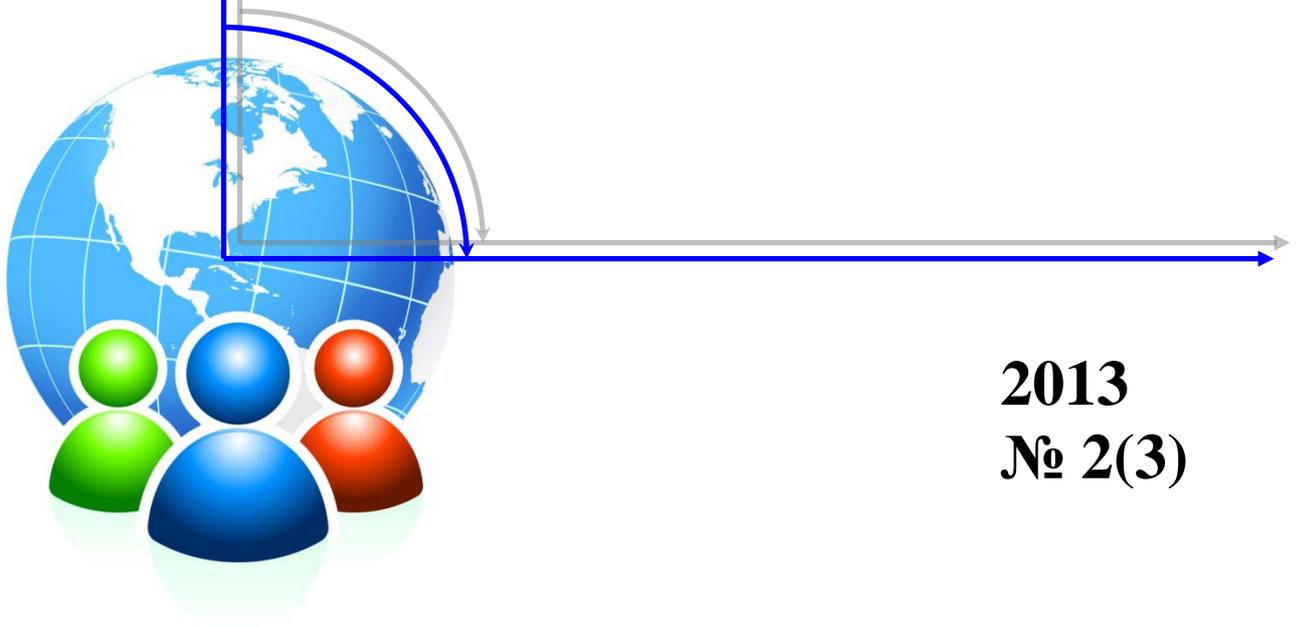


ISSN 2311-0104

Карельский научный журнал



2013
№ 2(3)

КАРЕЛЬСКИЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ

Основан в 2012 г.

№ 2 (3)

2013

Ежеквартальный
научный журнал

Учредитель – Некоммерческое партнерство «Институт направленного образования»

Главный редактор

Коростелев Александр Алексеевич, доктор педагогических наук

Заместители главного редактора:

Осадченко Инна Ивановна, доктор педагогических наук, доцент

Курилова Анастасия Александровна, доктор экономических наук, профессор

Понедельчук Татьяна Васильевна, кандидат экономических наук, доцент

Редакционная коллегия:

Базылюк Анатолий Васильевич, доктор экономических наук, профессор

Беседин Василий Фёдорович, доктор экономических наук, профессор, главный научный сотрудник

Бех Иван Дмитриевич, действительный член НАПН Украины, доктор педагогических наук, профессор

Бибиц Надежда Михайловна, действительный член НАПН Украины, доктор педагогических наук, профессор

Бородин Александр Иванович, доктор экономических наук, профессор

Бочарова Елена Анатольевна, доктор педагогических наук, профессор

Бужин Алексей Андреевич, доктор экономических наук, профессор

Вашуленко Николай Самойлович, действительный член Национальной Академии педагогических наук Украины, Заслуженный деятель науки и техники Украины, доктор педагогических наук, профессор

Газизова Назигуль, кандидат педагогических наук, доцент

Гладышев Владимир Владимирович, доктор педагогических наук, профессор

Глуховцева Екатерина Дмитриевна, доктор филологических наук, профессор

Гончаренко Ирина Васильевна, доктор экономических наук, профессор

Данилюк Оксана Климовна, кандидат филологических наук, доцент

Денисенко Николай Павлович, доктор экономических наук, профессор

Денисюк Александр Николаевич, доктор экономических наук, профессор

Коновалова Елена Юрьевна, кандидат педагогических наук, доцент

Крамин Тимур Владимирович, доктор экономических наук, профессор

Кудинова Галина Эдуардовна, кандидат экономических наук, доцент

Курмаев Петро Юрьевич, доктор экономических наук, доцент

Ласкавый Дмитрий Васильевич, доктор исторических наук, профессор

Лыч Владимир Николаевич, доктор экономических наук, профессор

Максимук Лариса Михайловна, кандидат педагогических наук, доцент

Мельник Алексей Михайлович, доктор экономических наук, профессор

Мингалева Жанна Аркадьевна, доктор экономических наук, профессор

Минка Татьяна Павловна, доктор юридических наук, профессор

Музыченко Анатолий Степанович, доктор экономических наук, профессор

Пенькова Оксана Георгиевна, доктор экономических наук, доцент

Пометун Елена Ивановна, член-корреспондент НАПН Украины, доктор педагогических наук, профессор

Россоха Владимир Васильевич, доктор экономических наук, профессор, ведущий научный сотрудник

Савченко Александра Яковлевна, действительный член НАПН Украины, доктор педагогических наук, профессор

Семенюк Олег Анатольевич, доктор филологических наук, профессор

Сироткин Владислав Борисович, доктор экономических наук, профессор

Стеченко Дмитрий Николаевич, доктор экономических наук, профессор

Тарлопов Игорь Олегович, доктор экономических наук, доцент

Торчинский Михаил Николаевич, доктор филологических наук, профессор

Уманцев Юрий Николаевич, доктор экономических наук, доцент

Федурко Мария Юлиановна, доктор филологических наук, профессор

Яцьшин Михаил Михайлович, доктор юридических наук, профессор

Ответственный секретарь

Полтарецкий Денис Александрович

Входит в перечень рецензируемых научных журналов, зарегистрированных в системе «Российский индекс научного цитирования».

Зарегистрирован Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций

Компьютерная верстка:
А.А. Коростелёв

Технический редактор:
А.А. Коростелёв

Адрес редакции: 185000,
Россия, г. Петрозаводск,
улица Судостроительная, 12

Тел.: (8482) 69-46-47

E-mail: kaa1612@yandex.ru

Сайт: <http://napravo.ru>

Подписано в печать 22.07.2013.
Формат 60x84 1/8.
Печать оперативная.
Усл. п. л. 5,8.
Тираж 500 экз. Заказ 2-17-12.

СВЕДЕНИЯ О ЧЛЕНАХ РЕДКОЛЛЕГИИ

ГЛАВНЫЙ РЕДАКТОР:

Коростелев Александр Алексеевич, доктор педагогических наук
(Тольяттинский государственный университет, Россия)

ЗАМЕСТИТЕЛИ ГЛАВНОГО РЕДАКТОРА:

Осадченко Инна Ивановна, доктор педагогических наук, доцент
(Уманский государственный педагогический университет, Украина)

Курилова Анастасия Александровна, доктор экономических наук, профессор
(Тольяттинский государственный университет, Россия)

Понедельчук Татьяна Васильевна, кандидат экономических наук, доцент
(Уманский государственный педагогический университет, Украина)

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ:

Базылюк Анатолий Васильевич, доктор экономических наук, профессор
(Национальный транспортный университет, Киев, Украина)

Беседин Василий Фёдорович, доктор экономических наук, профессор, главный научный сотрудник
(Научно-исследовательский экономический институт Министерства экономики Украины, Киев, Украина)

Бех Иван Дмитриевич, действительный член НАПН Украины, доктор педагогических наук, профессор
(Институт проблем воспитания НАПН Украины, Киев, Украина)

Бибиц Надежда Михайловна, действительный член НАПН Украины, доктор педагогических наук, профессор
(Института педагогики НАПН Украины, Киев, Украина)

Бородин Александр Иванович, доктор экономических наук, профессор
(Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Москва, Россия)

Бочарова Елена Анатольевна, доктор педагогических наук, профессор
(Горловский государственный педагогический институт иностранных языков, Украина)

Бужин Алексей Андреевич, доктор экономических наук, профессор
(Академия пожарной безопасности имени Героев Чернобыля, Черкассы, Украина)

Вацуленко Николай Самойлович, действительный член Национальной Академии педагогических наук Украины,
Заслуженный деятель науки и техники Украины, доктор педагогических наук, профессор

(Глуховский национальный педагогический университет, Украина)

Газизова Назигуль, кандидат педагогических наук, доцент
(Семипалатинский государственный университет, Семей, Казахстан)

Гладышев Владимир Владимирович, доктор педагогических наук, профессор
(Николаевский национальный университет, Украина)

Глуховцева Екатерина Дмитриевна, доктор филологических наук, профессор
(Луганский национальный университет, Украина)

Гончаренко Ирина Васильевна, доктор экономических наук, профессор
(Николаевский национальный аграрный университет, Украина)

Данилюк Оксана Климовна, кандидат филологических наук, доцент
(Восточноевропейский национальный университет, Луцк, Украина)

Денисенко Николай Павлович, доктор экономических наук, профессор
(Киевский национальный университет технологии и дизайна, Украина)

Денисюк Александр Николаевич, доктор экономических наук, профессор
(Винницкий торгово-экономический институт, Украина)

Коновалова Елена Юрьевна, кандидат педагогических наук, доцент
(Поволжский государственный университет сервиса, Тольятти, Россия)

Крамин Тимур Владимирович, доктор экономических наук, профессор
(Институт экономики, управления и права, Казань, Россия)

Кудина Галина Эдуардовна, кандидат экономических наук, доцент
(Институт экологии Волжского бассейна РАН, Тольятти, Россия)

Курмаев Петро Юрьевич, доктор экономических наук, доцент
(Уманский государственный педагогический университет, Украина)

Ласкавый Дмитрий Васильевич, доктор исторических наук, профессор
(Луганский национальный университет, Украина)

Лыч Владимир Николаевич, доктор экономических наук, профессор
(Киевский национальный университет строительства и архитектуры, Украина)

Максимук Лариса Михайловна, кандидат педагогических наук, доцент
(Брестский государственный университет, Белоруссия)

Мельник Алексей Михайлович, доктор экономических наук, профессор
(Киевский национальный экономический университет, Украина)

Мингалова Жанна Аркадьевна, доктор экономических наук, профессор
(Национальный исследовательский Пермский государственный политехнический университет, Россия)

Минка Татьяна Павловна, доктор юридических наук, профессор
(Днепропетровский государственный университет внутренних дел, Украина)

Музыченко Анатолий Степанович, доктор экономических наук, профессор
(Уманский государственный педагогический университет, Украина)

Пенькова Оксана Георгиевна, доктор экономических наук, доцент
(Уманский национальный университет садоводства, Украина)

Пометун Елена Ивановна, член-корреспондент Национальной Академии педагогических наук Украины,
доктор педагогических наук, профессор

(Института педагогики НАПН Украины, Киев, Украина)

Россоха Владимир Васильевич, доктор экономических наук, профессор, ведущий научный сотрудник
(Институт аграрной экономики НАН Украины, Киев, Украина)

Савченко Александра Яковлевна, действительный член НАПН Украины, доктор педагогических наук, профессор
(Институт педагогики НАПН Украины, Киев, Украина)

Семенюк Олег Анатольевич, доктор филологических наук, профессор
(Кировоградский государственный педагогический университет, Украина)

Сироткин Владислав Борисович, доктор экономических наук, профессор
(Санкт-Петербургский государственный университет аэрокосмического приборостроения, Россия)

Стеченко Дмитрий Николаевич, доктор экономических наук, профессор
(Национальный технический университет «Киевский политехнический институт», Украина)

Тарлопов Игорь Олегович, доктор экономических наук, доцент
(Бердянский университет менеджмента и бизнеса, Украина)

Торчинский Михаил Николаевич, доктор филологических наук, профессор
(Хмельницкий национальный университет, Украина)

Уманцев Юрий Николаевич, доктор экономических наук, доцент
(Киевский национальный торгово-экономический университет, Украина)

Федурко Мария Юлиановна, доктор филологических наук, профессор
(Дрогобыцкий государственный педагогический университет, Украина)

Яцышин Михаил Михайлович, доктор юридических наук, профессор
(Восточноевропейский национальный университет, Луцк, Украина)

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ АУТСОРСИНГА В СИСТЕМЕ ОБЕСПЕЧЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ СОТОВОЙ СВЯЗИ

© 2013

Е.А. Васильева, кандидат экономических наук, доцент кафедры
«Бухгалтерский учет, анализ и аудит»
Поволжский государственный университет сервиса, Тольятти (Россия)

Аннотация: В статье рассмотрен аутсорсинг как инструмент обеспечения и повышения конкурентоспособности предприятий сотовой связи. Описаны конкурентные преимущества, которые возникают при применении аутсорсинга. Представлено деление аутсорсинга по признаку полноты передачи аутсорсеру бизнес-процессов на управление и контроль, а также выделены типы аутсорсинга по временному признаку. Выявлены преимущества и недостатки аутсорсинга для предприятия предоставляющего услуги сотовой связи.

Ключевые слова: аутсорсинг, преимущества, сотовая связь, услуги, конкурентоспособность, предприятия, обеспечение.

Последнее десятилетие на рынке услуг сотовой связи продолжается непрерывное развитие. К основным причинам роста спроса на услуги мобильной связи относятся постоянный поток новых коммуникационных и сервисных услуг, предоставляемых со стороны операторов мобильной связи, активное внедрение стандартов передачи данных 3G и LTE (Long Term Evolution, англ., долгосрочная эволюция, проект разработки консорциумом 3GPP стандарта усовершенствования технологий мобильной передачи данных CDMA, UMTS.), регулярное совершенствование и обновление абонентских устройств, позволяющих в полной мере использовать новые телекоммуникационные решения.

Рынок услуг сотовой связи подвержен значительным колебаниям из-за острой конкуренции среди производителей услуг на рынке сбыта.

Условия ужесточения конкуренции, насыщенность рынка и быстрая смена приоритетов пользователей услуг сотовой связи, возрастающие требования к их качеству при необходимости сохранения уровня цен требуют постоянного обеспечения конкурентоспособности операторов сотовой связи.

В связи с этим для предприятий сотовой связи целесообразным является привлечение сторонних компаний для выполнения необходимых, но вспомогательных функций с целью сосредоточиться на развитии своих основных преимуществ в конкурентной борьбе за лояльность абонента и прибыль (ARPU). В настоящее время в отрасли связи на долю аутсорсинга приходится все большая часть сотового бизнеса операторов.

Понятие «аутсорсинг» появилось в научной литературе относительно недавно. Аутсорсинг (от англ. *outsourcing*) - вне источника, за пределами. Так, термин «аутсорсинг» является примером гибрида, полученного из терминов «внешняя сторона» - (от англ. *outside*), «ресурс» - (от англ. *resource*) и «использование» - (от англ. *using*).

Аутсорсинг как метод эффективного управления появился не так давно. Научной базой этого направления служит положение классической экономической школы. Деятельность всех предприятий на рынке основана на принципах, сформулированных в 1776 г. А. Смитом. Он предложил разделить производственный процесс на отдельные простые стадии, каждая из которых выполнялась бы отдельным рабочим, при этом не требовалось бы его высокой квалификации. Со временем принципы А. Смита не утратили своей актуальности, они до сих пор применяются и оказывают влияние на принятие управленческих решений в бизнесе.

Аутсорсинг - это не только один из способов повышения эффективности управления деятельностью предприятия, но и инструмент, способствующий оптимизации модели менеджмента, получению наибольшего эффекта за счет сосредоточения на основной корпоративной деятельности и передачи инфраструктурных функций внешним специалистам [1, с. 41].

Применение аутсорсинга позволяет предприятиям использовать следующие конкурентные преимущества:

- концентрироваться на основном виде деятельности;
- повышать организационную гибкость предприятия;
- повышать качество выполнения непрофильных бизнес-задач;
- оперативно принимать решения;
- применять инновационные методы работы;
- увеличивать инвестиционную привлекательность;
- разделять риски между заказчиком и компанией-аутсорсером;
- снижать или исключать расходы на содержание, обучение специалистов;
- использовать дистанционное сотрудничество.

Необходимо различать аутсорсинг по признаку полноты передачи контроля за частью бизнеса и по формам организации.

Аутсорсинг по признаку полноты передачи аутсорсеру бизнес-процессов на управление и контроль делится на внутренний, внешний, глобальный и совместный [2].

Внутренний аутсорсинг выражен в перераспределении внутренних функций в целях более качественного исполнения собственными структурными подразделениями или корпоративными филиалами.

Внешний аутсорсинг нацелен на передачу сторонней организации исполнения большинства вспомогательных корпоративных функций. В результате сокращается доля отдельной компании в стоимости готового продукта, а также уровень налогообложения.

Глобальный аутсорсинг - это когда компания-аутсорсер представляет свою продукцию или услуги по всему миру без определенной привязки к какой-либо территории. Глобальный аутсорсинг делает возможным корпоративное присутствие на рынках многих стран мира без необходимости пропорционального роста персонала, производственных мощностей для обслуживания новых целевых сегментов сбыта.

Совместный аутсорсинг - когда предприятие становится партнером провайдера услуг для совершенствования своих бизнес-процессов, снижения затрат и повышения гибкости системы управления. Данный вид аутсорсинга введен британской компанией EDS (Electronic Data Systems) - всемирной компанией, предоставляющей услуги в сфере информационных технологий - в 1990-х гг. При этой форме стороны соглашения являются равноправными партнерами. Полученная прибыль пропорционально делится между компаньонами. При этом заказчик получает долю акционерного капитала вновь созданного предприятия.

Также важно выделить типы аутсорсинга по временному признаку: на длительной основе, срочный и сезонный.

Срочный аутсорсинг - это оказание экстренных услуг через интернет или по телефону. Диапазон экстренных услуг широк. Он включает работы по проектированию, финансовым направлениям, учету, аудиту, сопровождению программного документа и т.п. На разовой основе привлекаются высококлассные специалисты в области консалтинга, логистики, маркетинга, организации социальных акций.

Аутсорсинг на долгосрочной основе применяется, когда контракты на аутсорсинг заключаются на срок более пяти лет.

Усилившиеся в последнее время проверки налоговыми органами правильности ведения кадрового учета способствовали росту интереса компаний к рекрутинговому аутсорсингу. Он позволяет сократить издержки компании на работу кадровой службы, компания платит аутсорсеру только за необходимый ему объем работы.

Логистический аутсорсинг представляет собой целостную коммерческую систему управления комплексом интеллектуальных и материальных услуг в области исполнения части логистической деятельности сторонними организациями.

Наиболее распространен ИТ-аутсорсинг - передача сторонней организации (аутсорсеру) полностью или частично функций по обслуживанию информационных потребностей предприятия.

Производственный аутсорсинг предполагает передачу компанией функций, связанных с обслуживанием производственного процесса, цикла, или определенной его составляющей.

Аутсорсинг бизнес-процессов связан с передачей функций тех или иных производственных структур, отделов, не являющихся для организации профильными. Примерами таких передаваемых услуг могут служить: рекламные, транспортные, клининговые, охранные, функции, связанные с управлением и обучением персонала.

Наиболее востребован аутсорсинг в сфере финансового, бухгалтерского учета. Тенденция передачи внешней бухгалтерии в ведение других организаций связана с нежеланием предпринимателей тратить время на организацию бухгалтерских служб. Главная цель — получение и предоставление финансовой отчетности в срок для принятия управленческих решений.

Основной выгодой при использовании аутсорсинга являются возможность использовать высокопрофессиональный опыт бухгалтерских фирм, накопленный при решении аналогичных задач, и постоянный доступ к новым технологиям и знаниям. Поскольку компании, специализирующиеся на предоставлении бухгалтерских услуг, первыми сталкиваются с определенными специфическими проблемами в данной области, они инвестируют деньги и время для решения возникших задач и развитие соответствующих технологий, в постоянное повышение квалификации своего персонала. Узкая специализация позволяет бухгалтерским компаниям обеспечивать надежное и качественное исполнение передаваемой им на аутсорсинг функций, а благодаря выполнению однотипных операций для множества клиентов они могут удерживать конкурентоспособные цены на свои услуги.

Передача внешним партнерам функций одного или нескольких звеньев деятельности обладает рядом стратегических преимуществ:

- позволяет получить комплектующие или услуги выше качеством и/или дешевле;
- улучшает инновационные возможности предприятия за счет взаимодействия и партнерства с поставщиками мирового уровня, имеющими большой интеллектуальный потенциал и богатый инновационный опыт;
- обеспечивает большую гибкость предприятия в случае внезапного изменения рыночной ситуации или потребительских предпочтений;
- ускоряет приобретение ресурсов и навыков;
- позволяет сосредоточиться на тех операциях, которые эффективно выполняются силами предприятия, и тех, которые стратегически целесообразно сохранить под ее контролем;
- сокращение и контроль издержек;
- использование специализированного оборудования, знаний, технологий;
- снижение рисков, связанных с реализацией бизнес-

процесса;

- использование конкуренции на рынке исполнителя;
- сокращение влияния неуправляемых факторов;
- разделение и частичная передача другой компании рисков;

- дополнительный доступ к финансам и повышение инвестиционной привлекательности предприятия.

Передача на аутсорсинг маркетинговой функции позволяет предприятию повысить конкурентоспособность (за счет применения передовых технологий в области маркетинга), непрерывность бизнес-процесса, информированность, что дает возможность оперативно принимать управленческие решения, помогает быть гибкими на рынке.

Следовательно, применение стратегии аутсорсинга операторам услуг сотовой связи дает серьезные преимущества, главным образом за счет того, что они могут сконцентрировать все свои усилия на основной функции.

Основные преимущества и недостатки аутсорсинга для оператора предоставляющего услуги сотовой связи представлены на рисунке 1.

По исследованиям компании J'son & Partners Consulting члены «Большой Четверки аутсорсеров» (Ericsson, NSN, Huawei, AlcaLu) по-разному относятся к России как потенциально привлекательному рынку сетевого аутсорсинга. Потенциально сильнейшим драйвером сетевого аутсорсинга в России является развертывание сетей LTE.

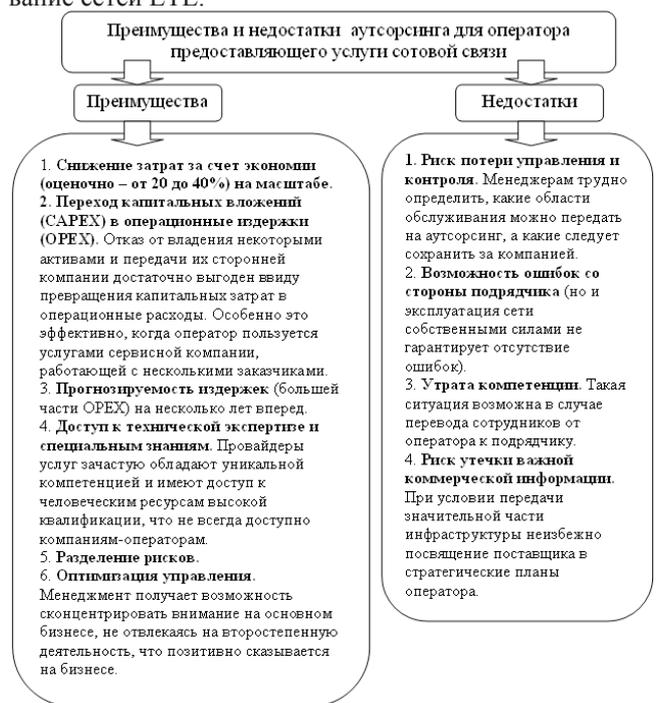


Рис. 1. Преимущества и недостатки аутсорсинга для оператора сотовой связи

Российские операторы редко делегируют зарубежным производителям задачи по строительству сетей. Чаще всего этим занимаются российские системные интеграторы и региональные строительные организации.

Характерной чертой российского рынка строительства и эксплуатации сетей связи является наличие одного крупного игрока – ГК «ИНФРА инжиниринг», а также несколько компаний, у которых масштабы деятельности ниже ГК «ИНФРА инжиниринг» в 4-6 раз. Деятельность же всех остальных компаний рынка значительно уступает показателям ГК «ИНФРА инжиниринг».

Мировые производители предпочитают заключать контракты с операторами сетей национального масштаба. Российские аутсорсеры работают с сетями регионального масштаба, но это мешает им выполнять локальные задачи крупнейших операторов [3].

При подготовке любого контракта на аутсорсинг основное время уходит на абсолютно четкое и недвусмысленное формулирование полномочий и распределение зон ответственности обеих сторон – оператора и сервис-провайдера. Подобное согласование может занимать несколько месяцев или год, а объем финального документа может составлять сотни страниц. Результатом длительных переговоров является матрица ответственности с четким разграничением полномочий.

Аутсорсинг оборудования предполагает четко сформулированную метрику качества обслуживания – набор КРП.

Аутсорсинг объектов связи – набор сервисов, который легче всего операторы соглашаются передать на аутсорсинг, а вендоры – принять.

Полевое обслуживание объектов связи при передаче на аутсорсинг предполагает наибольшее сокращение операционных затрат, простоту калькулирования и проверки.

Также одна из наиболее популярных задач, решаемых с помощью аутсорсинга, является передача на аутсорсинг функции call-центра [3].

Аутсорсинг технической эксплуатации сети оператора мобильной связи, с одной стороны, дает очевидный экономический эффект за счет уменьшения числа рабочих мест, сокращения фонда заработной платы и налогов. С другой – появляются конкурирующие сервисные предприятия (а это означает новые рабочие места), происходит снижение тарифов на сервисные услуги, наблюдается рост деловой активности [5, 6]. Определяющим фактором при принятии решения о переходе на аутсорсинг является соотношение экономического эффекта для предприятий и величины снижения тарифов для потребителей услуг сотовой связи.

Таким образом, главной задачей предприятий предоставляющих услуги сотовой связи является принятие

адекватных управленческих решений и поиск путей обеспечения конкурентоспособности. В настоящее время для российских предприятий сотовой связи перспективной конкурентной стратегией является применение аутсорсинга. Благодаря аутсорсингу предприятия сотовой связи получают возможность сконцентрировать свои ресурсы на профильном бизнесе и не заниматься построением и поддержкой не связанной с ним инфраструктуры.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Синяев, В.В. Аутсорсинг как инструмент повышения конкурентоспособности [Текст] : В.В. Синяев // Международный бухгалтерский учет. - 2011. - N 10. - с.41-48.
2. Дайджест про аутсорсинг [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://outsourcing.yourbuhg.ru/>
3. Аутсорсинг сетей связи операторами подвижной/ стационарной радиосвязи в РФ [Электронный ресурс] // Режим доступа: http://web.json.ru/poleznye_materialy/free_market_watches/analytics/outsorsing_setej_svyazi_operatorami_podvizhnoj_stacionarnoj_radiosvyazi_v_rf/
4. Артюхов, А. ИТ-аутсорсинг. Практический анализ [Электронный ресурс] Ч. III Выбор тактики и вывод ИТ-услуг на аутсорсинг / А. Артюхов // Information Management. - 2013. - № 3. - 600 КБ
5. Бариев Б.Ф. Принципы построения учета затрат и ценообразования в ит-аутсорсинговой компании // Актуальные проблемы экономики и права. 2011. № 4. С. 121-125.
6. Полуценко А.В. Расчет эффективности внедрения ит-аутсорсинга на предприятии // Вестник Поволжского государственного университета сервиса. Серия: Экономика. 2011. № 17. С. 161-163.
7. Черников, А. В. Современные инновационные инструменты повышения конкурентоспособности компании [Текст] / А. В. Черников, В. А. Радьков // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 6: Экономика. - 2011. - № 5. - С. 41-62

THE USE OF OUTSOURCING IN THE SYSTEM OF ENSURING THE COMPETITIVENESS OF ENTERPRISES CELLULAR

© 2013

E.A. Vasilieva, candidate of economic Sciences, associate Professor of the Department
«Accounting, analysis and audit»
Volga State University of Service, Togliatti (Russia)

Annotation: In the article the outsourcing as a tool for increasing the competitiveness of companies of cellular communication. Describes the competitive advantages arising in the application of outsourcing. Is divided into outsourcing on the basis of complete transmission outsourced business process management and control, as well as the types of outsourcing on a temporary basis. Identified the advantages and disadvantages of outsourcing for the enterprises rendering services of cellular communication.

Keywords: outsourcing, benefits, cellular communication, services, competitiveness, enterprises, providing.

Аннотация: В статье рассматриваются особенности использования данных управленческого учета при принятии управленческих решений. Внимание уделено управленческому учету как системе информационного обеспечения управления. Описано принятие управленческих решений на основе маржинального подхода и обоснование управленческих решений по повышению эффективности деятельности предприятия на основе ABC-анализа.

Ключевые слова: управленческий учет, управленческое решение, предприятие, управление, информация, подходы.

Принятие обоснованных и своевременных управленческих решений невозможно без точной информации о деятельности предприятия. Для обеспечения пользователей необходимой информационной поддержкой, используются данные управленческого учета.

Трактовки управленческого учета, представленные различными авторами, в основном отражают функции управленческого учета в процессе управления предприятием. Большинство российских ученых определяют управленческий учет как подсистему бухгалтерского учета предприятия, основным назначением которой является обеспечение аппарата управления информацией, необходимой для принятия управленческих решений.

Так, отражая сущность управленческого учета, его место и назначение, А.Д. Шеремет отмечает, что он является подсистемой бухгалтерского учета, которая в рамках одной организации обеспечивает ее управленческий аппарат информацией, используемой для планирования, собственно управления и контроля за деятельностью организации. Этот процесс включает выявление, измерение, сбор, анализ, подготовку, интерпретацию, передачу и прием информации, необходимой управленческому аппарату для выполнения его функции [1, с. 35]. По мнению М.А. Вахрушиной, управленческий учет является важным элементом системы управления организацией и функционирует параллельно с системой финансового учета. Она характеризует его как самостоятельное направление бухгалтерского учета организации, которое обеспечивает ее управленческий аппарат информацией, используемой для планирования, управления, контроля и оценки организации в целом, а также ее структурных подразделений [2, с. 73].

С. А. Николаева, Т.П. Карпова, А. Д. Врублевский и ряд других авторов акцентируют внимание на интеграции элементов учета, планирования и анализа. По мнению С. А. Николаевой, управленческий учет «представляет собой систему учета, планирования и контроля, анализа данных затратах и результатах хозяйственной деятельности в разрезе, необходимом для управления объектов, оперативного принятия на этой основе различных управленческих решений в целях оптимизации финансовых результатов деятельности предприятия [3, с. 45]. Т.П. Карпова считает, что «управленческий учет - это интегрированная система учета затрат и доходов, нормирования, планирования, контроля и анализа, которая систематизирует информацию для оперативных управленческих решений и координации проблем будущего развития предприятия».

Сторонниками данной целевой направленности сущности управленческого учета являются Б. Нидлз, Х. Андерсон, которые определяют управленческий учет как систему, которая охватывает все виды учетной информации, которая измеряется, обрабатывается и передается для внутреннего использования руководству [4, с. 45].

Следовательно, содержание управленческого учета многогранно. Каждый автор имеет свою точку зрения относительно сущности, роли и назначения управленческого учета в системе управления деятельностью пред-

приятия. Общим моментом является то, что информация управленческого учета предназначена для использования внутри предприятия с целью принятия управленческих решений, в чем и состоит возможность активного ее воздействия на процесс управления.

Представляемая информация должна быть высокого качества и эффективной, удовлетворять потребностям внешних и внутренних пользователей, быть необходимой, существенной и целесообразной, исключая лишние показатели.

Основной целью управленческого учета является предоставление руководству организации полного комплекса плановых, прогнозных и фактических данных о функционировании предприятия как экономической и производственной единицы (включая представленные данные по предприятию в целом, а также в разрезе структурных и производственных подразделений, центров затрат и прибылей) в целях обеспечения возможности принимать экономически взвешенные управленческие решения [5, с. 72].

Среди возможных подходов к подготовке и принятию управленческого решения наиболее распространен - маржинальный подход. Он подчеркивает важность релевантных (существенных в данных условиях) затрат, что является одним из критериев о целесообразности и разумности будущего решения.

Маржинальный подход основывается на информации о переменных затратах (удельных и совокупных), маржинальном доходе по общей сумме и по уровню, а также маржинальном доходе на одну единицу продукции (работ услуг). Постоянные затраты считаются нерелевантными для принятия управленческих решений и показываются обособленно либо исключаются [6, с. 326].

В зависимости от того, на какую перспективу разрабатываются управленческие решения - ближайшую (как правило, до года) или длительную (более года), их можно разделить, соответственно, на краткосрочные и долгосрочные. Расширение временного периода прогнозирования вносит существенные коррективы в поведение затрат. В краткосрочном периоде одна часть затрат производства переменна, а другая - постоянна. В длительном периоде - все затраты являются переменными.

С учетом этого необходимо подходить к решению соответствующих краткосрочных и долгосрочных мероприятий.

Для предприятий с многономенклатурным производством или реализующих широкий ассортимент товаров (услуг) стоит задача с определением объема продукции (товаров, услуг) в разрезе отдельных их видов и установления его структуры по предприятию в целом.

При обосновании управленческого решения о целесообразности производства продукции, ее структуры и объема следует руководствоваться расчетом неполных затрат (неполной себестоимости), позволяющим определить маржинальный доход. И если изделие приносит положительный маржинальный доход, то его производство обеспечит определенный вклад в формирование прибыли предприятия.

Задача управленческого учета также состоит в том, чтобы представить руководству необходимую информацию для принятия правильного решения в области ценообразования. Принимая решение о цене производимого продукта (услуги), предприятию следует использовать одновременно два подхода к ценообразованию: затратный и ценностный (рыночный).

При затратном подходе к ценообразованию цена рассчитывается на основе затрат на производство продукта по существующей технологии и доли прибыли на единицу продукта (с учетом желаемой рентабельности данного изделия) и лишь затем начинается продвижение товара на рынки.

При ценностном (рыночном) подходе к ценообразованию сначала исследуется цена и возможный объем продаж предполагаемого к производству продукта, а затем рассчитываются затраты и выбирается технология производства продукта. В этих условиях цена регулируется соотношением спроса и предложения на рынках сбыта продукта.

При разумном сочетании этих двух подходов можно создать оптимальную ценовую политику и возможности для выхода предприятия на желаемый уровень прибыльности.

На основе маржинального подхода можно обосновать целесообразность принятия дополнительного заказа. В некоторых ситуациях при недостаточной загруженности производственных мощностей привлечение дополнительных заказов может быть оправдано даже в том случае, когда установленная цена не покрывает полностью издержек по их выполнению. Снижать цену на такие заказы можно до ее краткосрочного нижнего предела.

Рассмотренный маржинальный подход к принятию управленческого решения позволяет сделать следующие выводы:

- рост объема продукции приводит к росту доходов предприятия, а значит, и к росту прибыли, на определенном промежутке времени, который будет ограничен производственными мощностями, количеством занятого в производстве данного продукта квалифицированного персонала, ограниченными объемами заключенных договоров на поставки необходимых для производства материалов. То есть модель безубыточности будет действовать в течение ограниченного промежутка времени, обусловленного действующими производственными возможностями;

- если продукция приносит положительный маржинальный доход, то прекращение его производства может ухудшить финансовые результаты. Если же наоборот, то предприятию лучше отказаться от производства данного вида продукции;

- определяя цены в условиях рыночных отношений, нельзя подходить к этому процессу от затратного метода (как при командно-административном управлении). Необходимо анализировать положение на рынке в целом, в предсказании реакции потребителя на предлагаемый товар и его цену. Устанавливая цену, менеджер должен, в первую очередь, определить, будет ли спрос на его продукцию по такой цене. Принимая решения о цене производимого продукта, предприятию следует использовать одновременно затратный подход к ценообразованию и ценностный подход.

При обосновании управленческого решения на основе маржинального подхода, следует иметь многовариантную и сопоставимую информацию. В ней должны быть промониторингованы положительные и отрицательные результаты, которые предприятие может получить в случае принятия того или иного решения. На практике принятие управленческого решения предполагает сравнительную оценку ряда альтернативных вариантов и выбор из них оптимального, в наибольшей степени отвечающего целям управления. Для этого прежде всего необходимо иметь информацию об издержках

(при чем будущего периода) по всем альтернативным вариантам.

Поиск новых методов получения объективной информации об издержках привел к появлению метода «Activity Based Costing» (или ABC), согласно которому предприятие рассматривается как набор рабочих операций, определяющих его специфику. Согласно этого метода источником накладных расходов на предприятии является большое число процессов, требующихся для успешного производства и управления. Так как ресурсы (в том числе в части накладных расходов) потребляют процессы, а продукты (или услуги) требуют выполнения данных процессов, то стоимость продуктов (услуг) связана со стоимостью ресурсов. Но ABC предоставляет не только точные данные об издержках, но и информацию об источниках затрат. Другими словами, ABC позволяет полноценно отслеживать накладные расходы. Во многих случаях система ABC применялась в совокупности с другими методами улучшения процессов, такими как система «точно в срок» (JIT) или методологией всеобщего управления качеством (TQM) [6, с. 248].

На практике часто возникает необходимость в инструменте, помогающем руководству управлять как издержками, так и капиталом. В качестве такого инструмента можно предложить интегрированную систему ABC-EVA, используемую для создания акционерной стоимости посредством улучшения структуры затрат предприятия [7, с. 215].

Измерители эффективности на основе концепции создания стоимости помогают определить минимальный уровень рентабельности, который предприятия должны иметь для того, чтобы удовлетворять ожидания инвесторов, уже вложивших в предприятие средства, и привлекать новых.

Информация о затратах на продукты (услуги), полученная в рамках интегрированной системы ABC-EVA, должна вызвать управленческое воздействие.

Более того, возможно руководству потребуется переосмотреть свои взгляды на услугу, которая выглядит более привлекательным с точки зрения интегрированной ABC-EVA системы.

Предлагаемая интегрированная ABC-EVA система поможет руководству предприятия понять, что инвестированный капитал является дорогим ресурсом, который должен использоваться эффективно. Предлагаемое добавление затрат на капитал к затратам по процессам и распределение на продукты (услуги) призвано объяснить потребности в капитале и помочь руководству понять стоимость капитала, задействованного в производственном процессе. Менеджмент может получить искаженные представления о прибыльности в случае, если они анализируют чистую прибыль в рамках традиционного подхода, в отличие от экономической прибыли, вычисленной в рамках интегрированной ABC-EVA системы. В случае внедрения ABC-EVA система может быть использована в качестве инструмента управления для предотвращения краткосрочных решений, основанных только на показатели прибыли, которые могут разрушать экономическую стоимость компании в долгосрочной перспективе [7, с. 215].

Таким образом, информация управленческого учета помогает руководству выбирать «правильное» решение и осуществлять надлежащий контроль за принятием решений в организациях. Чтобы быть полезной для принятия решений, информация должна быть релевантной. Такая информация должна влиять на экономические решения пользователей, помогая им оценивать прошлые, настоящие и будущие события.

Управленческое решение - это творческое целенаправленное действие субъекта управления на объект, основанное на знании и опыте и приводящее к практическому результату.

Управленческое решение можно трактовать с различных точек зрения:

- как протекающий во времени процесс, состоящий из последовательных этапов;
- как волевой акт руководителя, рассматривающий решение с психологической точки зрения, с учетом мотивов и мнений, определяющих поведение руководителя;
- как предписание к действию, позволяющее оценивать его эффективность;
- как средство достижения цели, обеспечивающее оптимальное ее достижение;
- как мыслительный процесс, отражающий логичности либо интуитивность обоснования управленческого решения.

Управленческому решению присущи как черты, свойственные всем решениям, принимаемым человеком независимо от сферы деятельности (наличие выбора осознанного и целенаправленного), так и особые черты, характерные именно для решений, принимаемых в процессе управления.

Особого внимания заслуживает маргинальный подход к выработке и принятию краткосрочных управленческих решений.

При обосновании управленческого решения на основе маргинального подхода, следует иметь многовариантную и сопоставимую информацию. В ней должны быть продемонстрированы положительные и отрицательные результаты, которые предприятие может получить в случае принятия того или иного решения. На практике принятие управленческого решения предполагает сравнительную оценку ряда альтернативных вариантов и выбор из них оптимального, в наибольшей степени отвечающего целям управления. Для этого прежде всего необходимо иметь информацию об издержках (при чем будущего периода) по всем альтернативным вариантам.

Предлагается использование ABC-анализа для обоснования управленческих решений по повышению эффективности деятельности, поскольку главной целью коммерческого предприятия является получение прибыли в настоящий момент и в долгосрочной перспективе [10-13]. Если предприятие не способно генерировать достаточную прибыль на протяжении определенного времени, его выживание становится проблематичным. Более того, предприятия, приносящие низкие прибыли или не приносящие их вовсе, не будут привлекательными для потенциальных инвесторов с точки зрения возврата вложенных денег.

В управленческом учете используют различные другие методы учета и анализа затрат, которые позволяют формировать информацию для обоснования и принятия соответствующих управленческих решений. Применение того или иного метода зависит от разме-

ров предприятия, его организационно-управленческой структуры, особенностей технологического процесса, номенклатуры выпускаемой продукции и т.д.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Шеремет, А.Д. Управленческий учет [Текст]: учеб. пособие / А.Д. Шеремет, О.Е. Николаева, С.И. Полякова. - М.: ИНФРА-М, 2009. - 429 с.
2. Вахрушина, М.А. Бухгалтерский управленческий учет [Текст]: учебник / М.А. Вахрушина. - М.: Омега-Л, 2011. - 570 с.
3. Николаева, О.Е. Стратегический управленческий учет [Текст]: научно-практическое издание / О.Е. Николаева, О.В. Алексеева. - М.: URSS, 2008. - 399с.
4. Кутер, М.И. Новый этап изучения истории бухгалтерии в России [Текст] / М.И.Кутер, М.М.Гурская, А.В.Кузнецов, К.М.Кутер // Международный бухгалтерский учет, 2012. - № 2. - с. 45-52.
5. Вахрушина, М.А. Стратегический управленческий учет [Текст]: учеб. пособие / М.А. Вахрушина, М.И. Сидорова, Л.И.Борисова. - М.: Рид Групп, 2011. - 192 с.
6. Керимов, В.Э. Стратегический учет [Текст]: учебник / В.Э. Керимов. - М.: Омега-Л, 2010. - 675 с.
7. Каплан, Р. С. Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию [Текст] пер. с англ. / Роберт С. Каплан, Дэйвид П. Нортон. - М.: «Олимп-Бизнес», 2006. - 304с.
8. Кальницкая, И. В. Управленческая учетно-аналитическая система для целей управления организацией [Текст] / И. В. Кальницкая // Междунар. бух. учет. - 2013. - № 45. - С. 11-17
9. Курманова, А. Х. Концептуальные подходы к формированию систем управленческого учета в организациях [Электронный ресурс] / А. Х. Курманова // Экон. анализ. - 2013. - № 22. - С. 34-41
10. Фролова В.А. формирование интегрированной системы ABC-AND-EVA // Азимут научных исследований: экономика и управление. 2012. № 1. С. 64-67.
11. Аксенова Н.А. О влиянии стратегических разрывов в экономике на принятие управленческих решений в системе государственного управления // Актуальные проблемы экономики и права. 2011. № 2. С. 5-8.
12. Курилов К.Ю., Курилова А.А. Проектирование системы анализа деятельности предприятия с учетом цикличности экономической конъюнктуры // Азимут научных исследований: экономика и управление. 2012. № 1. С. 34-36.
13. Насакина Л.А. Методы сбора и анализа экономической информации в обосновании стратегических управленческих решений // Вестник Поволжского государственного университета сервиса. Серия: Экономика. 2012. № 24. С. 130-136.

THE USE OF MANAGEMENT ACCOUNTING DATA WITH MAKING MANAGERIAL DECISIONS

©2013

O.I. Vasilchuk, doctor of economic sciences, professor of "Accounting and Audit"
Volga State University of Service, Togliatti (Russia)

Annotation: The article considers the peculiarities of the use of management accounting data for management decisions. Attention is given to management accounting as a system of information support for management. Described the adoption of managerial decisions on the basis of the marginal approach and rationale for management decisions to improve the efficiency of the enterprise activity on the basis of the ABC-analysis.

Keywords: management accounting, management decision, enterprise, management, information, approaches.

УДК 339.14

ОПТИМИЗАЦИЯ СИСТЕМЫ ПЛАНИРОВАНИЯ И СБЫТА ОРГАНИЗАЦИИ

© 2013

Е.Г. Великая, доктор экономических наук, генеральный директор ООО «Леди Доктор»
 Московский финансово-юридический университет, Москва (Россия)

В.В. Чурко, ведущий специалист, аспирант Московского финансово-юридического университета
 ФГУП «Охрана» МВД России, Москва (Россия)

Аннотация: В данной статье рассмотрены подходы к формированию системы сбыта, которая способна обеспечить организации высокий уровень эффективности и адаптивности на рынке. Кроме того предлагаемые подходы к созданию системы сбыта способны обеспечить её интегративность в общую систему управления организацией и обеспечить синергетический эффект и эволюцию системе маркетинга.

Ключевые слова: система сбыта, потребительские предпочтения, отдел сбыта, маркетинговая деятельность, маркетинговая информационная система, динамика рынка, потребительские предпочтения, сфера ответственности, интенсификация взаимодействия, реорганизация деятельности.

Изучение вопросов интеграции отдела сбыта в общую систему менеджмента происходит на фоне эволюции научных знаний и возникновения новых тенденций в теории управления.

Высокая динамика рынка и вариативность покупательских предпочтений послужили основой для формирования новой методологии исследования систем управления, в соответствии с которой, предприятие рассматривается как система, состоящая из процессов, конечной целью которой являются продукция, приобретенная потребителем, или оказанные услуги [3, с. 105].

Исследование бизнес-процессов как целостной системы создания ценности для потребителей позволяет комплексно подойти к определению структуры маркетинговой деятельности на предприятии.

Традиционный подход к определению структуры отдела сбыта указывает на возможные границы функциональной области маркетинговой деятельности, но при этом не учитывает ее пересечений с функциями других подразделений. Классификация систем по структурам приводит, с одной стороны, к выделению различных видов иерархических структур, с другой - к выделению систем с детерминированными и стохастическими связями. Их классификация носит весьма условный характер, так как границы между различными типами определяются преимущественно отношением исследователя к изучаемой системе, а не реальной действительностью.

Так, в частности, неправильное отождествление системы маркетинговой деятельности и отдела сбыта приводит к разобщенности теоретического (широкого) понимания маркетинговой деятельности и практического его внедрения в общую структуру организации [1, с. 704]. Преодоление данного барьера должно осуществляться посредством использования системного подхода, который позволяет увидеть систему управления маркетингом как целостный комплекс элементов, объединенных общей целью, раскрыть интегративные свойства системы.

Детализация функциональной структуры системы маркетинговой деятельности может быть осуществлена посредством создания кибернетической модели процессов хозяйствующего субъекта и установления четкой причинно-следственной связи между субъектом и объектом управления на каждом этапе преобразования ресурсов в ценности.

При этом базовым принципом распределения сфер ответственности является принцип «необходимого разнообразия», в соответствии с которым, управляющая система должна обладать не меньшим разнообразием, чем управляемая система [6, с. 302]. В результате создание иерархической структуры будет сопровождаться декомпозицией процессов до тех пор, пока каждому объекту управления (процесса) не будет соответствовать определенный субъект управления. Практическая реализация данного подхода затрудняется наличием ряда ограничений.

Так, в частности, современные тенденции в теории управления обнаруживают серьезные противоречия

между функциональной и процессной структурами организации.

Если процессный подход ориентирован на последовательное изменение состояния объекта управления, то функциональная структура может предполагать параллельное выполнение идентичных по своему содержанию процессов, что часто приводит к дублированию функций. В проекции на систему маркетинговой деятельности такое дублирование во многом будет связано с процессами анализа и планирования деятельности хозяйствующего субъекта. Например, подготовка планов в разрезе таких направлений, как финансы, продажи, реклама, производство, осуществляется, как правило, в рамках различных функциональных подразделений. Несоответствие полученных результатов часто приводит к выбору одного из вариантов с учетом текущих управленческих приоритетов. Следствием этого являются искажение реальной ситуации и нивелирование эффективности маркетинговой деятельности как системы ориентации на покупателя готовой продукции и внешнюю среду в целом. Идентификация объектов управления позволяет сделать вывод, что к исключительной компетенции отдела маркетинговой деятельности можно отнести процессы сбора информации о потенциальных рынках и конкурентах, а также о покупателях готовой продукции [5, с. 206]. В то же время целостность системы маркетинговой деятельности предполагает включение в ее структуру процессов обработки информации о внешней среде, координации внутренних бизнес-процессов на основе полученных данных и последующее преобразование произведенных ценностей в информацию для потребителей, что требует четкой регламентации действий между различными субъектами управления (табл. 1).

Регламентация в данном случае подразумевает создание документов и правил взаимодействия между различными подразделениями, которые должны дополнить существующие унифицированные формы, такие, как положения о подразделении и должностные инструкции. Это во многом будет способствовать интеграционным процессам и позволит скоординировать деятельность различных служб на достижение конечного результата.

Таким образом, проектирование системы управления маркетингом приводит к необходимости распределения полномочий на всех уровнях менеджмента, комплексной увязки принципов процессного подхода и регламентов существующей организационной структуры хозяйствующего субъекта. Ориентация на процесс создания ценности в разрезе каждой структурной единицы задает направления интеграции различных подразделений и позволяет ответить на вопрос, что надо сделать [2, с. 214].

В данном случае эффект синергии создается за счет координации совместных усилий по удовлетворению потребностей клиента. Выбор в качестве основания декомпозиции функционального признака обеспечивает синергию за счет специализации деятельности персонала и дает возможность ответить на вопрос, как надо делать. Комплексность многоэтапного процесса реструктуризации предопределяет необходимость сбалан-

сированного учета преимуществ и недостатков обоих подходов. При этом каждая итерация должна включать постановку локальных целей, задач и проверку адекватности полученных структурных моделей.

Таблица 1 - Распределение процессов системы маркетинговой деятельности между субъектами управления

Уровень	Объект управления (процесс)	Возможные субъекты управления (владельцы процессов)
Стратегический уровень	1. Сбор информации о текущих продажах	Отдел сбыта, финансовый отдел, планово-экономический отдел, бухгалтерия, отдел маркетинговой деятельности
	Сбор информации о текущих и потенциальных поставщиках	Отдел закупок, отдел маркетинговой деятельности
	Сбор информации о потенциальных рынках	Отдел маркетинговой деятельности, отдел сбыта
	Сбор информации о конкурентах	Отдел маркетинговой деятельности, отдел сбыта
	Сегментация рынка с точки зрения потребностей покупателей	Отдел маркетинговой деятельности
	Анализ и планирование сегментов рынка	Финансовый отдел, планово-экономический отдел, отдел маркетинговой деятельности
Тактический уровень	Позиционирование в каждом сегменте	Высшее руководство, отдел маркетинговой деятельности
	2. Подготовка необходимой документации для реализации планов по каждому сегменту (материальное преобразование ценности)	Руководители соответствующих подразделений, отдел маркетинговой деятельности
	Подготовка ресурсов для преобразования а) трудовые (обучение), б) материальные (доработка, наладка)	а) Руководители подразделений, отдел кадров, отдел маркетинговой деятельности б) Производство, вспомогательные службы
	Реализация и контроль основных процессов	Руководители подразделений
	3. Сбор сведений для информационного преобразования ценности	Руководители подразделений, отдел маркетинговой деятельности
	Информационное преобразование	Отдел маркетинговой деятельности
	Контроль соответствия планируемой ценности фактической (для покупателя готовой продукции)	Отдел сбыта, отдел маркетинговой деятельности, рекламационный отдел

Таким образом, оптимизация структуры системы маркетинговой деятельности неразрывно связана с изменениями в структуре хозяйствующего субъекта в целом, которые должны осуществляться эмпирическим путем и учитывать существующие ограничения. Условно процессы внедрения и развития системы маркетинговой деятельности можно представить в виде последовательности сменяющихся друг друга этапов. Первый этап характеризуется экстенсивным ростом связей отдела сбыта с подразделениями хозяйствующего субъекта. Взаимодействие с субъектами управления ограничивается сбором исходной информации, соответствующей ее интерпретацией и передачей отчетов высшему руководству. Обособленность отдела сбыта позволяет говорить об отсутствии целостности структуры и системы как таковой. Направление развития будет зависеть от начальных условий функционирования отдела сбыта. Если задача, поставленная перед отделом сбыта, формулируется широко и включает стратегические вопросы, например исследование рынка, конкурентов и т. д., то основным трендом развития будет включение задач тактического уровня. На данном этапе имеет место регламентация процессов по обмену информацией маркетинговых служб с другими подразделениями.

Экстенсивный рост контактов отдела сбыта с другими подразделениями условной организации может послужить катализатором для возникновения новых качественных свойств такого взаимодействия и появления эффекта синергии за счет этих контактов. Здесь можно провести аналогию с переходом системы на новый качественный уровень при количественном изменении ее параметров через точку бифуркации, когда в силу случайного характера развития элементы системы приобретают специфические свойства «по переработке вещества, энергии, информации» и накопление новых свойств, способствует бифуркации или перерождению системы. Стабилизация процессов обмена за счет появления обратных связей обеспечивает возможность непосредственного участия отдела маркетинговой деятель-

ности в принятии управленческих решений.

В качестве перспективного направления интенсификации взаимодействия можно рассматривать установление наряду с вертикальными, горизонтальные связи (часто неформальные). Моделирование горизонтальных связей включает поиск общих интересов и точек пересечения различных функциональных областей [4, с. 105]. Это позволяет создать условия для взаимовыгодного сотрудничества отдела маркетинговой деятельности с различными подразделениями.

Например, для отдела сбыта такое взаимодействие может быть представлено в таблице 2.

Таблица 2 - Форма взаимодействия системы маркетинговой деятельности и сбыта

Функции		Мотивация
Отдел маркетинговой деятельности	Отдел сбыта	Отдела сбыта
Создание рекламных материалов и сообщений	Содействие в подготовке соответствующей информации	
Опрос текущих потребителей, анализ рекламаций	Предоставление контактной информации	Получение информации: о причинах ухода; о мотивации клиентов при совершении покупок
Опрос потенциальных потребителей	Совместный анализ возможности выхода на новые рынки	Перспектива экстенсивного роста объемов продаж
Анализ Цен конкурентов, разработка прайс-листов	Совместный анализ полученных результатов	Возможность увеличения выручки за счет повышения или снижения цен (в зависимости от эластичности) на отдельные товары
Разработка программ подготовки к выставкам, рекламным акциям	Участие в совместных тренингах, семинарах	Получение новых заказов, расширение клиентской базы и возможность выхода на новые рынки сбыта
Регистрация заказов, полученных после проведения рекламных мероприятий	Обработка заказов, Полученных отделом маркетинговой деятельности	
Анализ полученной информации, корректировка программ продвижения	Регистрация новых клиентов - контакты, источник, из которого узнали о компании	Дополнительное премирование

Таким образом, по своей сути эволюционное развитие системы маркетинговой деятельности позволяет говорить о так называемой «мягкой» бифуркации - планомерном переходе из неустойчивого состояния системы в устойчивое.

Дальнейшее развитие системы маркетинговой деятельности сопровождается увеличением сложности ее структуры, что, в свою очередь, обуславливает повышение сложности управляющей системы. Например, сегментация текущего рынка требует дифференциации бизнес-процессов внутри самого хозяйствующего субъекта. Переориентация деятельности хозяйствующего субъекта на маркетинг и создание индивидуального предложения для каждого сегмента сопровождаются расширением функциональной области подразделений и сферы ответственности сотрудников. Функции, которые выполнялись отдела сбыта, постепенно распределяются между другими отделами. С учетом этого первостепенной задачей руководства условной организации является повышение кооперации между отделами, совершенствование системы мотивации и партисипативности сотрудников.

Следующим шагом на пути к реорганизации деятельности на основе маркетинговой деятельности может быть проведение исследования и анализа текущих процессов, которые могут послужить ориентиром для последующих преобразований. В рамках существующей организационной структуры условной организации деятельность по координации функций различных подразделений формализуется в виде краткосрочных проектов, инициаторами которых часто являются менеджеры по сбыту. С ростом регулярности такие проекты могут получить статус постоянных образований либо рассматриваться как процессы, необходимые для эффективного функционирования хозяйствующего субъекта. Например, обсуждение планов по выпуску новой продукции, осуществ-

вляемое, как правило, на уровне высшего руководства, может быть формализовано в виде последовательности действий по проведению маркетинговых исследований потребителей, конкурентов, поставщиков в проекции на данный продукт, разработке пробных образцов и макетов в рамках НИОКР, анализу прибыли и планированию производства и т. д. Документальное отражение таких процессов должно быть направлено на консолидацию внутренней и внешней информации, что может быть достигнуто посредством создания маркетинговой информационной системы хозяйствующего субъекта (МИС).

Завершающая стадия внедрения системы сбыта в общую систему менеджмента может быть отмечена высокой степенью детализации процессов принятия управленческих решений и выделением таких управленческих функций, как анализ, планирование, реализация планов и контроль, в самостоятельные процессы на стратегическом и тактическом уровнях управления.

Входом для процессов стратегического анализа, планирования и контроля является сводная информация о рынке и ресурсах хозяйствующего субъекта, выходом - нормативная документация для каждой структурной единицы в разрезе 4Р. Первостепенной задачей тактического маркетинговой деятельности является предоставление методической, информационной и инструментальной поддержки менеджерам хозяйствующего субъекта для достижения запланированных показателей. На данном уровне также необходимо выделить процессы анализа, планирования и контроля, однако уже в проекции на реализацию планов в разрезе заданного комплекса маркетинговой деятельности.

Повышение сложности управления по сравнению с функциональной структурой может привести к реструктуризации отдельных подразделений либо к формированию качественно новой структуры всего хозяйствующего субъекта. Стандартизация процессов обуславливает необходимость внедрения матричных структур, которые могут представлять собой временное образование либо создаваться как часть организации. Гибридная структура, построенная по основаниям подразделения и «процессы», дает возможность привязать функциональную специализацию существующих отделов к выполнению определенных бизнес-процессов. В то же время внедрение матричной департаментизации сопряжено с высокими организационными затратами и сложностью производимых изменений.

Таким образом, комплексный характер реорганизации деятельности позволяет говорить о «жесткой» бифуркации, которая описывает скачкообразный переход системы маркетинговой деятельности условной организации на новую траекторию или в новое состояние.

Для дальнейшего совершенствования управления процессом сбыта необходимо разработать мероприятия, способные обеспечить реализацию всего объема производимой продукции.

В стимулировании сбыта нуждается та часть производимой продукции, на которую не предъявлен существующий спрос. Эту величину можно реализовывать новым клиентам, а можно создавать запасы у уже существующих потребителей. Отсюда следует два направления стимулирования сбыта: привлечение новых клиентов и дополнительная реализация товара имеющимся клиентам.

Рассмотрим оба направления возможных мероприятий и рассчитаем экономический эффект от каждого.

Мероприятия, направленные на привлечение новых клиентов.

К мероприятиям стимулирования сбыта, в данном случае, относится рассылка коммерческого предложения с целью побуждения потенциального покупателя готовой продукции совершить покупку товара именно у данной организации. Коммерческое предложение имеет форму делового письма на фирменном бланке, направляемого начальнику отдела снабжения или руководителем

лю хозяйствующего субъекта, интересующего условную организацию в качестве потенциального покупателя готовой продукции. В проект письма входит предложение о сотрудничестве на основе предоставляемой спецификации на товар и перечня предлагаемых услуг. Также в коммерческое предложение могут быть включены такие условия как цена, сроки и формы оплаты и поставки.

Коммерческое предложение пересылается посредством факсимильной связи, что уменьшает затраты времени на пересылку деловой корреспонденции, а также обеспечивает гарантии того, что письмо не затеряется в процессе пересылки. Услуги факсимильной связи входят в стоимость абонентской платы за услуги, предоставляемые телефонной станцией.

Экономический эффект от данного мероприятия рассчитывать не представляется возможным, так как заранее не известно, сколько компаний придет заявку и на какой объем продукции.

Другое мероприятие по управлению сбытом состоит в использовании смешанного канала распределения. Его суть заключается в следующем: объем, на который предъявлен фактический спрос, реализуется, как и прежде, напрямую покупателя готовой продукции. Для реализации остального объема производства предлагается использовать косвенный канал. В этом случае условная организация заключает договор поручения с посредником (брокер, агент). На основании этого договора посредник обязуется найти покупателя готовой продукции товара на требуемый объем по указанной цене в указанные сроки поставки и т.д. за вознаграждение 2-3% от суммы договора.

Затраты на данный способ намного превышают затраты на предыдущее мероприятие, но в то же время имеют ряд существенных преимуществ: во-первых, дается стопроцентная гарантия сбыта всего требуемого объема товара при личной заинтересованности посредника (вознаграждение посредника, по условиям договора, выплачивается за реально совершенную сделку из денежных средств, полученных в результате данной деловой операции); во-вторых, наличие посредника значительно облегчает поиск клиента.

Еще одним мероприятием выступает рассрочка платежа. В условиях, когда почти повсеместно используется стопроцентная предоплата товара, важным маркетинговым преимуществом будет являться возможность отсрочки части (до 50%) платежа.

Сложившаяся деятельность практики хозяйствующих субъектов показала, что отсрочка 50% платежа на срок до 20 календарных дней незначительно замедлит оборачиваемость активов хозяйствующего субъекта. Куда большим положительным действием обладает тот факт, что организация приобретет нового клиента и получит 50% прибыли от реализации немедленно.

Недостатком данного способа является риск несвоевременного получения или неполучения средств за уже поставленную продукцию. Гарантией в данном случае выступают лишь условия договора поставки, которые позволяют в случае их нарушения обратиться с иском заявлением в Арбитражный суд.

Мероприятия стимулирования сбыта, направленные на повышение объема реализации существующим клиентам.

Для существующих потребителей определение круга мероприятий стимулирования сбыта имеет двоякий характер: с одной стороны, внедрение этих мероприятий существенно облегчается тем, что организация в процессе своей предыдущей работы с данными клиентами сформировало свою репутацию. С другой стороны, в процессе работы точно известны потребности каждого клиента, что значительно затрудняет реализацию дополнительного объема продукции этим клиентам.

Тем не менее, нельзя игнорировать возможность стимулирования сбыта и для существующих клиентов. Одним из мероприятий, предлагаемых в данном случае,

является предоставление такой дополнительной услуги, как хранение на складе той части оплаченной клиентом продукции, которую он не в состоянии на момент покупки разместить на своих складских площадях. Эта услуга может побудить существующих клиентов повысить объем закупок продукции, так как в результате анализа было выявлено, что одним из факторов, влияющих на объем закупок, является наличие возможности хранения продукции, купленной у организации. Важным маркетинговым преимуществом здесь будет являться тот факт, что услуги по хранению части оплаченной продукции будут оказывать на безвозмездной основе. Никаких дополнительных затрат завод в данном случае не несет, так как затраты, связанные с хранением продукции на заводском складе пропорционально распределяются по всему объему произведенной продукции и тем самым включаются в цену потребления. Естественно, что здесь условная организация отказывается от возможных дополнительных доходов, которые можно было бы получить за хранение оплаченной продукции.

Рассрочка платежа является мероприятием стимулирования сбыта и для существующих клиентов. При этом все результаты остаются такими же, как и для новых клиентов.

Все вышеупомянутые мероприятия способствуют одной и той же цели - реализации продукции. Внедрение каждого из рекомендуемых предложений по управлению сбытом имеет свои достоинства и недостатки, опи-

санные выше. Для повышения эффективности деятельности целесообразно будет остановиться на том из мероприятий, чьи достоинства принесут наибольший эффект как с экономической точки зрения, так и с точки зрения создания стратегических маркетинговых преимуществ. Очевидно, что таким мероприятием является использование смешанного канала распределения продукции при ее сбыте, так как помимо экономического эффекта, ориентированного на получение прибыли, условная организация получает самое главное - нового клиента. К тому же, только это мероприятие дает стопроцентную гарантию реализации товара и получения денежных средств.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Ассэль Г. Маркетинг: принципы и стратегии [Текст]/ Г. Ассель. - М.: ИНФРА-М, 2008. - 804 с.
2. Бурцев В.В. Сбытовая и маркетинговая деятельность [Текст]/ В.В. Бурцев. - М.: Экзамен, 2007. - 224 с.
3. Годин В.В. Информационное обеспечение управленческой деятельности [Текст]/ В.В. Годин. - М.: Мастерство, 2010. - 240 с.
4. Румянцева З.П. Общее управление организацией. Теория и практика [Текст]/ З.П. Румянцева. - М.: ИНФРА-М, 2006. - 304 с.
5. Уткин Э.А. Маркетинг [Текст]/ Э.А. Уткин. - М.: ЭКМОС, 2010. - 320 с.
6. Хершген Х. Маркетинг: основы профессионального успеха [Текст]/ Х. Хершген. - М.: ИНФРА-М, 2010. - 334 с.

OPTIMIZATION OF PLANNING AND MARKETING ORGANIZATION

© 2013

E.G. Velikaya, Ph.D, CEO Ltd. "Lady Doctor"

Moscow Finance and Law University, Moscow (Russia)

*V.V. Churko, leading expert, graduate student of the Moscow Finance and Law University
FSUE "Protection" the Russian Interior Ministry, Moscow (Russia)*

Annotation: This article describes approaches to creating marketing systems that can provide organizations with a high level of efficiency and adaptability in the market. In addition the proposed approaches to the creation of marketing systems are able to provide integrative in its overall management of the organization and provide a synergistic effect and the evolution of the marketing system .

Keywords: distribution system, consumer preferences, Sales, marketing activities, marketing information system, market dynamics, consumer preferences, responsibilities, intensification of cooperation, restructuring activities.

УДК 336.64

ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ФИНАНСОВОГО ОЗДОРОВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИИ НА ОСНОВЕ УПРАВЛЕНИЯ ДЕНЕЖНЫМИ ПОТОКАМИ

© 2013

*О.Г. Коваленко, кандидат экономических наук, доцент кафедры «Финансы и кредит»
Тольяттинский государственный университет, Тольятти (Россия)*

Аннотация: В статье автором предложена схема проведения мониторинга и анализа обязательств в организационной структуре финансового оздоровления предприятия с выделением субъектов управления.

Ключевые слова: финансовое оздоровление; денежные потоки; управление; финансовый менеджмент.

Ухудшение финансового состояния организации является, в частности, результатом отсутствия у него эффективных экономических инструментов антикризисного финансового управления, основанных на разработке программ, позволяющих отслеживать динамику финансовых показателей, рационализировать учетную политику.

При выходе предприятия из кризиса необходима эффективная и логически выстроенная схема формирования механизма антикризисного финансового управления предприятием, включающего в себя основные принципы и инструменты. Данный механизм несет системный подход, позволяющий воссоздать из частей целое. Одной из таких частей является управление денежными потоками в условиях финансового оздоровления предприятия, основанное на разработке определенного антикризисного механизма и разработанного инструментария, но не противоречащее основным принципам антикризисного финансового управления в целом.

Современный этап экономического развития страны

характеризуется значительным замедлением платежного оборота, вызывающим рост дебиторской задолженности на предприятиях, что в свою очередь непосредственно влияет на увеличение непогашенных обязательств (просроченной кредиторской задолженности). Поэтому мы считаем, что одной из важнейших задач управления денежными потоками в условиях финансового оздоровления является эффективный менеджмент именно обязательствами предприятия.

Каждое предприятие имеет свою организационную структуру, которая обладает своими специфическими особенностями. Однако можно выделить и общие черты управления обязательствами в условиях финансового оздоровления предприятия, которые характерны для любого хозяйствующего субъекта. Управление обязательствами предприятия является одной из подсистем общей организационной структуры антикризисного финансового управления. Данная подсистема представляет собой единство управляемой (объект) и управляющей (субъекты) структур.

Инструментом воздействия субъекта (институциональная структура управления обязательствами предприятия) на объект (обязательства предприятия) для достижения конечных целей (оптимизации уровня обязательств предприятия) служит механизм антикризисного финансового управления обязательствами в условиях финансового оздоровления предприятия.

В состав институциональной подсистемы антикризисного финансового управления обязательствами в условиях финансового оздоровления предприятия входят структуры, вовлеченные в процесс регулирования обязательств предприятия, с определенными функциями, которые они выполняют, и ответственностью, которую несут. К ним относятся: собственники предприятия, руководитель предприятия, отдел мониторинга и анализа обязательствами предприятия [1].

Под механизмом управления обязательствами в условиях финансового оздоровления предприятия нами понимается совокупность методов, рычагов, уровней управления, а также ресурсного, нормативно-правового, информационно-аналитического обеспечения антикризисного управления обязательствами предприятия.

Методами управления обязательствами в условиях финансового оздоровления предприятия являются: анализ и мониторинг обязательств предприятия, регулирование обязательств предприятия, контроль в сфере антикризисного управления обязательствами предприятия.

Управление обязательствами в условиях финансового оздоровления предприятия охватывает несколько уровней взаимодействия:

- предприятия и его внутренних пользователей (персонал, учредители или акционеры и т.д.);
- предприятия и его внешних пользователей (кредитные учреждения, федеральные и региональные бюджеты, государственные контролирующие органы, покупатели и поставщики и т.д.).

Рычагами антикризисного финансового управления обязательствами являются:

- мониторинг и анализ обязательств предприятия в организационной структуре антикризисного управления предприятием;
- составление и исполнение бюджета денежных поступлений и выплат (платежного календаря);
- разработка кредитной политики предприятия (политика управления дебиторской задолженностью);
- выработка политики управления кредиторской задолженностью;
- проведение ревизии обязательств предприятия, их реструктуризацию.

Ресурсное обеспечение антикризисного финансового управления обязательствами предприятия включает в себя:

- собственные денежные средства предприятия;
- имущество в собственности предприятия;
- ценные бумаги в распоряжении предприятия;
- привлеченные средства юридических и физических лиц;
- средства финансовых организаций.

Нормативно-правовое обеспечение представляет собой совокупность различных документов, принятых на федеральном и региональном уровнях, а также принятых на предприятии административных и других нормативно-правовых актов, методических разработок.

Информационно-аналитическое обеспечение включает в себя:

- систему оперативных экономических показателей, справочных материалов, принятых на предприятии;
- систематизированную оперативную бухгалтерскую (финансовую) отчетность предприятия;
- специализированные аналитические программы, используемые в автоматизированном компьютерном учете;
- основные макро- и мезоэкономические показатели;
- сведения о состоянии финансовых рынков;

- результаты мониторинга и анализа обязательств предприятия [2].

Важной составляющей управления обязательствами в условиях финансового оздоровления предприятия является проведение мониторинга и их анализ.

В связи с этим, нами предложена схема проведения мониторинга и анализа обязательств в организационной структуре финансового оздоровления предприятия с выделением субъектов управления.

Рассмотрим данную схему более подробно:

На первом этапе формируется группа специалистов. В эту группу могут входить сотрудники, как предприятия, так и приглашенные со стороны консультанты. Группа формируется из финансовых аналитиков, экономистов, бухгалтеров, финансовых менеджеров и т.д. Состав группы определяется целью, задачами мониторинга и анализа обязательств предприятия или уже существующей проблемой (например, существующей просроченной задолженностью).

Целью мониторинга и анализа обязательств предприятия является построение заключения о состоянии объекта исследования.

Основными задачами мониторинга и анализа обязательств предприятия являются:

- разработка и последовательность процедур мониторинга и анализа;
- совершенствование, адаптация и разработка методов и приемов мониторинга и анализа;
- выявление изменения уровня обязательств предприятия в результате внутренних и внешних воздействий, его видах, причинах возникновения;
- исследование финансового потенциала предприятия;
- изучение финансовой устойчивости хозяйствующего субъекта, его равновесного финансового положения;
- диагностирование, исследование существующих финансовых диспропорций, структурных, обменных, функциональных нарушений, их видов, причин возникновения и др.[3]

На втором этапе осуществляется сбор, накопление, обработка информации, изучение ее динамики.

Третий этап является одним из основных в технологии мониторинга. В его рамках осуществляется комплекс исследований объекта мониторинга, включающий в себя следующие операции:

- изучение и анализ просроченной задолженности с учетом факторов внутренней и внешней среды;
- исследование причин отклонения от нормального финансового состояния; развитие отклонений, их виды; факторы, на это повлиявшие;
- исследование платежеспособности хозяйствующих субъектов дополнительными методами. В ходе проведения исследования информация при необходимости пополняется.

На четвертом этапе происходит формирование предварительного заключения о состоянии обязательств предприятия на основе проведенных ранее исследований.

В рамках пятого этапа осуществляются операции и процедуры, сопровождаемые уточнением, корректировкой дополнительных данных. Проводится предварительная разработка тактики и стратегии поведения.

На шестом этапе осуществляется формирование окончательного финансово-экономического заключения с определенной детализацией выводов. Заключение принимается с учетом взаимодействия предприятия со всеми контрагентами и исходя из их интересов.

Заключительный этап представляет собой процесс разработки планов реализации финансово-экономических решений по результатам проведенного мониторинга и анализа обязательств предприятия.[4]

Применительно к мониторингу и анализу обязательств предприятия под механизмами понимается система мер, нацеленная на укрепление или формирование

финансового контроля, в которую будут входить:

- система санкций;
- система распределения обязанностей по осуществлению контроля;
- источники финансирования (если в этом существует потребность) и т.д.

На данном этапе разрабатываются также схемы рекомендуемых финансовых операций, тактических и стратегических мероприятий в отношении обязательств субъекта хозяйствования.

Для предотвращения появления просроченной задолженности на субъекте хозяйствования необходимо применение таких инструментов управления как финансовый менеджмент, основой которого является финансовое планирование.

В постоянно меняющихся условиях хозяйствования, финансовое планирование все больше приобретает характер аналитического, поскольку производственная система (предприятие) является динамической структурой и находится в непрерывном изменении.

Необходимо спланировать работу таким образом, чтобы в любой момент можно было увидеть состояние обязательств предприятия и суметь принять правильное решение для того, чтобы изменить направление движения денежных потоков, если это необходимо. Большую помощь в этом может оказать эффективный мониторинг и анализ обязательств субъекта хозяйствования, способствующий результативному проведению финансового планирования.[5]

Финансовое планирование начинается с анализа итоговых статистических данных прошлого года и изучения внешней среды. Задача финансового планирования заключается в оптимизации управления движением оборотных средств для поддержания уровня ликвидности и платежеспособности предприятия в заданных параметрах.

В отличие от официального бухгалтерского учета финансовый менеджмент с использованием мониторинга и анализа обязательств позволяет:

- не констатировать факты понесенных потерь и убытков через 1–2 месяца после их свершения, а оперативно управлять денежными потоками предприятия;
- постоянно контролировать прибыльность или убыточность;
- осуществлять управление задолженностью;
- достигать требуемых результатов или, по крайней мере, своевременно предотвращать нежелательное развитие событий.

Финансовое планирование предполагает составление планов, которые пересматриваются ежемесячно. Необходим также специалист по прогнозированию и прогнозному планированию, который должен регулярно составлять данные об объемах обязательств предприятия, а так же формировать планы погашения задолженности предприятия с осуществлением постоянного контроля статей отклонения от плановых показателей.

Финансовый менеджмент – это практический инструмент как текущих, так и стратегических планов. При такой системе руководитель предприятия обладает не только полной информацией о состоянии дел, но и получает от аналитиков варианты решения с указанием последствий. Это дает возможность разрабатывать стратегические бизнес-планы.

Именно в области стратегического планирования находятся основные резервы повышения эффективности деятельности предприятия. Внешняя среда меняется настолько быстро, что одних только оперативных мер высшего менеджмента по адаптации компании к новым реалиям уже недостаточно, предприятие без ясной и эффективной стратегии развития не сможет ни усилить свои конкурентные позиции на рынке, ни даже выжить. Применение целостной системы финансового менеджмента и бизнес-планирования в управлении обязательствами компании способствует:

- повышению возможности предприятия выполнять все свои обязательства по расчетам с кредиторами, выплате дивидендов и других платежей по мере наступления сроков погашения;
- управлению дебиторскими долгами компании путем составления отчета о дебиторских счетах по периодам просрочек, выявления отрицательных факторов и разработки мероприятий по улучшению позиций организации по работе с долгами;
- определению потребностей в дополнительном источнике денежных средств для погашения обязательств и его привлечения (денежный кредит, инвестор, эмиссия векселей и акций, продажа активов и др.);
- целевому использованию денежных средств - согласно утвержденному графику погашения обязательств;
- обеспечению контроля за исполнением финансовых планов предприятия;
- постоянному осуществлению успешного стратегического планирования обеспечению контроля за исполнением финансовых планов.[6]

Большую роль в механизме управления обязательствами в условиях финансового оздоровления предприятия играет разработка кредитной политики организации (политика управления дебиторской задолженностью), поскольку рост объема просроченной дебиторской задолженности непосредственно влияет на увеличение непогашенных обязательств предприятия (просроченной дебиторской задолженности).

Одна и та же кредитная политика предприятия в разных ситуациях может способствовать как предотвращению кризиса, так и ухудшению финансового положения. Например, увеличение продаж в кредит, с одной стороны, расширяет объемы продаж и может привести к улучшению финансовых показателей, а с другой стороны, увеличивает риск неплатежей дебиторов.

Неплатежеспособность предприятия в основном напрямую связана с их слишком мягкой кредитной политикой. В то же время ужесточение предприятия своей кредитной политики может либо привести к снижению продаж и выручки, т.е. ухудшить ее финансовое положение, либо ускорить период погашения дебиторской задолженности, сократить цикл обращения денежных средств.

Выборка кредитной политики полностью зависит от конкретной ситуации. В то же время, изучение технологии управления дебиторской задолженностью и специфических приемов анализа последствий выбора той или иной политики позволяет овладеть инструментарием принятия решений, наметить обязательные этапы формирования партнерских связей.

Кредитная политика фирмы представляет собой комплекс решений ее руководства по следующим вопросам:

1. Объемы продаж и кредит, цены на продукцию.
2. Сроки кредита.
3. Скидки, предоставляемые за быструю оплату продукции.
4. Политика взыскания дебиторской задолженности.
5. Стандарты предприятия для оценки кредитной надежности покупателей.

Данные вопросы невозможно решить обособленно, все они тесно взаимосвязаны, влияют на скорость оборота денежных средств и посредством этого – на эффективность работы и прибыльность предприятия. Однако в методических целях рассмотрим подходы к принятию решений по данным вопросам последовательно:

1. Объемы продаж в кредит и средние сроки кредита, цены на продаваемую в кредит продукцию зависят: от сложившихся в отрасли и регионе условий кредитования покупателей; степени агрессивности предприятия в завоевании рынка; склонности предприятия к риску; налаженности практики применения санкций за просрочку оплаты; срока годности продаваемой продукции; потребительского спроса; кредитного риска (чем выше, тем меньше сроки кредитов); объема закупки (чем он

больше, тем и срок кредита может быть больше); конкуренция на рынке (посредством удлинения срока кредита привлекаются новые клиенты); размера банковских процентных ставок (при условии “дорогих” денег поставщик может увеличить цены на товары, принимая во внимание высокие издержки, связанные с наличием дебиторской задолженности).[7]

2. Наиболее гибким инструментом влияния на скорость возврата денежных средств в оборот предприятия является предоставление скидок за быструю оплату продукции. Условия предоставления скидки должны быть такими, чтобы стимулировать быструю оплату, (например, в течение 10 дней) или предоплату, так как по окончании этого срока и отмены скидки (например, в течение еще 20 дней) можно считать – дебитор получает дорогостоящий коммерческий кредит. Если предприятие-дебитор может взять в банке кредит дешевле и рассчитаться с кредитором в течение 10 дней, это будет выгоднее, чем пользоваться деньгами кредитора в течение еще 20 дней. Можно считать, что дебиторская задолженность подразделяется на бесплатный коммерческий кредит (в течение действия скидок) и дорогостоящий коммерческий кредит (по окончании льготного периода, в течение последующих 20 дней). Покупатель начинает платить за кредит только после того, как истечет срок действия скидки. Для контроля за состоянием дебиторской задолженности необходимо проводить постоянный мониторинг и анализ соблюдения сроков поступления денежных средств, осуществлять контроль за средним сроком погашения задолженности. Для этих целей возможно построение таблиц, классифицирующих задолженность по срокам и учитывающих дельный вес задолженности каждого вида, сумму и долю безнадежных долгов.

3. Политика взыскания дебиторской задолженности может быть разной. Так называемая мягкая политика предполагает некоторую отсрочку применения санкций в случае нарушения сроков платежей, предоставление дополнительного льготного периода на определенных условиях. Она может использоваться финансово-устойчивыми, стабильно развивающимися фирмами при проведении агрессивной политики завоевания рынка. Так называемая жесткая политика предполагает строгий контроль за соблюдением сроков платежей, немедленное применение санкций и наложение штрафов на должника в случае их нарушения. В любом случае для каждого клиента может быть рассчитан предел покупок в кредит – некое подобие кредитной линии для конкретного дебитора.

В то же время следует отметить, что при проведении жесткой политики затраты на взыскание дебиторской задолженности могут не окупиться. Одной из главных составляющих политики взыскания дебиторской задолженности и в целом управления ею в развитых странах является продажа и факторинг дебиторской задолженности. Специализирующиеся на факторинге организации выкупают дебиторскую задолженность у предприятий и взыскивают денежные средства с должников своего клиента в свой доход.

Факторинг целесообразно применять, когда выгода от немедленного поступления денег больше, чем от получения денег в неопределенный срок.

Наличие дебиторской задолженности перед предприятием не должно восприниматься как нормальное явление.

Неисполненные обязательства контрагентов могут быть проданы заинтересованным лицам (в порядке уступки права требования), переоформлены в более перспективные требования и т.п. Наконец, обращение в суд за взысканием задолженности тоже далеко не всегда является столь безнадежным делом.

Вопрос “безнадежной” дебиторской задолженности во многом создается самим же кредитором еще на стадии подготовки и заключения соответствующих договоров. Включение в них условий об обеспечении обяза-

тельств (залога, поручительства, банковской гарантии, оплаты по аккредитиву) способно заблаговременно решить проблему неисполнения обязательств.

4. Стандарты предприятия для оценки кредитной надежности определяют минимально приемлемую надежность предприятия-клиента при выдаче ему коммерческого кредита. Они могут быть различными в зависимости от того, какую (жесткую или мягкую) кредитную политику выберет предприятие. Сбор информации о клиенте и окружающей его среде идет по следующим направлениям: макроэкономические тенденции, условия предоставления коммерческого кредита в отрасли и регионе; финансовое состояние клиента, его платежеспособность, динамика развития его бизнеса; кредитная история клиента, своевременность и полнота выполнения им договоров.

Оценить финансовое состояние клиента в России иногда достаточно сложно, так как у нас нет традиций ознакомления партнеров со своей финансовой отчетностью. Кроме того, в случае финансовых затруднений партнер обычно стремится скрыть истинное положение вещей. Поэтому большее доверие обычно вызывает финансовая отчетность предприятий, прошедших аудиторскую проверку.

Дебиторская задолженность (коммерческий кредит) может быть оформлена векселем, который повышает ответственность дебитора и фиксирует его обязательство оплатить товар в указанный срок. Дополнительные преимущества векселя – возможность расплатиться по своим долгам (т.е. погасить кредиторскую задолженность) векселем, а также возможность его досрочного учета в банке (дисконтирование векселя). В обоих случаях кредитор получает денежные средства раньше срока платежа, указанного в векселе, хоть и не в полной сумме: вексель дисконтируется в соответствии с номинальным сроком его погашения, величиной ставки дисконта, другими условиями. В зарубежной практике широко используется вексельный кредит-залог векселей, что может быть применимо и у нас.

Еще одним рычагом в механизме управления обязательствами в условиях финансового оздоровления предприятия является выработка политики управления кредиторской задолженностью, которая заключается в обеспечении своевременного начисления и выплаты средств, входящих в его состав [8-11]. Алгоритм управления кредиторской задолженностью предприятия состоит в следующем:

- 1) анализ кредиторской задолженности предприятия в предшествующем периоде;
- 2) определение величины и состава кредиторской задолженности предприятия в предстоящем периоде;
- 3) установление периодичности выплат по отдельным видам внутренней кредиторской задолженности;
- 4) оценка эффекта прироста кредиторской задолженности предприятия;
- 5) обеспечение контроля за своевременностью начисления и выплаты средств в разрезе отдельных видов кредиторской задолженности.

Управление движением кредиторской задолженности в условиях финансового оздоровления предприятия – это установление таких договорных взаимоотношений с поставщиками, которые ставят сроки и размеры платежей предприятия в зависимость от поступления денежных средств от покупателей.

Абсолютные значения дебиторской и кредиторской задолженности необходимы как для прогнозирования притока и оттока средств по каждому из клиентов и виду платежей, так и для комплексной увязки движения средств по срокам. Инструмент, позволяющий сделать это – платежный календарь.

Важное значение должно уделяться необходимости проведения ревизии долгов хозяйствующего субъекта. Поскольку далеко не все предъявляемые на практике требования являются обоснованными, по многим из них

кредиторы могут согласиться на уменьшение суммы требований путем, например, заключения мирного соглашения.

Особого внимания заслуживает задолженность по налогам. Во-первых, здесь существует огромное количество оснований оспорить законность того или иного начисления или санкции. Во-вторых, такая задолженность может быть реструктурирована, вследствие чего часть ее будет списана, а для другой части установлена рассрочка. В-третьих, задолженность по налогам может возникнуть из-за долга перед предприятием со стороны федеральных, региональных или местных органов власти. В данном случае существует возможность проведения взаимозачета. Алгоритм реструктуризации обязательств предприятия можно представить следующим образом:

- 1) проведение инвентаризации дебиторской и кредиторской задолженности;
- 2) выделение на основе результатов инвентаризации приоритетных направлений реструктуризации;
- 3) построение финансового плана в форме прогноза движения денежных средств;
- 4) анализ вариантов реструктуризации и построение оптимального графика погашения кредиторской задолженности;
- 5) анализ вариантов реструктуризации с оговариваемыми условиями (оптимизация предлагаемых вариантов и выбор схем реструктуризации, приемлемых для кредиторов и предприятия-должника);
- 6) построение окончательного графика погашения задолженности и документальное оформление достигнутых договоренностей;
- 7) расчет эффективности проведенной реструктуризации.

Эффективность реструктуризации обязательств предприятия может быть представлена двумя показателями: отношением дисконтированного потока платежей по погашению обязательств к номинальной величине задолженности и отношением фактически выплаченной задолженности к балансовой величине задолженности.

Достижение и поддержание устойчивого функционирования предприятия опирается на мониторинг и анализ его финансово-экономической деятельности. Отслеживание ее индикаторов имеет целью наблюдение динамики располагаемых ресурсов и упреждение негативной тенденции изменения их структуры.

ORGANIZATIONAL AND METHODOLOGICAL PROVISION OF FINANCIAL REHABILITATION OF THE ORGANIZATION ON THE BASIS OF CASH FLOW MANAGEMENT

© 2013

O.G. Kovalenko, candidate of economic sciences, associate professor of the department «Finance and credit»

Togliatti State University, Togliatti (Russia)

Annotation: In the article the author suggests a scheme of monitoring and analysis of the obligations in the organizational structure of financial improvement of the enterprise with the release of the subjects of management.

Keywords: financial recovery; cash flows; management; financial management.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Аюпов А.А., Коваленко О.Г. Направления и методы организации денежных потоков в системе антикризисного финансового управления // Вектор науки ТГУ. 2009. № 3. С. 57-60.
2. Анисимова, Ю.А., Кулагина, Е. А. Управление денежными потоками на предприятии ОАО «КУБЫЙШЕВАЗОТ» / Ю.А. Анисимова, Е.А. Кулагина // Вектор науки ТГУ. Серия: Экономика и управление. 2012. № 3. С.5-11.
3. Измествьева О.А. Сущность и понятие финансово-информационной среды коммерческой организации // Вектор науки ТГУ. 2011. № 4. С. 206 -210.
4. Коваленко О.Г. Совершенствование финансово-экономической деятельности организации на основе управления денежными потоками//Актуальные вопросы экономики и управления: материалы междунар. заоч. науч. конф. -М.: РИОР, 2011.
5. Курилов, К.Ю., Курилова, А.А. Формирование системы ключевых показателей финансового механизма управления [Текст]/К.Ю. Курилов, А.А. Курилова. // Вестник Волжского университета им. В.Н. Татищева, 2010. -№ 20. -С. 98-103.
6. Коваленко О.Г. Финансовое оздоровление коммерческих организаций на основе управления денежными потоками//автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук / Самарский государственный экономический университет. Тольятти, 2009
7. Курилова А.А. Прогноз развития отечественных и зарубежных предприятий автомобильной промышленности// Международный научный журнал. 2011. № 3. С. 10-14.
8. Макшанова Т.В. Сравнительная характеристика программ выпуска американских и глобальных депозитарных расписок// Экономика и современный менеджмент: теория и практика. -2013.- № 30.- С. 157-165.
9. Гришова И.Ю. Финансовое обеспечение перерабатывающих предприятий в контексте формирования финансовых потоков // Азимут научных исследований: экономика и управление. 2012. № 1. С. 22-25.
10. Орлов Л.С. Макроэкономические перспективы финансового рынка России // Актуальные проблемы экономики и права. 2011. № 3. С. 25-27.
11. Бутенко В.В. Финансовые стратегии компаний аграрного производства // Азимут научных исследований: экономика и управление. 2012. № 1. С. 16-19.

**ОСМЫСЛЕННОСТЬ ЖИЗНИ У ЛЮДЕЙ С НАРУШЕНИЯМИ ЗРЕНИЯ
КАК ФАКТОР ИХ РЕАБИЛИТИРОВАННОСТИ**

© 2013

Ю.Е. Криводонова, психолог отделения социальной реабилитации несовершеннолетних с ограниченными умственными и физическими возможностями здоровья
Бийский территориальный центр социальной помощи семье и детям, Бийск (Россия)

Аннотация: В статье раскрываются особенности педагогической реабилитации поздноослепших в центре реабилитации слепых.

Ключевые слова: осмысленность жизни, реабилитация незрячих, слепота, слабовидение.

Вопрос о смысле жизни является актуальным как в норме, так и при потере зрения. Потеря зрения — событие драматичное. Оно является тяжелой психической травмой для человека. Психическая травма приводит к тому, что человек долгое время остается центрированным на своих переживаниях. Под влиянием этих переживаний может происходить существенное обесценивание: «Кому я такой нужен? Что я теперь могу?», — что приводит к потере смысла жизни у слепых и слабовидящих. Потеря смысла жизни негативно влияет на процесс реабилитации незрячего человека, а именно на процесс усвоения нового жизненного опыта. Так, попадая в Центр Реабилитации Слепых, человек не всегда осознаёт, зачем он вообще приехал на обучение и что от него хотят педагоги. В процессе обучения он демонстрирует позицию пассивного слушателя, которая препятствует усвоению материала. В такой ситуации, педагогам, работающим с незрячими, необходимо в процессе обучения переориентировать реабилитантов со слабых сторон их психики на сильные. В свою очередь, это поможет взглянуть на себя со стороны и поможет сформировать не только уверенность в себе, но и уверенность человека в завтрашнем дне. [1]

Смысл жизни — психологическая реальность, независимо от того, в чем человек его видит. Под влиянием дефекта зрения у слепых и слабовидящих возникает своеобразная установка — реакция на дефект, носящая яркий личностный отпечаток. В психологии проблема смысла жизни изучается с точки зрения того, как, под влиянием каких факторов происходит формирование смысла жизни в индивидуальном развитии личности и как сформировавшийся смысл жизни и его отсутствие влияют на жизнедеятельность и сознание человека. [2]

При изучении смысла жизни в психологии сложилось много точек зрения по данной проблеме. Тульчинский Г.К. выделил три аспекта смысла жизни:

1. Смысл жизни как социально-идеологическая модель жизни.

2. Объективная направленность жизнедеятельности, которая может не осознаваться.

3. Субъективно осознанный смысл жизни. [3]

Ведин И.Ф. (1987) выделил следующие компоненты смысла:

Объективное осознание смысла.

Реализация оснований смысла в представлении о смысле. [1]

Франкл В. рассматривает стремление к поиску и реализации смысла жизни как врожденную мотивационную тенденцию, присущую людям и являющуюся основным двигателем поведения и развития личности. Отсутствие смысла жизни, по мнению Франкла В., порождает состояние экзистенциального вакуума, приводящего к специфическим ноогенным неврозам. Утверждая уникальность понятия смысла жизни, он ввел представление о ценностях — смысловых универсалиях, кристаллизующихся в результате обобщения типичных ситуаций, с которыми человек сталкивается. Это позволяет наметить пути осмысленности жизни:

1. С помощью того, что мы даем жизни (в смысле творческой работы).

2. С помощью того, что мы берем от мира (смысла

переживания ценностей).

3. Посредством позиции, которую мы занимаем по отношению к себе и которую мы не в силах изменить. [2]

Смысловая установка — неосознанное состояние готовности личности, предрасположенности к деятельности, с помощью которого может быть удовлетворена та или иная потребность. Установка — готовность к восприятию и осмыслению объекта и действия с ним, сформированная в прошлом опыте. [3]

Унадзе Д.Н. показал, что процесс формирования фиксированных смысловых установок определяет поведение человека. Он выделил три компонента смысловых установок:

1. Когнитивный — образ того, что готов познать и воспринять человек;

2. Эмоционально-оценочный — компонент симпатий и антипатий к объекту установки;

3. Поведенческий — готовность человека определенным образом действовать в отношении объекта установки, осуществлять волевое усилие.

Бруньери Ф. и Цукерман Дж. (1992) считали, что люди, ориентированные на автономию, отличаются большей целостностью природы, а люди ориентированные на контроль извне, отличаются слабостью, отрицанием своих возможностей. [1]

На основании данных исследований можно сделать вывод о том, что при нарушениях зрения у человека существует установка на дефект, влияющая на потерю смысла жизни. Данная особенность характеризуется отношением к дефекту: люди становятся беспомощными, у них возникает убеждение достигнуть чего-то существенного в жизни. Таким образом, мы сталкиваемся с двумя взаимоисключающими понятиями инвалидность и полноценность.

В тифлопсихологии отмечается, что потерявший зрение человек не может в процессе интеграции восстановить и развить все свои психические возможности (Гулук О.).

Важной проблемой в понимании смысла жизни слепых и слабовидящих является проблема социального статуса человека в обществе. Особенности формирования личности человека с нарушением сенсорного о развития определяются не только дефектом, но и всем комплексом систем отношений в обществе. [4]

Важным фактором интеграции слепых и формирования на этой основе смысла жизни является адекватное отношение ближайшего окружения (членов семьи) к их дефекту, что является основой и базисом для успешного включения незрячих в жизнь общества. [5]

Целью экспериментального исследования стало выявление особенностей осмысленности жизни, ее насыщенности и преодоления трудностей, возможностей выполнения человеком своих обязанностей, удовлетворенности самореализацией, управляемости жизнью (человек является хозяином своей жизни или он подвластен ей) у слепых и слабовидящих людей.

Экспериментальной базой являлся Центр реабилитации слепых имени Наумова. В исследовании принимали участие 171 человек в возрасте 17 — 70 лет.

Методами исследования являлись методика «СЖО»

Леонтьева Д.А., адаптированная для слепых и слабовидящих, методы математической статистики (нахождение средних значений, критерий различий Стьюдента).[1]

Методика «СЖО» имеет 6 шкал, по которым анализировались полученные результаты:

- общая осмысленность жизни;
- цели жизни;
- процесс жизни;
- результат жизни;
- локус контроля «Я»;
- локус контроля жизни.

Особенностями проведения методики «СЖО» является то, что ответы испытуемых регистрировались диктофоном, и работа проводилась с каждым человеком индивидуально с целью создания комфортной атмосферы.

Результаты проведения экспериментального исследования приведены в таблице 1.

Таблица 1 - Результаты проведения методики «СЖО» со слепыми и слабовидящими людьми (средние значения)

Группы	Шкалы	Общая осмысленность	1	2	3	4	5
Приобретенная слепота		74,05263	17,83368	21,75789	16,28105	14,61737	28,79158
Врожденная слепота		72,45161	17,64581	21,30258	16,53742	15,43645	25,75613
Врожденное остаточное зрение		74,19355	20,76903	20,4929	17,38065	15,64645	28,37355
Остаточное зрение с детства		82,67742	21,04323	24,7871	18,26258	16,95032	31,10387
Приобретенное остаточное зрение		82,75862	20,55241	24,4869	18,24966	17,71862	30,32667
Слепота с детства		79,9	18,39	22,77333	18,00267	16,28967	30,64267
Вся группа		77,8538	19,47228	22,63614	17,52199	16,19468	29,15609
Нормативные показатели		99	30,44	28,9	24,88	19,355	33,92

Полученные результаты позволяют сделать следующие выводы:

1. При сравнении с нормативными показателями по всем шкалам, практически все полученные результаты имеют низкие значения. Возможными причинами этого могут быть: понимание и восприятие самого дефекта зрения, сужение социальных связей слепых и слабовидящих людей и в связи с этим своеобразие их адаптации в обществе.

2. Наиболее существенные различия (для анализа использовался критерий различий Стьюдента) выявились:

- по шкале «Осмысленность жизни» — между группой людей с врожденной слепотой и группой людей с остаточным зрением с детства ($t - St = 2.24, a = 0,05$), между группой людей с врожденной слепотой и группой людей с приобретенным остаточным зрением ($t - St = 2.33, a = 0,05$). Таким образом, по данной шкале наиболее низкие показатели регистрируются у людей с врожденной слепотой ($X = 72,45161$) и наиболее высокие — у людей с остаточным зрением с детства ($X = 82,67742$) и приобретенным остаточным зрением ($X = 82,75862$), то есть они более остальных понимают смысл своей жизни. Такие результаты объясняются тем, что у людей с врожденной слепотой изначально нарушены социальные связи, люди с остаточным зрением с детства адаптированы к своему дефекту с детства, а у людей с приобретенным остаточным зрением адаптация происходит быстрее в связи с наличием остаточного зрения. Здесь также большое влияние оказывает социальное окружение человека — при благоприятной социальной ситуации влияние дефекта на осмысленность жизни уменьшается;

- по шкале «Цели жизни» — между группой людей с приобретенной и слепотой и группой людей с остаточным зрением с детства ($t - St = 2.10, a = 0,05$), между группой людей с врожденной слепотой и группой людей с остаточным зрением с детства ($t - St = 2.97, a = 0,01$), между группой людей с врожденной слепотой и группой людей с приобретенным остаточным зрением ($t - St = 2.46, a = 0,05$), между группой людей с остаточным зрением с детства и группой людей со слепотой с детства ($t - St = 3.27, a = 0,01$), между группой людей с приобретенным остаточным зрением и группой людей со слепотой с детства ($t - St = 2.51, a = 0,05$). Таким образом, по данной шкале низкие показатели регистрируются у людей с приобретенной слепотой ($X = 17,83368$), врожденной слепотой ($X = 17,64581$) и слепотой с детства ($X = 18,39000$). Эти люди, возможно, живут только се-

годняшним днем и часто думают о прошлом. Такие данные объясняются особенностями взаимодействия с социальным окружением, осознанием дефекта зрения. Наиболее высокие баллы регистрируются у людей с врожденным остаточным зрением ($X = 20,76903$), остаточным зрением с детства ($X = 21,04323$), приобретенным остаточным зрением ($X = 20,55241$). Эти люди имеют какие-то цели в жизни, устремлены на будущее;

по шкале «Процесс жизни» — между группой людей с врожденной слепотой и группой людей с остаточным зрением с детства ($t - St = 2.65, a = 0,01$), между группой людей с врожденной слепотой и группой людей с приобретенным остаточным зрением ($t - St = 2.35, a = 0,05$), между группой людей с врожденным остаточным зрением и группой людей с приобретенным остаточным зрением ($t - St = 3.22, a = 0,01$), между группой людей с врожденным остаточным зрением и группой людей с остаточным зрением с детства ($t - St = 3.58, a = 0,01$), между группой людей с остаточным зрением с детства и группой людей со слепотой с детства ($t - St = 2.27, a = 0,05$). Таким образом, по данной шкале низкие показатели регистрируются у людей с приобретенной слепотой ($X = 21,75789$), с врожденной слепотой ($X = 21,30258$), с врожденным остаточным зрением ($X = 20,49290$). Для них, возможно, характерна неудовлетворенность своей жизнью в настоящем. Люди с врожденной слепотой изначально имеют свой стиль жизни (потому что уже рождаются такими), они отличаются особенностями осознания дефекта и особенностями интеграции. Наиболее высокие показатели регистрируются у людей с остаточным зрением с детства ($X = 24,78710$) и с приобретенным остаточным зрением ($X = 24,48690$). Эти люди отличаются большей стабильностью своей жизни;

по шкале «Результат жизни» — различия между группами испытуемых не выявились. Такие данные свидетельствуют о том, что практически все слепые и слабовидящие одинаково видят результат своей жизни. Так как средние значения результатов по этой шкале ниже нормативных показателей, то можно сделать вывод, что слепые и слабовидящие люди большей частью не удовлетворены своей жизнью в целом. При нормальной ситуации развития, в процессе адаптации люди с дефектами зрения понимают, для чего они живут, какими будут результаты их жизни;

по шкале «Локус контроля Я» — между группой людей с приобретенной слепотой и группой людей с приобретенным остаточным зрением ($t - St = 2.29, a = 0,05$), между группой людей с врожденным остаточным зрением и группой людей с приобретенным остаточным зрением ($t - St = 2.10, a = 0,05$). Таким образом, по данной шкале низкие показатели регистрируются у людей с приобретенной слепотой ($X = 14,61737$). Эти люди, возможно, не верят в свои силы, в свои возможности. Приобретенная слепота является тяжелой психической травмой для человека, что влияет на результаты по данной шкале. Для них пик тросами являются: «Кто я такой?», «Кем я был и каким я стал?», «Каким я буду в будущем?». Наиболее высокие показатели — у людей с приобретенным остаточным зрением ($X = 17,71862$). Они, возможно, обладают достаточной свободой выбора, представляют себя более сильной личностью (по сравнению с другими). До какого-то времени люди с приобретенным остаточным зрением развивались нормально, и потеря зрения практически не повлияла на позитивную самооценку;

по шкале «Локус контроля жизни» — между группой людей с врожденной слепотой и группой людей с остаточным зрением с детства ($t - St = 2.88, a = 0,01$), между группой людей с врожденной слепотой и группой людей с приобретенным остаточным зрением ($t - St = 2.41, a = 0,05$) между группой людей с врожденной слепотой и группой людей со слепотой с детства ($t - St = 2.40, a = 0,05$). Таким образом, по данной шкале низкие показатели регистрируются у людей с врожденной сле-

потой ($X = 25,75613$). Эти люди, большей частью, склонны к фатализму. Такие данные объясняются осознанием своего дефекта: люди с врожденной слепотой не видят смысла жизни, цели жизни, неадекватно понимают, что такое вообще жизнь. Наиболее высокие показатели регистрируются у людей с остаточным зрением с детства ($X = 31,10387$), с приобретенным остаточным зрением ($X = 30,32667$) и со слепотой с детства ($X = 30,64267$). Для них, возможно, более характерна убежденность в том, что жизнь подвластна, что они могут контролировать свою жизнь и сами принимать решения. Такие данные объясняются социальной ситуацией развития этих людей — в школе, в семье, - проведением коррекционной работы.

Наглядно результаты экспериментального исследования представим на диаграмме:

Результаты проведения методики СЖО с разными группами слепых и слабовидящих (средние значения)

Также выявлялись различия результатов проведения методики «СЖО» между слепыми и слабовидящими по шкалам. Значимые различия выявились по шкале «Цели жизни» ($t - Ст = 2,85, a = 0,01$). Низкие показатели регистрируются у слепых людей ($X = 17,97$), а высокие — у слабовидящих людей ($X = 20,79$). Таким образом, для слепых людей характерна ориентация на настоящее и прошлое, а для слабовидящих людей — целеустремленность, нацеленность на будущее. Такие данные объясняются наличием остаточного зрения у слабовидящих лю-

дей и полным его отсутствием у слепых, то есть зависят от степени выраженности дефекта, от степени его осознания и от собственных переживаний по этому поводу.

Итак, результаты проведения методики «СЖО» показали, что наиболее осмысленной свою жизнь считают люди с остаточным зрением с детства и люди с приобретенным остаточным зрением. Жизнь для них более насыщена, они легче преодолевают трудности, более удовлетворены самореализацией и управляемостью своей жизни. У людей с врожденной слепотой менее всего выражен смысл жизни личности, смысловые ориентации.

Таким образом, благодаря методике «СЖО» Леонтьева Д.А. можно изучать особенности смысловой сферы слепых и слабовидящих, наметить пути их адаптации в обществе.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Леонтьев Д.А. Психология смысла: природа, структура и динамика смысловой реальности. — М., 1999.
2. Франкл В. Человек в поисках смысла. — М., 1990
3. Фобии и тревожные ожидания поздноослепших: Методическое пособие для работников тифлопедагогики А ПН Института им. Герцена. — М., 2003.
4. Гудонис В. Теоретические предпосылки интеграции лиц с нарушением зрения //Дефектология. — №2. —1996.
5. Шкляев А.В. Слепота и что за ней. — М., 1998.

MEANINGFULNESS OF LIFE IN PEOPLE WITH IMPAIRED VISION AS A FACTOR OF REHABILITATING

© 2013

Ju.E. Krivodonova, the psychologist of office of social rehabilitation of minors with limited intellectual and physical opportunities of health

Biysk territorial center of the social help to a family and children, Biisk (Russia)

Annotation: The article describes the features of educational rehabilitation late blinded blind rehabilitation center.

Keywords: meaningfulness of life, rehabilitation, blind, blindness, low vision.

УДК 338.24.01

МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОЛОЖЕНИЯ ОЦЕНКИ РИСКОВ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ АВТОМОБИЛЬНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

© 2013

А.А. Курилова, кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры «Финансы и кредит»

Тольяттинский государственный университет, Тольятти (Россия)

Аннотация: Процесс оценки рисков является одним из важнейших составляющих эффективной системы управления на предприятии. В процессе оценки рисков предприятий автомобильной промышленности проводится описание процессов внутреннего контроля предприятий, выявление потенциальных рисков событий, качественная (рейтинговая) оценка выявленных рисков и составление карты рисков по процессам предприятий автомобильной промышленности.

Ключевые слова: риск, контроль, предприятия автомобильной промышленности, самооценка рисков.

Актуальность процесса оценки рисков.

В процессе оценки рисков предприятий автомобильной промышленности проводится:

- описание процессов внутреннего контроля предприятий автомобильной промышленности;

- выявление потенциальных рисков событий, определение источников рисков – внешних и внутренних факторов, влияющих на достижение целей процессов;

- качественная (рейтинговая) оценка выявленных рисков по критериям вероятности возникновения и существенности последствий рисков событий;

- составление карты рисков по процессам предприятий автомобильной промышленности для иллюстрации значимости рисков, актуальных для управления.

Оценка рисков обычно производит обычно службами внутреннего контроля и аудита предприятий ежегодно при разработке планов аудитов и отборе процессов предприятий автомобильной промышленности для самооценки рисков на очередной год. Оценка рисков осуществляется структурными подразделениями пред-

приятий автомобильной промышленности непрерывно в ходе текущей деятельности, для обеспечения достижения целей предприятий автомобильной промышленности, а также при проведении ежегодной самооценки рисков. В случае существенного изменения оценки рисков, выявленного структурными подразделениями в ходе текущей деятельности, структурные подразделения обязаны проинформировать службу внутреннего контроля и аудита предприятия, независимо от сроков проведения самооценки.

Служба внутреннего контроля и аудита предприятия – осуществляет координацию оценки рисков в структурных подразделениях, разрабатывает методологию и проводит обучение, составляет тепловую карту рисков предприятий автомобильной промышленности на основе информации от структурных подразделений, использует собственную оценку рисков и результаты оценки рисков структурных подразделений для планирования аудитов и для подготовки внешней отчетности предприятий автомобильной промышленности в части рисков.

Структурные подразделения предприятия – осуществ-

вляют оценку рисков в своей деятельности для принятия своевременных и обоснованных решений, разрабатывают меры (планы действий) по реагированию на риски и улучшению внутреннего контроля, и контролируют их внедрение.

Предлагаются следующие этапы оценки рисков предприятий автомобильной промышленности [1, с.133].

Первый этап представляет собой проведение предварительной оценки присущих рисков.

Участникам процесса оценки рисков для проведения оценки рисков необходимо предварительно изучить нормативные и организационно-распорядительные документы, подтверждающие такие существенные факторы, как перечень процессов и подпроцессов изучаемого вида деятельности, перечень целей структурного подразделения, закрепление ответственности за управление рисками, документы, определяющие политику в отношении управления рисками.

На начальном этапе развития системы управления рисками предприятий автомобильной промышленности, а также при появлении новых видов деятельности предприятий автомобильной промышленности, проводится оценка присущих рисков, которая может проходить в условиях отсутствия описаний отдельных процессов [2, с.8]. В этом случае оценка рисков осуществляется службой внутреннего контроля и аудита и структурных подразделениях предприятий экспертным путем на основе подсчета количества рисков, присущих процессам, включенным в систему внутреннего контроля (см. табл. 1):

Таблица 1 - Вопросы для оценки присущих рисков

п/п	Вопросы для оценки рисков	Вариант ответа*
1.	Риски, связанные с поставщиками	(1- есть, 0 - нет)
2.	Риски, связанные с продвижением продукции (например, утрата конкурентоспособности, ценовой диктат оптового покупателя)	(1- есть, 0 - нет)
3.	Финансово-экономические риски (кредитный, ликвидности, валютный, излишние затраты, ошибки бух учета и т.п.)	(1- есть, 0 - нет)
4.	Правовые и регуляторные риски (утрата активов, фальсификация, мошенничество, санкции гос. органов, суды)	(1- есть, 0 - нет)
5.	Техногенные риски (риски, связанные с безопасностью производства и экологией)	(1- есть, 0 - нет)
6.	Риски информационных систем	(1- есть, 0 - нет)
7.	Риски социальных проблем и волнений в трудовых коллективах	(1- есть, 0 - нет)
8.	Производственные риски (остановка производства/конвейера, ошибочное решение руководства)	(1- есть, 0 - нет)
9.	Риски, связанные с качеством	(1- есть, 0 - нет)

По сумме ответов (см. табл.1) дается рейтинговая оценка уровня риска процесса (от 1 до 2 низкий риск, от 3 до 4 средний риск, от 5 и выше - высокий риск).

Второй этап – это проведение самооценки рисков и уточнение предварительной оценки рисков.

В целях выявления и анализа рисков, руководители структурных подразделений обязаны проводить непрерывный мониторинг. Для обеспечения системного подхода к осуществлению мониторинга, на предприятиях автомобильной промышленности осуществляется процедура самооценки рисков структурными подразделениями, путем опросов персонала структурных подразделений.

Оценка текущего уровня операционных рисков осуществляется путем заполнения таблицы с оценкой отдельных рисков по каждому подпроцессу. Итоговая оценка уровня риска по каждому подпроцессу рассчитывается как средняя по всем выделенным операционным рискам [3, с.148].

По сумме ответов в форме самооценки рисков процесса дается рейтинговая оценка уровня риска процесса (от 1 до 10 низкий риск, от 11 до 20 средний риск, от 21 до 40 высокий риск).

По результатам самооценки рисков уточняется предварительная оценка присущих рисков. Полученная оценка рисков используется для построения и актуализации тепловой карты рисков предприятий автомобильной промышленности - списка процессов внутреннего контроля с цветовым выделением уровня риска.

Третий этап включает проведение оценки рисков процессов предприятий автомобильной промышленно-

сти.

Оценка рисков предприятий автомобильной промышленности основывается на описании рисков присущих каждому из процессов. Для более глубокого понимания рисков в процессах и имеющихся внутренних контролей рекомендуется провести описание процессов. В случае, если рассматриваемый вид деятельности входит в процессную модель системы контроля предприятий автомобильной промышленности, может использоваться описание соответствующего процесса (подпроцесса) системы контроля.

Критерием достаточности процессной модели структурного подразделения для целей системы внутреннего контроля является отражение всех функций, направленных на выполнение целей подразделения по следующим направлениям:

- результативность и эффективность операций;
- сохранность активов;
- достоверность всех видов отчетности;
- соблюдение контрактных обязательств, требований законодательства и внутренних нормативных документов предприятий автомобильной промышленности.

Одновременно с составлением графической схемы модели процессов рекомендуется провести её текстовое описание. Текстовое описание модели процесса проводится в виде комментариев к выполнению отдельных функций процесса. Текстовое описание прилагается к графической схеме. В ходе такого описания целесообразно отметить наличие источников рисков, которые могут привести к возникновению рисков событий.

При анализе процессов экспертным путем выявляются возможные источники рисков – внешние и внутренние факторы, которые могут привести к возникновению рисков событий, влияющих на достижение целей [4, с.25; 5].

Для оценки уровня вероятности рисков событий и существенности их последствий, используется рейтинговая (от одного до пяти) оценка рисков событий (см. табл. 2 и табл. 3).

Таблица 2 - Рейтинговая оценка вероятности

Вероятность	Описание	Пояснение
5	Высокая вероятность	Событие почти обязательно произойдет
4	Вероятно	Вероятность того, что событие произойдет, велика
3	Возможно	Возможно, что событие произойдет
2	Низкая вероятность	Низкая вероятность того, что событие произойдет
1	Минимальная вероятность	Событие произойдет только в исключительных обстоятельствах

Рейтинговая оценка вероятности и существенности последствий устанавливается отдельно для присущего риска и остаточного риска. В отчетность по оценке рисков включается информация по остаточному риску, то есть с учетом оценки эффективности контрольных процедур, предусмотренных для управления данным видом риска. Для перехода от оценки рисков по вероятности и существенности последствий к простой (единой) рейтинговой оценке от одного до пяти, используется средняя величина между вероятностью и существенностью последствий, с округлением до целого числа. Распределение рисков предприятий автомобильной промышленности по уровням от 1 до 5 отражается в матрице оценки рисков.

Риски процессов оцениваются в ходе опросов экспертов в данной области (работников структурного подразделения, участвующего в процессе) и/или смежных областях (других работников предприятий автомобильной промышленности). Эксперты, обладающие знаниями по проблематике соответствующего процесса, оценивают риски процессов (вероятность и существенность последствий), основываясь на своем профессиональном опыте, статистических данных и других источниках, которые они считают нужными использовать.

Для определения факторов риска и выбора методов реагирования могут использоваться различные технологии сбора и анализа информации, такие как FMEA-анализ, SWOT-анализ, диаграмма Исикавы и т.п.

Таблица 3 - Рейтинговая оценка существенности последствий

Существенность последствий	Описание	Пояснение
5	Катастрофическая	Денежная оценка последствий более 500 млн. руб., или последствия наступления риска могут не позволить выполнить стратегические цели предприятий автомобильной промышленности (прекращение деятельности, срыв планов развития, банкротство)
4	Критическая	Денежная оценка последствий от 100 до 500 млн. руб., или последствия существенно влияют на результаты деятельности подразделения или предприятий автомобильной промышленности в целом, и ликвидация последствий связана с крупными затратами
3	Большая	Денежная оценка последствий от 30 до 100 млн. руб., или последствия существенно влияют на выполнение процесса, в котором выявлен риск, но ликвидация этих последствий не связана с крупными затратами
2	Умеренная	Денежная оценка последствий от 3 до 30 млн. руб., или последствия незначительны или легко устранимы
1	Незначительная	Денежная оценка последствий < 3 млн. руб., или последствия отсутствуют или пренебрежимо малы

Кроме оценки рисков процессов (операционных рисков), на предприятиях автомобильной промышленности осуществляется оценка прочих рисков, непосредственно не связанных с отдельными процессами (рисков общекорпоративного уровня). Оценку прочих рисков организует Служба внутреннего контроля и аудита

путем опроса экспертов в структурных подразделениях предприятий автомобильной промышленности.

Результаты оценки рисков используются руководителями структурных подразделений для принятия своевременных и обоснованных решений, организации мер по реагированию на риски и улучшению внутреннего контроля. Результаты оценки рисков, предоставленные структурными подразделениями, используются Служба внутреннего контроля и аудита для актуализации тепловой карты рисков и матрицы оценки рисков предприятий автомобильной промышленности, для подготовки рекомендаций по мерам реагирования на риски, для планирования аудитов и проверок, а также учитываются при подготовке внешней отчетности предприятий автомобильной промышленности.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Богатырев В.Д. Модели механизмов взаимодействия в активных производственно – экономических системах. Самара: СНЦ РАН, 2003. -230с.
2. Курилов К.Ю. Прогнозы развития мировой автомобильной промышленности // Международный научный журнал. 2011. № 5. С. 5-10.
3. Курилов К.Ю. Финансовый механизм, его содержание и основные компоненты // Вестник Волжского университета им. В.Н. Татищева. 2011. № 24. С. 146-152.
4. Шуклов Л.В. Управление финансами в контексте жизненного цикла организации // Финансовая аналитика: Проблемы и решения. 2011. № 25. С. 23-30.
5. Латанова Е.В., Курилова А.А. Понятие финансовой стратегии и этапы ее формирования // Балтийский гуманитарный журнал. 2012. № 1. С. 16-18.
6. Курилов К.Ю. развитие российского автомобильного рынка до 2020 года // Азимут научных исследований: экономика и управление. 2012. № 1. С. 37-40.
7. Курилова А.А. прогноз развития автомобильной промышленности до 2026г // Азимут научных исследований: экономика и управление. 2012. № 1. С. 40-42.

METHODICAL POSITIONS OF AN ESTIMATION TO RISK AT THE ENTERPRISES OF AUTOMOTIVE INDUSTRY

© 2013

A.A. Kurilova, candidate of economic sciences, associate professor, associate professor “Finance and credit”
Togliatti State University, Togliatti (Russia)

Annotation: Process of an estimation to risk is one of the major making effective control systems at the enterprise. During an estimation to risk of the enterprises of motor industry the description of processes of the internal control of the enterprises, revealing of potential brave of events, qualitative an estimation revealed to risk also drawing up of a card to risk on processes of the enterprises of automotive industry will be carried out.

Keywords: risk, the control, the enterprises of motor industry, a self-estimation to risk.

Аннотация: Ориентируясь на симбиоз системного подхода к изучению личности и концептуальных положений синергетической парадигмы научного знания объяснены особенности методологической оптимизации метасистемных исследований в психологии, представляющих личность как нелинейную самоорганизующуюся метасистему.

Ключевые слова: метасистемный подход, синергетическая парадигма, нелинейная самоорганизующаяся система, комплексный психологический конструкт.

Как известно, в современной психологии сложилась парадоксальная ситуация, когда возможности и запросы прикладного сектора науки во многом опережают ее теоретический арсенал. Вследствие этого, в процессе психологической практики возникает много ситуаций, когда необходимо исследовать не столько психические процессы или состояния личности, сколько характеристики ее ментального уровня организации, отражающие человека в контексте таких понятий как образ жизни, менталитет, жизненный путь, субъективное жизненное благополучие, счастье, жизненный кризис и т.п.

«Диагональный» разрыв или, говоря иначе словами Ф.Василука [1; 2], «схизис» между исследовательской (академической) и практической психологией обусловлен тем, что современная прикладная психология стала уделять большое внимание изучению целостных психических феноменов, представляющих личность не столько в рамках психологии субъекта, сколько в контексте интегральной психологии человеческого бытия (Б.Ананьев [3], А.Асмолов [4]). В этой связи представляется, что главной методологической особенностью подобных исследований является, во-первых, необходимость экспериментально изучить каузально-генетические связи между различными смысловыми структурами личности, относящимися к различным иерархическим слоям жизненного опыта человека, и, во-вторых, возможность представить результаты таких исследований в рамках уже имеющегося понятийно-категориального аппарата психологии как науки.

Учитывая, что позитивизм привнес в систему психологического знания строгие каноны научности, а количественная дискретность научного знания просто вытеснила качественную смысловую континуальность в исследовании личности и ее социальных связей (В.Барабанчиков [5], А.Юревич [6]), необходимо подчеркнуть, что изучение каузально-генетических связей между различными смысловыми структурами личности с условием монопарадигмального статуса позитивизма и с ориентацией в плоскость строго измерительного характера экспериментальных процедур является невозможным.

Согласно В.Знакову [7, с.330], человеческое бытие нельзя понять, не будучи включенным в него непосредственно. Являясь участником событий своей жизни, личность являет исследователю нечто большее, чем набор определенных личностных или индивидуально-психологических свойств, а именно – целостную субъектность, объективированную в предметах, явлениях и процессах человеческого мира. Поэтому, изучение субъекта на уровне его личностных свойств и индивидуально-психологических особенностей больше не может рассматриваться как актуальная, соответствующая реальным запросам практической психологии, задача, вследствие чего от психолога требуется переход на системно-генетический уровень организации прикладных исследований.

Подобное обусловлено изменением современной концепции научного знания: кризисом асистемной точки зрения на природу психики и поведения, формирова-

нием синергетической парадигмы, а также окончательным преобладанием метасистемной модели понимания психических явлений.

Как результат, академическая психология вынуждена искать прочные теоретико-методологические основания для разрешения возникающих практических задач, содержание которых отражает человеческую личность как нелинейно детерминированную, самоорганизующуюся метасистему [5-7].

Примером таких исследовательских задач, является поиск ответа на целый ряд вопросов. Например, почему невозможно получить однозначно предсказуемый и константный результат в процессе исследования различных психических феноменов, или почему в современной науке существуют системные парадоксы, которые невозможно объяснить в рамках классической экспериментально-позитивистской концепции научного психологического знания?

Примером также могут послужить и вопросы относительно того, как исследовать интегральные характеристики человеческого бытия, такие как: субъектный жизненный выбор и его мотивация, закономерности трансформации ценностно-смыслового мира и предельных жизненных смыслов личности, как осуществление прогностический анализ жизненных событий, которые могут рассматриваться как «спусковые механизмы» кардинальных личностных изменений. Хотя, перечисленные исследовательские задачи, возможно, и покажутся далекими от строгих канонических академической психологии, тем не менее, современные запросы прикладного сектора науки таковы, что психологию все больше интересуют ответы на подобные вопросы.

Намечая контуры возможной методологической оптимизации подобных исследовательских задач, отметим, что для этого необходимо перестать рассматривать и формулировать исследовательские проблемы на уровне анализа актуальных или возможных психических состояний и свойств личности как равновесной системы. Декларируя системно-генетический подход к исследованию личности, опираясь на достаточно разработанные в теоретической науке концептуальные положения синергетики, тем не менее, психологи-практики, используют для разрешения новых исследовательских задач классические диагностические методики, вследствие чего, остаются в «прокрустовом ложе» старой классической методологии, когда личность понимается как закрытая равновесная, линейно детерминированная система.

Кроме того, необходимо указать еще на один методологический парадокс современных системных психологических исследований. Так, продвигаясь в направлении синергетической парадигмы научного знания и метасистемного понимания психологии, практические психологи берутся за экспериментальную разработку системных конструктов, используя старый измерительный позитивистский аппарат (опросники, критериально ориентированные тесты, анкеты, методики на диагностику психических свойств, состояний и психических процессов). То есть, для комплексных системных исследований личности психологи предпочитают использовать экс-

периментально-позитивистского направления старый классический методический аппарат: одноуровневые схемы исследования, прямые открытые опросные схемы, дескриптивные методики, обеспечивающие линейный одномоментный личностный «срез». Как результат, существует проблема поиска адекватного диагностического инструментария, так как используемые повсеместно тестовые и опросные процедуры ориентированы на одномоментную линейную схему эксперимента, где личность примитивно представляется в контексте «линейной» причинности. В результате это приводит к тому, что из процедуры экспериментального анализа исчезает многомерность бытийной ситуации человека, а сам экспериментатор подвергается искушению дать поверхностное объяснение мотивам, ценностям, смыслам и поступкам личности. Изучая, например, закономерности ценностно-смысловых трансформаций личности клиента или пытаясь изучить его глубинные неосознаваемые ментальные структуры психики, психолог заходит в экспериментальный тупик, ибо перечисленные практические задачи требуют не только применения комплексных исследовательских процедур, разработки новых системных конструктов, а также и научного творчества, интегрального мышления от самого психолога-практика.

Представляется, что для этого необходимо создать комплексные, опирающиеся на методологически корректные попытки операционализации новых системных конструктов, комплексные диагностические процедуры, которые способны, во-первых - описать и измерить закономерности формирования целостных структур личности с позиций понимания их как метасистемных уровней ее организации. Во-вторых - представить личность как комплексный конструкт междисциплинарных исследований, отразить соотношение стадий и уровней развития личности как метасистемы. В-третьих - выделить уровни, виды и критерии взаимоотношений актуального и потенциального в психическом развитии человека.

Так как для этих целей, наиболее корректно использовать в качестве теоретико-методологической основы исследований генетическое направление, то, представляется, что в качестве предложения относительно методологической оптимизации метасистемных психологических исследований можно выдвинуть положение о необходимости расширения старой классической конструктивной базы психологии за счет внедрения комплексных междисциплинарных конструктов, отражающих метасистемный уровень понимания психики. Что же это за конструкты?

Прежде всего, отметим, что подобная задача для академической психологии не новая. Проанализировав труды В.П.Зинченко, А.Н.Леонтьева, С.Л.Рубинштейна, Ф.Е.Василюка, М.К.Мамардашвили, В.И.Кабрина, С.Д.Смирнова, Е.А.Климова, можно увидеть, что еще в середине прошлого века исследователи предлагали ввести в научный обиход понятия образа и стиля жизни, образа мира, жизненного пути личности [1;2;6;7; 11-13].

При этом, активное развитие современной прикладной психологии добавило к этому перечню целый ряд практически не операционализированных, однако, очень важных для нужд практического сектора науки конструктов, таких как «жизненный кизис», «счастье», «надежда», «качество жизни», «жизненный опыт», «ментальность» и т.п. [6- 10]. Не смотря на то, что с использованием подобных системных дескрипторов человеческого бытия связано продуктивное будущее практической и теоретической психологии, тем не менее, они характеризуются разной степенью своей методологической проработки и теоретического обоснования.

Так, например, применительно к проблеме разработки образа жизни отметим, что это комплексный конструкт современных психологических исследований. Он представляет личность как саморегулирующуюся систему, а его теоретическая разработка требует выхода

за рамки методологического монизма существующих в психологии классических исследовательских программ, что может рассматриваться как перспективные направления подобных исследований.

Таким образом, обобщая изложенное, можно сделать вывод:

1. На современном этапе развития системного подхода в психологии, одновременно с изучением структурно-уровневой характеристики психических феноменов и функций целостных структурно-личностных образований на передний план должно выдвинуться изучение психологических закономерностей их становления и развития. Вследствие этого, генетическое направление системного подхода в единстве с синергетическими принципами должно рассматриваться как методологическое основание организации любых видов исследовательской и практической деятельности психолога.

2. Рассматривая с позиций принципа субъектной самодетерминации и интерпретируя личность как многомерный психический феномен, включающую в себя явления разных уровней порядков, необходимо признать, что использование системного подхода не позволяет описать личность как неравновесную саморегулирующуюся психическую систему.

3. Причиной невозможности использовать системный подход как метод изучения неустойчивых систем, находящихся в режиме функционирования, объясняется тем, что личность трансформируется не только под воздействием внешне заданных социокультурных условий, но и способна к спонтанной самодетерминированной перестройке своих ценностно-смысловых структур. Это означает на деле только одно - необходимо качественно модернизировать методологию ее исследования, так как ориентируясь на симбиоз генетического направления системного подхода и принципов синергетической парадигмы к изучению личности как неравновесной психической системы, ее можно представить как метасистему в режиме развития и исходя из этого операционализировать все перечисленные выше запросы практики.

4. Применительно к психологическому конструкту «образ жизни» это означает, что для того, чтобы диагностировать содержательно-смысловые и эмоционально-динамические характеристики субъективной модели образа жизни потребует установить ретроспективно-перспективное соответствие фактов событийного ряда жизненного пути и актуальных ценностно-смысловых характеристик личности испытуемого. Следовательно, для понимания настоящего и прогнозирования возможных будущих трансформаций образа жизни личности необходимо понять, каковы базовые ценности и смыслы личности, что составляет субъективно значимый жизненный опыт личности в прошлом. По своей форме такая диагностика выходит в область междисциплинарных исследований и во многом соотносится с диагностико-прогностической функцией психолога в рамках системно-комплексных исследований.

5. Образ жизни объединяет в своей репрезентации и качество жизни, и ментальные процессы личности, и ее жизненное благополучие, и личностные диспозиции, и врожденные психофизиологические, и индивидуально-психологические свойства одновременно. Данные структурные образования, представляя образ жизни как системную интегральную характеристику личности, могут рассматриваться одновременно и как ее внутренние управляемые уровни, и как внешние, управляющие, как зона интеграции различных уровней проявления и детерминации психического.

6. Диагностика образа жизни должна быть ориентирована на некий базовый уровень в своей структуре, который можно представить как фундаментальные, претерпевающие относительно малое изменение с течением жизни, универсальные ментальные ценности человеческой жизни. Данные ценности составляют основу религиозного, этнического и семейно-родового менталитета

человеческой жизни. Эти ценности можно обнаружить во всех культурах, они соответствуют основным жизненным потребностям: биологическим, потребности в социальном взаимодействии и требованиям выживания и функционирования в группе.

В заключение отметим, что предлагаемый для изучения комплексных психологических конструктов тезис относительно метасистемной организации личности не выходит за рамки представлений системного подхода. Это высший интегральный уровень понимания и интерпретации исследуемых психических феноменов, что было показано на примере методологической оптимизации изучения конструкта «образ жизни».

Метасистемный подход не конфликтует с методологическим базисом основных психологических теорий и не порождает противоречий в основных принципах психологического анализа личности (системности, предметности, самодетерминации, активности, историзма, неадаптивности природы человеческой деятельности, а также принципа зависимости психического отражения от места отражаемого объекта в структуре деятельности). Обращаясь к метасистемному уровню исследования личности следует признать, что этот методологический ход обусловлен важными запросами прикладного сектора современной психологии.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Василюк Ф.Е. Методологический смысл психологического схизиса // Вопросы психологии. 1996. № 1. С. 25-40.
2. Василюк Ф.Е. Психология переживания. Анализ преодоления критических ситуаций. М.: Издательство Московского университета, 1984. С. 34-69.
3. Ананьев Б.Г. О проблемах современного человекознания. М.: Наука, 1977. 380 с.
4. Асмолов А.Г. Культурно-историческая психоло-

гия и конструирование миров. М.: Ин-т практической психологии, 1996. 768 с.

5. Барабанщиков В.А., Ломов В.А. Системный подход к исследованию психики // Психологический журнал, 2000. № 4. С. 27-38.

6. Юревич А.В. Интеграция психологии: утопия или реальность? // Теория и методология психологии (Постнеклассическая перспектива) / Отв. ред. А.Л.Журавлев, А.В.Юревич. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2007. – С.503-521.

7. Знаков В.В. От психологии субъекта - к психологии человеческого бытия // Теория и методология психологии (Постнеклассическая перспектива) / Отв. ред. А.Л.Журавлев, А.В.Юревич. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2007. – С.330-350.

8. Логинова Н.А. Жизненный путь человека как проблема психологии // Вопросы психологии. 1985. № 1. С. 103-109.

9. Некрасова И.Н., Седнев В.В. Логико-математическая модель методологической интеграции психологии // Материалы научной конференции «Ананьевские чтения – 2009». Выпуск 1. Методологические и теоретические проблемы психологии / Под редакцией Л. А. Цветковой, В. М. Аллавердова. СПб.: Издательство С.-Петербургского университета, 2009. С.65-71.

10. Зинченко В.П. Живое Знание. Самара: Изд-во Самарск. Ун-та 1997. 315 с.

11. Климов Е.А. Индивидуальный стиль деятельности. Казань: Изд-во Казан. Ун-та, 1969. 279 с.

12. Леонтьев А.Н. Образ мира. Избранные психологические произведения. М.: Педагогика, 1983. С. 251-261.

13. Резник Ю. М., Смирнов Е.А. Стратегия жизни. М.: Наука, 2002. 370 с.

14. Рубинштейн С.Л. Человек и мир // Проблемы общей психологии. М.: Педагогика, 1973. С. 47-68.

METHODOLOGICAL FEATURES OF THE ORGANIZATION METASYSTEM RESEARCHES IN APPLIED PSYCHOLOGY

© 2013

I.N. Nekrasova, candidate of psychological sciences, associate professor, associate professor
of the department of «Education Management and Psychology»
Donetsk Regional Institute of Postgraduate Education, Donetsk (Ukraine)

Annotation: Being guided by symbiosis of the system approach to studying of the person and conceptual positions sinergetics paradigms of scientific knowledge features of methodological optimisation of metasytem researches in the psychology, representing the person as nonlinear self organization metasytem are explained.

Keywords: the metasytem approach, sinergetics paradigm, nonlinear self organizations system, complex psychological construct.

УДК 37.018.761

БАЗОВЫЕ ЦЕННОСТИ КАК ФАКТОР САМОРЕАЛИЗАЦИИ ЛИЧНОСТИ ЛЮДЕЙ С ОГРАНИЧЕННЫМ ЗРЕНИЕМ

© 2013

Н.А. Никашина, аспирант кафедры теоретической и прикладной психологии
 Тольяттинский государственный университет, Тольятти (Россия)

Аннотация: В современном обществе большое внимание уделяется проблеме реализации личностного потенциала. Одним из факторов, влияющих на успех самореализации личности, является наличие хорошо сформированных базовых ценностей. Ценности человека отражают его культуру, степень развития, стремления, потребности и мотивы. По ним можно судить о способах и формах самореализации личности.

Ключевые слова: базовые ценности, потребности, ценностные ориентации, самоактуализация, приоритет, потенциал.

Базовые ценности являются результатом исторического и культурного влияния на человека и итогом личностных ориентаций, расстановки приоритетов в процессе жизнедеятельности. Ценность есть всегда значимость для чего-то. Имеется онтологоцентричная и социоантропоцентричная трактовка ценностей.

Онтологоцентричная точка зрения относит ценность к онтологии. Она утверждает, что ценностные отношения присутствуют везде, где есть структурное членение систем и иерархия. Иными словами, в этом случае ценность как тождественность значимости одного элемента для реализации функции системного компонента более высокой иерархии, приобретает смысл того невидимого функционального механизма, который придает системе целостность [1].

Социоантропоцентричная точка зрения исходит из того, что ценностные отношения и ценностные формы освоения мира характерны только для человека. Однако, и в этом случае, онтологоцентричная интерпретация ценности невидимо присутствует. С одной стороны, ценности – это те «значимости», которые выражают отношение выживаемости человека и среды, обитания человека: общества, народа, нации, государства, природы [2]. При этом ценность выражает собой значимость чего-то для человека, группы людей, общества. С другой стороны, ценность выражает значимость действий, его работы, деятельности, для надсистемы – Природы, Биосферы, Земли, Космоса и т.п. В данном контексте все ценности вырабатываются исторически, социогенетически и культурогенетически, в них концентрируется живой исторический опыт выживания коллективов, общинных совокупностей людей – этносов, народов, обществ, государств, локальных цивилизаций. Ценности могут быть общественными, материальными и интеллектуальными, а также базовыми, общечеловеческими. «Общечеловеческие или всечеловеческие ценности» есть ценности самого высокого уровня абстракции, которые живут разнообразием своих проявлений в многообразии культур, локальных цивилизаций, ментальностей, социальных институций и пр. [1].

Базовые ценности личности нередко становятся проблемой экспериментального изучения для исследователей. Этот интерес вызван тем, что ценности человека отражают его культуру, степень развития, стремления, потребности и мотивы. По ним можно судить о способах и формах самореализации личности.

Одним из примеров экспериментального исследования базовых ценностей является анализ, проведенный Стивеном Райсом, из Университета штата Огайо. Он опросил более 2500 тысяч испытуемых в возрасте от 12 до 76 лет, представлявших все расовые и социальные группы и самые разные профессии. Анализ велся по выбору заранее составленных и предложенных возможных жизненных целей. Таким образом, ему удалось выявить 16 факторов – базовых ценностей, которые влияют на выбор человеком своей деятельности и показывают общее отношение к жизни [11]. Базовыми ценностями Стивен Райс назвал:

- авторитет (или власть) - потребность влиять на

других

- независимость - потребность полагаться только на себя
- любопытство - потребность получать новые знания
- одобрение окружающих - потребность быть принятым другими людьми
- порядок - потребность организовать пространство вокруг себя
- создание запасов - потребность делать накопления
- честь - потребность быть верным своей семье и предкам
- идеализм - потребность в социальной справедливости
- социальный контакт - потребность в компании
- семья - потребность растить собственных детей
- статус - потребность иметь высокое общественное положение
- сведение счетов - потребность быть победителем, мстить за обиды
- любовь - потребность быть красивым и нужным
- еда - потребность в пище
- физическая активность - потребность в физической нагрузке
- покой - потребность в эмоциональном спокойствии.

Таким образом, за ценностями человека стоят его потребности, которые и оказывают влияние на активность индивида, побуждая его к действиям, с целью достичь желаемого результата.

А. Маслоу в процессе изучения вопроса о самоактуализации человека, реализации его потенциала также рассматривал вопрос о ценностях. Он говорил, что наличие ценностей зависит от мотивации, которая может быть либо дефицитарной, в этом случае преобладают ценности удовлетворения физического комфорта (сытость, сон, безопасность); либо мотивация роста, при которой человек имеет бытийные ценности. Под ними подразумеваются стремление к целостности личности, её совершенствованию, простота и красота, семья, теплые отношения с окружающими, завершенность действий. Иными словами, это развитие личности и кругозора [12]. А. Маслоу подчеркивал, что, скорее всего, ценности роста имеют биологическую основу, поэтому они необходимы для психического и физического здоровья человека ничуть не меньше, чем дефицитарные [9]. Бытийные ценности являются смыслом жизни для большинства людей, самоактуализирующиеся люди их явно активно ищут и привержены им [5].

Мотков О.И. выделил следующие ценностные ориентации человека:

- хорошее материальное благополучие;
- саморазвитие личности;
- известность, популярность;
- уважение и помощь людям, отзывчивость;
- физическая привлекательность;
- заботливые отношения с людьми;
- творчество;
- любовь к природе.

Эти ценности выделяют сферы, которые являются

значимыми для личности. Так внешние ценности ориентируют человека преимущественно на отношения к себе со стороны других и оценку в социальной среде своей значимости, т.е. на эгоистическое социальное самоутверждение (смотрите, вот я какой!), возможно, являются проявлением психологической компенсации трудностей утверждения в семье. Внутренние ценности больше ориентируют на значимость близкого другого и на развитие внутреннего личностного мира, его самовыражение в творчестве, на бескорыстное и эстетическое ценностное отношение к природе. Они существенно более широки и альтруистичны, чем ценности внешние, и сходны по своему содержанию с бытийными ценностями А. Маслоу, являющимися выражением реализующейся потребности в самоактуализации и в любви. Внешние ценности выражают скорее активность нижележащих уровней его пирамиды потребностей [3]. Негативно на удовлетворение базовых потребностей влияет жестко контролирующей, эмоционально холодный, равнодушный стиль отношений родителей и учителей к детям, причем в любой культуре. По данным Д.Р. Коннелла, М. Линча и В.И. Чиркова базовые психологические потребности, внешние и внутренние ценности обнаруживаются у испытуемых разных культур (Америка, Россия, Китай и др.) [4].

Если взять онтогенез человека, то базовые ценности передаются на ранних стадиях формирования личности, как правило, в семье. При этом главным каналом раннего ценностного наследования является «женский канал в семье» – матери и бабушки. Ценности передаются через сказки, через приобщение к языку, через любовь, через воспитание, игры и т.п., через первые этапы погружения ребенка в культуру, в культурную среду [1].

Дальнейшее развитие базовых ценностей личности происходит в важнейшем социальном институте – школе. Гуманизация образования поставила в центр образовательно-воспитательной работы ученика, в качестве основной задачи выдвинула развитие его личности, индивидуальных черт и качеств, интересов и потребностей [6]. В рамках гуманистической парадигмы педагогическая общественность добилась признания того, что у каждого школьника к окончанию средней школы должна быть сформирована определенная система базовых ценностей, которой он будет руководствоваться в последующий период своей жизни. Но необходимая система ценностей не возникает у учащихся сама по себе, требуется целенаправленная деятельность по ее формированию [8].

Важно отметить, что ценности личности всегда представлены в некоторой иерархии, способной изменяться под воздействием жизненных условий. Одни ценности имеют большую значимость для личности, другие – меньшую. На вершине иерархии может находиться одна или несколько основных, жизнеопределяющих базовых ценностей [13]. Человек чаще всего не осознает существующую взаимную соотношенность собственных ценностей, но эта их иерархическая зависимость обязательно проявится в ситуации выбора: выбор будет зависеть от того, что человек ценит выше.

Иерархия ценностей не является раз и навсегда заданной в сознании личности: на протяжении жизни одни ценности выступают на первый план, другие отходят на второй, происходит ротация ценностей. Поэтому одна и та же проблема в разные жизненные периоды будет решаться по-разному [6].

Ученые отмечают также наличие некоторых слоев (структур) в системе личных ценностей. В частности, Н.Ф. Наумова, В.А. Ядов выделяют центр и периферию. Центр представляет собой, как правило, четко очерченный круг базовых ценностей, которыми человек руководствуется в своей жизнедеятельности. Они являются своеобразными ориентирами, выполняющими роль эталонов в оценочной деятельности, особенно при решении жизненно важных проблем. На периферии ценности бо-

лее размыты, менее четко выражены, слабее осознаны. Ценностная периферия играет роль ценностного резерва, при необходимости ценности центра пополняются ценностями, находящимися на периферии [10].

Ценности различаются разной степенью обобщенности. Для человека имеют значения базовые (глобальные) ценности, имеющие высокую степень обобщенности (Истина, Добро, Красота). А также оперативные (ситуативные) ценности (например, интересная статья, первые слова ребенка), которые имеют, как правило, более низкую степень обобщенности [6].

Избирая в жизни какую-нибудь сферу деятельности, человек избирает и соответствующие ценности. Смена деятельности влечет за собой чаще всего значительные изменения в ценностной сфере личности. Естественно, этот процесс не проходит безболезненно и быстро, но зачастую, он бывает необходим для внутреннего роста личности, для пересмотра самого себя и своих жизненных ориентиров.

В процессе школьного обучения невозможно предусмотреть все ценностные ориентиры, которые могут понадобиться человеку в жизни, можно только сформировать определенную личностную направленность. Это позволит в будущем сориентироваться в выборе профессии, способах взаимодействия с людьми, интересах и желаниях [7]. Кроме того, значительную роль в воспитании ценностей играют личности, которые окружают человека на пути его взросления. Хорошо, когда ребенок, подросток, юноша или даже взрослый человек на своем жизненном пути встречает личностей авторитетных, опытных, способных указать на ошибки и возможные способы преодоления препятствий [8].

Таким образом, ценности играют значительную роль в жизненно важных выборах человека. Отражая его потребности и мотивы, ценности способны направить личность на путь роста, развития. Руководствуясь своими базовыми ценностями, человек может осознавать недостающие ему для чувства удовлетворения компоненты и выбирать способы личностной самореализации.

Для экспериментального изучения роли базовых ценностей в самореализации личности мы разработали анкету. Мы получили данные о том, каким образом человек расставляет приоритеты в жизни, что считает наиболее важным, какую роль играют семья, общение, друзья, профессиональная занятость и тд. Отражает причины выбора, помогает спрогнозировать поведение человека. Для конкретного исследования особое значение имеет тот факт, что анализ базовых ценностей помогает выявить зоны неудовлетворенных потребностей. То, что для человека по-настоящему важно, будет занимать приоритетную область его предпочтений. Это позволит наметить пути работы и обеспечить удовлетворение потребностей, от которых зависит успех личностной самореализации.

Вопросы анкеты направлены на изучение уровня значимости таких ценностных характеристик, как семья (родительская и самостоятельная), бережное отношение к людям, взаимопомощь, физическая привлекательность, материальное благополучие, развитие личности. Были получены следующие данные.



Параметры – физическая привлекательность и материальное благополучие выражены у ребят с

нарушенным зрением и здоровых испытуемых примерно на одном уровне. Под физической привлекательностью понималась возможность нравиться окружающим, значимость оценки внешнего вида. Данная категория ценности получила высокую оценку более чем у половины испытуемых, что можно объяснить возрастом. Для возрастного периода 15 – 17 лет очень важным становится успех в межличностных отношениях, выражено желание нравиться окружающим, в том числе и противоположному полу. Формируется самооценка, включающая понятие о самом себе, как привлекательном человеке. Это знание приходит путем сравнения себя с другими. Разумеется, очень важно, чтобы представления о себе совпадали с мнением окружающих, так как это формирует самоуверенность, ощущение принятия своей личности обществом. Это те чувства, которые позволяют запустить процесс становления личности, без них человек будет бояться сделать хотя бы первый шаг на пути реализации своих целей. Приятную перспективу рисует тот факт, что ценности привлекательной внешности присутствуют, а значит, есть потенциал к развитию умения преподнести себя, что нередко обуславливает успех в общении.

Материальное благополучие, в основном, понималось как маркер независимости и возможности удовлетворения материальных потребностей. Это, безусловно, важно для ребят, тем более в стенах интерната, где мало вещей, которые принадлежат только конкретному лицу. Однако стоит отметить, что наиболее значимыми для ребят оказались ценности духовного и интеллектуального характера.

Основные особенности проявились относительно вопроса семьи и широты социальных контактов. Именно ценности семьи и общения были выделены как наиболее значимые среди ребят с ограниченным зрением. Можно сделать вывод, что этот факт отражает неудовлетворенную потребность. Ребята живут вне дома и лишены возможности тесного регулярного общения с родными и близкими. Кроме того, мы подразумевали не только родительскую семью, но и создание в будущем собственной. Таким образом, приоритетной областью человеческих взаимоотношений являются тесные доверительные контакты. Что касается желания расширить сферу своего общения, то здесь отражена потребность быть нужным обществу, иметь возможность проявлять себя в самых разных сферах деятельности. Необходима работа по преодолению личностных барьеров при взаимодействии с людьми. Это позволит ребятам самостоятельно находить интересующие их сферы занятости, обрести смелость в ситуации знакомства, адаптации в новом коллективе. Появится ощущение принадлежности к группе, что впоследствии облегчит поиск подходящего партнера для создания семьи.

Полученные данные показали, что ребята высоко ценят уважение и поддержку во взаимоотношениях с людьми. Это может быть объяснено их желанием быть полноправными членами общества. Они нуждаются в понимании и принятии себя, как личности. В связи с их физическим недостатком им необходима помощь в выполнении определенной работы, также нужна эмоциональная поддержка, обеспечивающая веру в свои силы.

При условии отношения к ребятам с ограниченным зрением, как к здоровым представителям молодежи,

можно обеспечить их полноценное внедрение в общество. Важно отметить, что человек, признающий ценность уважения к людям и помощь им, сам способен к проявлению высокого уровня эмпатии. Эта способность во многом может определить особенности профессиональной самореализации личности.

Саморазвитие личности также было выделено в области ценностей. Данная категория понималась, как желание и умение учиться, постоянная работа над собой, приобретение новых навыков. Ребята выделяли любовь к чтению книг, разнообразие хобби и посещение культурных мест. Саморазвитие личности может стать хорошим трамплином в самореализации личности, поэтому должно поддерживаться со стороны преподавателей и ближайшего окружения.

Мы можем сделать вывод, что ценностные ориентиры довольно четко сформированы в сознании ребят, как здоровых, так и слабовидящих. Внимание должен привлечь факт того, что ценности человека должны находить отражение в его жизни в виде удовлетворения потребностей. В случае ребят с ограниченным зрением особую зону внимания должно составить развитие коммуникативных навыков, способности устанавливать тесные контакты и поиск сфер применения своих умений.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Абульханова – Славская, К.А. Стратегия жизни/ К.А. Абульханова – Славская. – М., 1991. – 245 с.
2. Анцыферова, Л.И. Концепция самоактуализирующейся личности А. Маслоу/Л.И. Анцыферова// Вопросы психологии. – 1970. - № 3. - С. 34-38.
3. Кошелева, Н. Человек в шестнадцати измерениях/Н. Кошелева//Директор по персоналу. – 2006. - № 40. – С. 52.
4. Малисова, И.Ю. Психологические знания как фактор формирования ценностных ориентаций личности/ И.Ю. Малисова//Психологический журнал. – 1994. - № 4. – С. 92 – 102.
5. Мотков, О.И. Личность и психика: сущность, структура и развитие/О.И. Мотков. – Самара: Бахрах, 2008. – 345 с.
6. Мотков, О.И. Методика изучения внешних и внутренних ценностной личности/О.И. Мотков. – М., 2008. – 245 с.
7. Мотков, О.И. О парадоксах процесса самоактуализации/О.И. Мотков//Магистр. – 1995. - № 6. – С. 84 – 95.
8. Петракова, Т.И. Ценностный потенциал базового образования в духовно – нравственном воспитании учащихся/Т.И. Петракова. – Институт общего образования МО России, 2002. – 127 с.
9. Рубинштейн, С.Л. Основы общей психологии/ С.Л. Рубинштейн. – СПб.: Питер, 2000. – 248 с.
10. Румянцева, О.М. Самореализация личности в контексте гуманизации образования/О.М. Румянцева// Юбилейный сборник трудов молодых ученых и студентов РГАФК. – 1998. – С. 165 – 168.
11. Субетто, А.И. Ценности в системе общественного интеллекта/А.И. Субетто//Академия тринитаризма. – 2003. - № 77. – 225 с.
12. Хьелл, Л., Зиглер, Д. Теории личности/Л. Хьелл, Д. Зиглер. – СПб.: Питер, 2004. - 444.
13. Щербакова, Л.Н. Типы поведения молодежи в достижении жизненного успеха//Ежегодник. – М., 1996. – С. 34-39.

BASIC VALUABLE AS FACTOR OF SELF – ACTUALIZATION BLIND PEOPLE

© 2013

*N.A. Nikashina, the candidate of theoretical and practical psychology
Togliatti State University, Togliatti (Russia)*

Annotation: basic valuable is a result of education and cultural experience. Every person is developing basic valuable during all his life. Basic valuable is very popular problem for experimental investigation, because this part of person refute motives of behavior, necessity and causes of success or failure.

Keywords: basic valuable, necessity, value orientation, self-actualization, potential, priority.

Аннотация: В работе представлена характеристика мифологических концептов; рассмотрены подходы к определению мифологемы как ментального образования и как единицы лексической системы; уточнены широкое и узкое значения термина «мифоним» и подтверждается целесообразность введения в научный обиход термина «мифолексема».

Ключевые слова: мифологический концепт, мифологема, мифоним, мифолексема, мифологическая картина мира, мифологическая концептосфера.

Результатом деятельности мифологического мышления по отражению объективной действительности является мифологическая картина мира как составная часть обыденного сознания, сконструированная из мифологических концептов, номинируемых при помощи особого класса лексических единиц. Концепты, составляющие мифологическую концептосферу, традиционно трактуются как единицы коллективного сознания, которые отражают объекты возможных миров и в вербальной форме представлены в национальной памяти носителей языка [1: 36], и в исследовательских работах именуется мифологическими концептами, мифоконцептами, мифологемами.

Изучение составляющих мифологической картины мира активно проводится в настоящее время в рамках этнолингвистического, лингвокультурологического, лингвокогнитивного, когнитивно-дискурсивного направлений. В отечественной лингвистике особенности архаического и современного мифологического сознания активно изучаются на материале политического дискурса, экологического дискурса, рок-дискурса, медиадискурса, фольклорного и художественного дискурсов и т.д. [1 - 12]. В качестве материала исследования активно привлекаются лексикографические источники [1; 13], диалектные и исторические источники [14], сакральные тексты [15].

В рамках политической лингвистики и медиалингвистики интерес представляет мифологическая составляющая современного общественного сознания, метафорические механизмы порождения и актуализации политических мифов в обществе и языковые средства манипуляции массовым сознанием [7; 16 - 21].

Интересными видятся работы, посвященные лингвокультурологическому изучению мифологем, объективированных номинациями существ низшего демонария [1], зооморфных мифологем в составе англоязычного бестиария [13], изучению мифологической лексики [3] и фразеологических единиц с теологическими и демонологическими компонентами [22]; изучению мифологических фреймов как средств выражения подтекста [8]. Кроме того, изучение номинантов мифологических концептов проводилось на лексико-семантическом и ономазиологическом уровнях [14], а также с позиций семантики, синтактики и прагматики [2].

Обращение к сравнительно-сопоставительному методу исследования мифологических концептов и их языковых манифестаций позволило выявить национально-культурную специфику мифоконцептов в ходе сравнения мифологических концептосфер английского и русского языков, основные тенденции в их развитии на примере концептов американской лингвокультуры [1]; наиболее распространенные модели эвфемизации теонимов и демонимов в афризийских и индоевропейских языках [15] и метафорические модели в разных видах дискурса и в разных лингвокультурах [7; 17]; а также смоделировать структуру отдельных мифологических концептов в русской, английской и французской концептосферах [3; 23].

Слова-репрезентанты мифологических концептов характеризуются в лингвистике как имена, не имеющие денотатов в окружающей нас действительности [24: 44]; знаки с нулевым денотатом, обозначающие объекты которых есть «ирреальная данность, несуществующий предмет, своеобразный 'мысленный конструкт'» (А.А. Уфимцева) [3: 68]. Тем не менее, мысленные конструкты, стоящие за лексемами-номинантами и отражающие несуществующие в реальной действительности референты, структурированы из элементов, соотносимых с реальными явлениями объективного мира. Более того, по словам И.В. Кононовой, «образные прототипы мифических объектов, не представленных в реальном мире, обладают большей «конкретностью» для сознания, чем реально существующие, но неосознаваемые абстрактные явления» [25: 205]. Сказанное выше позволяет выделить такие признаки мифологических концептов, как 1) динамичность, способность к изменению; 2) наличие структуры, тождественной структуре лингвокогнитивных концептов; 3) отражение когнитивными признаками характеристик разнообразных объектов и явлений, дисперсированных в реальном мире, при отсутствии в действительности референтов, обладающих всей совокупностью признаков; 4) наличие хорошо развитого образного компонента.

Проиллюстрируем тождественность структурно-содержательных характеристик концепта как единицы мыслительного кода человека и мифологического концепта на примере концепта «фейри», изучение которого проводилось на материале англоязычного сказочного дискурса. Структура мифологического концепта «фейри» как разновидности лингвокультурного концепта является собой совокупность образного, понятийного и ценностного компонента. Образный компонент концепта «фейри» обозначен широким набором когнитивных признаков, среди которых наибольшую частотность вербализации получили следующие: «маленький рост», «антропоморфный облик», «прекрасная наружность» / «безобразная наружность», «старый» / «молодой», «природный дух». Понятийный компонент концепта аккумулирует систему представлений о разнообразных сферах деятельности вымышленного референта: профессионально-трудовой, бытовой, регулятивной и магической деятельности, сфере досуга. Каждая из сфер структурирована набором когнитивных признаков, отражающих архаические представления о той или иной сфере практической деятельности. Например, сфера магической деятельности фейри характеризуется когнитивными признаками «сверхзнание, эзотерическое знание», «оборотничество», «наложение чар», «отвод глаз», «погружение в забвение», «предсказание будущего», «животворное воздействие». Ценностный компонент исследуемого концепта представлен когнитивными признаками «состоящий в родственных отношениях», «расположенный к людям», «благотворный» и реже «вредоносный».

Динамичность концепта «фейри» проявляется в угнетении прототипических мифологических признаков и приобретении им немифологических когнитивных при-

знаков, отражающих человеческую природу сказочных персонажей, социальное устройство общества и социально разделяемые ценности, концентрация которых увеличивается при движении от центра к периферии. В зависимости от количества вербализуемых при создании языкового образа сказочных персонажей когнитивных признаков («маленький рост», «обитание в Волшебной Стране», «музыкальные инструменты как волшебная атрибутика», «проказливый характер», «способность гипнотического воздействия на людей и животных») происходит отнесение их референтов к центральным или периферийным областям исследуемого концепта. В частности, к центральным образам относятся феири; область ближней периферии занимает мальчик с пальчик (Tom Thumb, Sir Thomas Thumb, Нор-о'-му-Thumb, Thumbling); области дальней и крайней периферии – пастухи, странствующие музыканты (the Pied Piper, gooseherd, herdboy, minstrel, ballad-monger) и герои маленького роста, не обладающие магическими способностями (Mr and Mrs Vinegar, a queer little mite of an old lady, no bigger than a finger) соответственно.

Таким образом, макроструктура и содержание концепта «фейри» как одного из базовых мифологических концептов английского этноса свидетельствует о высокой степени тождества концептов, составляющих мифологическую концептосферу, и концептов, структурирующих остальные области национальной концептосферы.

При характеристике связи между мифологической концептосферой и обслуживающим ее фрагментом языковой картины мира наблюдается некоторое «размывание» значений используемой терминологии. Так, если термины «мифологический концепт» и «мифоконцепт» отличаются однозначностью употребления, то в противоположность им термин «мифологема» допускает вариативность значений в тождественных контекстах, что представляется неприемлемым и требует уточнения.

В философии мифологема представляет собой «сложный тип знака с функцией понятия и образным содержанием», для которого характерна стабильность содержания, сближающего мифологема с аллегорией; черты конвенциональности, делающие ее похожей на эмблему; широкая смысловая перспектива, роднящая мифологема с символом, в сочетании со способностью проявлять «свои семантические возможности как внутри заданной источником смысловой традиции, так и в сцеплениях с иными мифологемами» [26]. Символическая природа мифологема проявляется, прежде всего, в конкретно-образном способе изображения реальности, необходимого в случаях, «когда она не укладывается в рамки формально-логического и абстрактного изображения» (Библиологический словарь) [27]. В культурологии мифологема, как правило, соотносится с планом содержания, имеет надэтнический характер и определяется как мифологический сюжет, сцена, образ, характеризующиеся глобальностью, универсальностью и имеющие широкое распространение в культурах [28]; как «сходная, повторяющаяся тема в мифах разных народов» [29]; как «составной элемент мифологического сюжета» (Толковый словарь Ушакова) [27]. В «Словаре по общественным наукам» мифологема рассматривается также в деятельностном аспекте как «сознательное заимствование мифологических мотивов и перенесение их в мир современной художественной культуры» [27], что предполагает трансляцию информации мифологического характера в другие формы современной культуры и устойчивое сохранение мифологического компонента в общественном сознании.

В современной лингвистике статус мифологема амбивалентен. О.И. Быкова и О.Н. Ракитина относят мифологема к культурным концептам [30: 139]; тождественной позиции придерживается Е.В. Матвиенко, трактуя мифологема как «концепты мифологической картины мира» [31: 6]. С.А. Питина характеризует мифологема, с

одной стороны, как концепт, с другой стороны, как имя, не имеющее денотата [1: 35 - 36]. Относят мифологема к единицам лексической системы О.А. Черепанова, О.В. Абыякая (использует термин «слово-мифологема»), Ю.М. Чуликов и ряд других исследователей [3: 5; 14: 102; 32: 7]. В наиболее концентрированном виде характеристики мифологема как единицы языка выражены в следующем определении: слова-мифологема – «наименования персонажей, слова особого мифического содержания, являющиеся результатом деятельности мифического мышления по структурированию мира» [3: 68; 33: 91].

Синонимичные мифологема термины «мифема» и «мифологический персонаж» также в равной степени приложимы как к области выражения, так и к области содержания. Мифема понимается и как имя, не имеющее денотата в окружающей действительности (А.П. Бабушкин), и как составляющая единица мифа, пучок отношений (К. Леви-Строс); мифологический персонаж – как совокупность признаков и функций, скрепленных именем (Е.Е. Левкиевская). Однозначными представляется термин «демонологема» (как гипероним демонологической лексики). Терминологическая единица «мифоним» в широком значении в равной степени относится и к онимным, и к апеллятивным номинациям сверхъестественных существ. Трактовка мифонимов как «лексических единиц мифического содержания» [31: 6] существенно расширяет круг соотносящихся с данным термином референтов вымышленной реальности, включая в него не только мифологических персонажей, но и мифических животных, артефакты, объекты топонимики и т.д. В узком значении мифонимы, по определению А.В. Суперанской, являются составляющими ономастического пространства и индивидуализирующими именованиями широкого круга объектов и явлений («людей, животных, растений, народов, географических и космографических объектов, различных предметов и т.п.»), «в действительности никогда не существовавших» [34: 180]. Дальнейшее сужение значения термина «мифоним» привело к появлению в работах по ономастике производных терминов «мифоантропоним», «мифоперсоним», «мифозооним», «мифотопоним», «мифофитоним», «мифохремотоним» и т.д. С.А. Кошарная, подчеркивая символический характер мифонимов, называет их «символьными именами, так как их назначение – не прямая номинация, а описательное обозначение объекта» [35], и употребляет термин «мифолексема» в качестве полного синонима для обозначения квазиреферентов – продуктов мифологического мышления.

В связи с вышесказанным, с целью преодоления неоправданной многозначности терминологической единицы представляется целесообразным использовать лексему «мифологема» по отношению структурам идеального плана, так как первоначально она была введена для обозначения ментальных образований (см. работу В.Н. Базылева «Мифологема скуки в русской культуре» [36]). Термины «мифоним» в широком значении и «мифолексема» являются полными синонимами и используются для обозначения референтов вымышленной действительности, манифестируя в языковой картине мира мифологические концепты. Однако поскольку использование термина «мифоним» требует в работе непрямой конкретизации его значения, на наш взгляд, языковые единицы, манифестирующие мифоконцепты, предпочтительнее называть мифолексемами в силу прозрачности внутренней формы термина, не допускающей возможности иного толкования.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Питина С.А. Концепты мифологического мышления как составляющая концептосферы национальной картины мира [Текст]: Дис. ... д-ра филол. наук / С.А. Питина. – Челябинск, 2002. – 364 с.

2. Завьялов А.А. Семантика, синтактика и прагматика мифонимов немецкого языка [Текст]: Дис. ... канд. филол. наук / А.А. Завьялов. – Нижний Новгород, 2000. – 267 с.
3. Абыякая О.В. Мифологическая лексика русского языка в лингвокультурологическом аспекте и принципы ее лексикографического описания [Текст]: Дис. ... канд. филол. наук / О.В. Абыякая. – СПб., 2004. – 195 с.
4. Шейгал Е.И. Семиотика политического дискурса [Текст] / Е.И. Шейгал. – М.: Гнозис, 2004. – 326 с.
5. Красильникова Н.А. Метафорическая репрезентация лингвокультурологической категории СВОИ – ЧУЖИЕ в экологическом дискурсе США, России, Англии [Текст]: Автореф. дис. ... канд. филол. наук / Н.А. Красильникова. – Екатеринбург, 2005. – 22 с.
6. Будаев Э.В., Чудинов А.П. Современная политическая лингвистика [Текст] / Э.В. Будаев, А.П. Чудинов. – Екатеринбург: Изд-во УрГПУ, 2006. – 267 с.
7. Солопова О.А. Метафорическое моделирование образов прошлого, настоящего и будущего в дискурсе парламентских выборов в России (2003 год) и Великобритании (2001 год) [Текст]: Дис. ... канд. филол. наук / О.А. Солопова. – Екатеринбург, 2006. – 249 с.
8. Степанова Е.С. Мифологический фрейм и его языковое выражение в философских романах А. Мердок [Текст]: Автореф. дис. ... канд. филол. наук / Е.С. Степанова. – Самара, 2007. – 19 с.
9. Григорьева О.В. Метафорическое моделирование дихотомии «свое – чужое» в контркультурной рок-лирике США и СССР [Текст]: Автореф. дис. ... канд. филол. наук / О.В. Григорьева. – Екатеринбург, 2009. – 24 с.
10. Сафина Н.Н. Вербализация концепта-мифологемы witch (на материале прозы Дж.К. Роулинг) [Текст] / Н.Н. Сафина // Вестник ЧелГУ. Серия «Филология. Искусствоведение». - № 17(198). – 2010. – С. 97 – 103.
11. Сафина Н.Н. Вербализация концептов-мифологем [witch] и [wizard] (на материале прозы Дж.К. Роулинг) [Текст] / Н.Н. Сафина // Интеллект. Инновации. Инвестиции. - № 1. – 2010. – С. 104 – 110.
12. Галиева М.Р. Концептуальная значимость мифологемы в художественном тексте [Текст] / М.Р. Галиева // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – Тамбов: Грамота, 2011. - № 2(9). – С. 52 – 56.
13. Добрикова К.А. Бестиарий в национальной языковой картине мира [Текст]: Дис. ... канд. филол. наук / К.А. Добрикова. – Челябинск, 2005. – 215 с.
14. Черепанова О.А. Мифологическая лексика русского языка [Текст]: Дис. ... д-ра филол. наук / О.А. Черепанова. – Л., 1983. – 435 с.
15. Черникова Е.М. Эвфемизация теонимов и демонимов в некоторых индоевропейских и афразийских языках [Текст]: Дис. ... канд. филол. наук / Е.М. Черникова. – Челябинск, 2007. – 254 с.
16. Чудинов А.П. Россия в метафорическом зеркале: когнитивное исследование политической метафоры (1991 – 2000) [Текст]: Монография / А.П. Чудинов. – Екатеринбург: Изд-во УрГПУ, 2001. – 238 с.
17. Шаова О.А. Россия и Франция: национальные стереотипы и их метафорическая репрезентация (на материале французских газет в сопоставлении с российскими) [Текст]: Дис. ... канд. филол. наук / О.А. Шаова. – Екатеринбург, 2005. – 210 с.
18. Будаев Э.В., Чудинов А.П. Метафора в политическом интердискурсе [Текст] / Э.В. Будаев, А.П. Чудинов. – Екатеринбург: Изд-во УрГПУ, 2006. – 208 с.
19. Пшенкин А.А. Метафорический образ СССР / России в американском политическом дискурсе второй половины XX – начала XXI веков [Текст]: Дис. ... канд. филол. наук / А.А. Пшенкин. – Барнаул, 2006. – 194 с.
20. Нахимова Е.А. Прецедентные имена в массовой коммуникации [Текст]: Монография / Е.А. Нахимова. – Екатеринбург: Изд-во УрГПУ, 2007. – 207 с.
21. Чудинов А.П. Политическая лингвистика [Текст] / А.П. Чудинов. – М.: Флинта: Наука, 2007. – 256 с.
22. Антропова В.В. Фразеологизмы с теологическими, демонологическими компонентами и их дериватами в современном русском языке: семантический и лингвокультурологический аспекты [Текст]: Автореф. дис. ... канд. филол. наук / В.В. Антропова. – Челябинск, 2004. – 23 с.
23. Елисеева О.В. Особенности наполнения образных компонентов символических концептов [Текст] / О.В. Елисеева // Язык. Культура. Коммуникация. Материалы III Международной заочной научно-практической конференции, (Ульяновск, март 2009 г.) / Отв. ред. проф. С.А. Борисова. – Ульяновск, 2009. – С. 32 – 38.
24. Бабушкин А.П. Типы концептов в лексико-фразеологической семантике языка, их личностная и национальная специфика [Текст]: Дис. ... д-ра филол. наук / А.П. Бабушкин. – Воронеж, 1997. – 330 с.
25. Кононова И.В. Проблема выявления структуры этических концептов (на материале английского языка) [Текст] / И.В. Кононова // Языковые коммуникации в системе социально-культурной деятельности: Материалы научно-практической конференции (Самара, 16 – 17 мая 2005 г.). - Самара: СГАКИ, 2005. - С. 201 – 208.
26. Мифологема [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://russidea.rchgi.spb.ru> (Последнее обращение 06.06.2011).
27. Мифологема [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://slovari.yandex.ru> (Последнее обращение 06.06.2011).
28. Мифологема [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://ru.wikipedia.org> (Последнее обращение 06.06.2011).
29. Мифологема [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://dic.academic.ru> (Последнее обращение 06.06.2011).
30. Быкова О.И., Ракина О.Н. Мифологема как культурный концепт [Текст] / О.И. Быкова, О.Н. Никитина // II Житниковские чтения. – Челябинск, 1999. – С. 133 – 140.
31. Матвиенко Е.В. Языковая репрезентация образов восточноазиатской мифологии в англоязычных текстах [Текст]: Автореф. дис. ... канд. филол. наук / Е.В. Матвиенко. – М., 2010. – 16 с.
32. Чуликов Ю.М. Русское и британское культурные пространства в аспекте межкультурного взаимодействия [Текст]: Автореф. дис. ... канд. филол. наук / Ю.М. Чуликов. – Нальчик, 2011. – 21
33. Абыякая О.В. Слова-мифологемы: лингвокультурологический и лексикографический аспекты [Текст] / О.В. Абыякая // Мова: науково-теоретичний часопис з мовознавства. - № 12. – 2007. – С. 91 – 97.
34. Суперанская А.В. Общая теория имени собственного: [Текст] / А.В. Суперанская. – М.: Наука, 1973. – 366 с.
35. Кошарная С.А. Миф, символ, метафора: пересечение в слове [Электронный ресурс] / С.А. Кошарная // Російська філологія. Український вісник: Науковий журнал. - № 3 – 4. – 2008. – С. 14 – 17. // Режим доступа: http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Ros_fil/2008_3-4/5.html (Последнее обращение 13.06.2011).
36. Базылев В.Н. Мифологема скуки в русской культуре [Текст] / В.Н. Базылев // RES LINGUISTICA: Сб. статей. К 60-летию профессора В.П. Нерознака. - М.: Academia, 2000. - С. 130–147.

MYTHOCONCEPT, MYTHOLOGEME, MYTHONYM, MYTHOLEXEME: TO THE QUESTION OF UNIFICATION OF TERMINOLOGICAL DIVERSITY

© 2013

O.A. Plakhova, Candidate of Philology, Associate Professor of Theory and Methods of Teaching of Foreign Languages and Cultures Department
Togliatti State University, Togliatti (Russia)

Annotation: The present paper has a brief description of mythological concepts; deals with approaches to defining a mythologeme as a mental formation and as a unit of lexical system; specifies broad and narrow meanings of the term «mythonym» and confirms advisability of scientific use of the term «mytholexeme».

Keywords: mythological concept, mythologeme, mythonym, metholexeme, mythological world image, mythological conceptsphere.

УДК 004:811.111

ЛИНГВОМЕТОДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ФОРМИРОВАНИЯ И СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ УМЕНИЙ РЕЧЕВОЙ ИНОЯЗЫЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ВУЗЕ ПРИ ИСПОЛЬЗОВАНИИ СРЕДСТВ ИКТ

© 2013

Е.В. Смирнова, кандидат педагогических наук, доцент кафедры
«Теория и методика преподавания иностранных языков и культур»
Тольяттинский государственный университет, Тольятти (Россия)

Аннотация: Несмотря на то, что обучение умениям иноязычной речи получило наиболее полное освещение в методике преподавания иностранного языка, до сих пор остается ряд вопросов, побуждающих поиск путей дальнейшего повышения его эффективности. В настоящее время решение этой задачи приобретает особый смысл в связи с внедрением в учебный процесс средств ИКТ. Изучение иностранного языка при использовании средств ИКТ призвано обеспечить повышение уровня учебной автономии, способности к самообразованию; развитие когнитивных и исследовательских умений; развитие информационной культуры; расширение кругозора и повышение общей культуры студентов; воспитание толерантности и уважения к духовным ценностям разных стран и народов. В статье рассматривается вопрос эффективности использования средств ИКТ в процессе формирования и совершенствования умений речевой иноязычной деятельности.

Ключевые слова: информационные и коммуникационные технологии (ИКТ), иностранный язык, чтение, говорение, аудирование, письмо, самообразование, межкультурная коммуникация, паралингвистические средства, речевые упражнения, машинный перевод, электронные средства учебного назначения, индивидуализация обучения, электронные словари, компетенция.

Учебный процесс по иностранному языку это – специально организованный, управляемый процесс взаимодействия преподавателя и студентов, направленный на усвоение знаний, умений и навыков, овладение компетенций, формирование мировоззрения, развитие умственных сил и потенциальных возможностей студентов, выработку и закрепление навыков самообразования.

Содержание обучения иностранным языкам традиционно находится под пристальным вниманием как дидактов, так и методистов. Содержание обучения иностранному языку является многокомпонентным и составляет «все то, что вовлекается в преподавательскую деятельность учителя, учебную деятельность учащегося, учебный материал, а также процесс его усвоения». С его помощью происходит достижение цели обучения иностранным языкам. Современные отечественные исследователи (Е.И. Пассов, В.П. Кузовлев, Н.Д. Гальскова, Н.И. Гез, И.Л. Бим и др.) рассматривают его как постоянно развивающуюся категорию, в которой отражается как предметный аспект, так и процессуальный. Предметный аспект соотносится с разнообразными знаниями, вовлекаемыми в процесс обучения иностранным языкам. Процессуальный аспект – это собственно навыки и умения использовать приобретаемые знания с целью осуществления реальной коммуникации. Наиболее распространенная среди методистов точка зрения (И.Л. Бим, Е.И. Пассов и др.) на содержание обучения иностранным языкам базируется на общепедагогической трактовке этой категории, предусматривающей в своем составе знания, умения и навыки речевой иноязычной деятельности, а также знания о мире, опыт осуществления способов деятельности, опыт творческой деятельности, а также опыт эмоционального отношения к объектам действительности, приобретаемый в процессе обучения.

Умение не появляется само собой, оно основано на навыках. Речевые навыки есть речевые операции, отличающиеся бессознательностью, полной автоматич-

ностью, соответствием норме языка, нормальным темпом (скоростью) выполнения, устойчивостью. Таким образом, речевые навыки – это стереотипные, механические образования, автоматизированные компоненты сознательной речевой деятельности в устной и письменной форме. Сформировать речевой навык – обеспечить студенту возможность правильно строить собственные письменные и устные иноязычные высказывания и понимать высказывания других людей. К речевым навыкам, входящим в состав речевых умений, относятся: лексический, грамматический, орфографический, произносительный навыки. Умение – освоенный человеком путем упражнений способ выполнения действия, обеспечиваемый совокупностью приобретенных знаний и навыков. Использование речевых навыков для того, чтобы самостоятельно и с учетом целей и ситуации общения выражать свои мысли, намерения, переживания и адекватного понимания мыслей других людей – носителей изучаемого языка, является показателем сформированности речевых умений. Владеть таким умением – значит уметь правильно выбрать стиль речи, подчинить форму речевого высказывания задачам общения, употребить самые эффективные для данной цели и при данных условиях языковые и неязыковые средства.

Умение позволяет выполнять действие не только в привычных, но и в изменившихся условиях. Поскольку условия общения никогда не повторяются полностью и каждый раз человеку приходится заново подбирать необходимые языковые и паралингвистические средства общения, речевые умения носят творческий характер. Они представляют собой результат овладения языком на каждом этапе обучения и различаются по видам речевой деятельности (говорение, аудирование, чтение, письмо), т.е.:

1) умения говорить на иностранном языке – осуществлять монологические высказывания и принимать участие в диалогическом общении адекватно целям, зада-

чам, условиям общения;

2) умения целенаправленно понимать информацию как при непосредственном общении с собеседником, так и при опосредованном общении (радио, видео и др.);

3) умения понимать информацию при чтении адекватно целям общения (полное, точное, глубокое понимание, ознакомление с содержанием, просмотр текста и т.д.);

4) умения письменно передавать информацию адекватно целям и задачам общения, правильно оформляя письменное сообщение в зависимости от его формы (письмо, реферат и т.д.).

Можно выделить три этапа работы по формированию и развитию умений. Первый этап имеет четыре подэтапа. Как правило, некоторых подэтапов может не быть, т.к., например, произносительные навыки сформированы и идет совершенствование данных навыков, которое может происходить в процессе формирования лексических и грамматических навыков, т.к. этот процесс невозможен без произнесения речевого материала. Подэтапы могут меняться местами: новая лексика усваивается на пройденной грамматике, новая грамматика – на усвоенной ранее лексике.

Второй этап предусматривает целенаправленное столкновение навыков с ранее усвоенными на первом этапе. Таким образом, осуществляется их комбинирование. Так, если на первом этапе усвоено прошедшее время глагола, то в упражнениях второго этапа следует включать такие задания, которые бы заставляли студентов в своих высказываниях противопоставлять это время другому прошедшему или прошедшее – настоящему и будущему. В данном случае совершенствование навыков владения временными формами будет идти по пути их дифференциации, будет укрепляться такое важное качество навыка, как устойчивость. Что касается совершенствования лексических навыков, то оно будет тем успешнее, чем большим количеством сочетаний, связей «обратет» слово. Важно включать в упражнения второго этапа те слова из запаса студентов, с помощью которых можно образовать сочетание на основе слов, усвоенных на первом этапе. Совершенствование навыков на втором этапе осуществляется также благодаря зрительному, аудитивному подкреплению: студент прочитывает текст, неоднократно просматривает его в связи с заданиями, прослушивает, просматривает видео, что способствует запоминанию. Суть второго этапа заключается в трансформации материала и его комбинировании с усвоенным ранее.

На третьем этапе формируются все качества чтения, говорения, аудирования и письма как деятельности и как продукта. Специфика работы на данном этапе заключается в том, что используются новые ситуации более сложные с психологической и лингвистической точек зрения. Опоры здесь служат лишь стимулом к видам речевой деятельности и направляют их в смысловом отношении. Важнейшей чертой этого этапа является то, что здесь осуществляется обучение в его диалогической, групповой и коллективной форме. На данном этапе выполняются упражнения, главная характеристика которых – это мотивированное выражение своих мыслей, что возможно при подлинной ситуативности, наличии речемыслительных задач.

Описанный цикл работы позволяет успешно формировать умения речевой иноязычной деятельности при использовании средств информационных и коммуникационных технологий (ИКТ), предоставляющих для каждого умения возможности, описанные ниже. Циклы повторяются, в каждом осваивается определенная доза учебного материала, а речевое умение с каждым разом совершенствуется.

Необходимо отметить, что в настоящее время в связи с расширением межкультурных контактов и обменов, усилением процесса глобализации современные образовательные программы по иностранным языкам

предусматривают развитие всех видов речевой деятельности. В настоящее время цель обучения иностранным языкам следует понимать как «повышение исходного уровня владения иностранным языком, достигнутого на предыдущей ступени образования, и овладение студентами необходимым и достаточным уровнем иноязычной коммуникативной компетенции для решения социально-коммуникативных задач в различных областях бытовой, культурной, профессиональной и научной деятельности при общении с зарубежными партнерами, а также для дальнейшего самообразования». Речь идет о становлении у студента основных черт «вторичной языковой личности» (в определении И.И. Халеевой), совокупность которых составляет сложное интегративное целое, выходящее коммуникативную межкультурную компетенцию.

Несмотря на то, что обучение умениям иноязычной речи получило наиболее полное освещение в методике преподавания иностранного языка (И.Л. Бим, И.А. Зимняя, А.А. Леонтьев, Е.И. Пассов, Г.В. Рогова, С.К. Фоломкина и др.), до сих пор остается ряд вопросов, побуждающих поиск путей дальнейшего повышения его эффективности. В настоящее время решение этой задачи приобретает особый смысл в связи с внедрением в учебный процесс средств ИКТ. Изучение иностранного языка призвано обеспечить повышение уровня учебной автономии, способности к самообразованию; развитие когнитивных и исследовательских умений; развитие информационной культуры; расширение кругозора и повышение общей культуры студентов; воспитание толерантности и уважения к духовным ценностям разных стран и народов.

Исследования (Бовтенко М.А., Бухаркина М.Ю., Гречихин И.Е., Зубов А.В., Карамышева Т.В., Мазур З.Ф., Мильруд Р.П., Петухова А.А., Полат Е.С., Роберт И.В., Смирнова Е.В., Соснина Е.П., Титова С.В., Титова С.В., Халеева И.И., Цатурова И.А., Цветкова Л.А. и др.) показывают, что средства ИКТ позволяют осуществить новые качественные изменения в системе образования, включая и обучение умениям речевой иноязычной деятельности.

В связи с этим важным является представление о том, как и какие средства ИКТ могут быть встроены в учебный процесс по формированию и совершенствованию умений речевой иноязычной деятельности.

Аудирование

В современном обществе люди слушают 45% времени, говорят – 30%, читают – 16%, пишут – 9%. Опросы деловых людей показали, что у работников внешнеторговых организаций рабочее время распределяется следующим образом: аудирование – 35%, говорение – 20%; чтение – 15%, письмо – 30%. Аудирование является сложной рецептивной мыслительно – мнемической деятельностью, связанной с восприятием, пониманием и активной переработкой информации, содержащейся в устном речевом сообщении.

Аудирование до сих пор иногда рассматривается как побочный продукт говорения, нередко используется на занятиях эпизодически и в ситуациях далеких от аутентичных. Под аутентичной ситуацией слушания понимается реальный контекст чужой культуры и материалы, составленные носителями языка для носителей языка. Из исследований отечественных и зарубежных психологов известно, что слушающий опирается при аудировании на свой опыт и развитые психологические механизмы. Принимая информацию фонологического уровня, он должен перекодировать ее в единицы концептуального уровня, используя различные опоры восприятия, в том числе подсказывающую функцию ситуаций.

Из всех технических средств обучения средства ИКТ наиболее успешно содействуют студенту в восприятии информации. Исследования показывают, что использование аудиоформата в электронных средствах учебного назначения (ЭСУН) по иностранным языкам является

обучающей ценностью в связи с возможностью наличия

- различных режимов воспроизведения аудиотекстов: аутентичный, учебный в естественном темпе и замедленный;

- средств визуализации, позволяющих студентам наглядно представить процессы, сопровождающих процесс производства речи, и сравнить собственное произношение с эталонным. Для этих целей используются анимация, иллюстрирующая движение органов речи, и различные типы графиков, показывающие амплитуду колебания звука;

- записи речи;

- динамичных иллюстраций. Для динамичных иллюстраций используется анимация, трехмерные модели и видео;

- специфически компьютерных видов заданий: прослушивание выборочного материала, наглядное представление характера звучания, музыка;

- имитации реальных ситуаций общения. Примерами подобного упражнения могут служить задания по аудированию в ЭСУН по английскому языку «New Interchange» и «Английский для общения». Они требуют понимания на слух и выполнения инструкций и ответных реплик: услышав телефонный звонок, необходимо включить в кабинете свет, снять трубку телефона, выполнить просьбы звонящего, прореагировать на услышанную реплику приветствия, извинения, благодарности и т.п.

- паралингвистических средств аудирования, представленных в ЭСУН по иностранному языку, которые уточняют содержание, способствуют удержанию внимания, усиливают понимание замысла высказывания. Следует отметить, что до 60% информации передается с помощью паралингвистических элементов речи: акустические элементы (междометия, ритм, повышение и понижение голоса, паузы и т.п.), визуальные (мимика, жесты, поза говорящих и др.), тактильные (пожатие рук, похлопывание по плечу, отталкивание и др.), что в условиях традиционного обучения почти невозможно.

Формирование фонетических навыков аудирования происходит и за счет включения в процесс обучения аудированию аутентичных материалов, отражающих повседневную жизнь носителей языка, традиции, культуру, что создает условия для формирования аутентичных фонетических навыков аудирования, аутентичности контекста. Большое значение для обучения иностранному языку имеют исследования, связанные с определением корреляции между речевым и музыкальным слухом. В связи с этим следует отметить положительное влияние музыки, пения. Не только дети, но и взрослая аудитория студентов с удовольствием поют английские песни, рифмовки, джазовые грамматические скандирования и т.п.

За успешное аудирование речи отвечает также принцип адаптации. В этом случае для формирования фонетических навыков аудирования студенту необходимо слушать и слышать людей с различными голосовыми параметрами: голос, тембр, темп, интонация, мелодика, диалект, носитель языка, иностранец и т.п. Именно поэтому на начальном этапе обучения предпочтительна совместная работа нескольких преподавателей, ведущих занятия по звучащей речи, а при формировании аудитивных навыков так важно чередование различных мужских и женских голосов. Но поскольку в реальных условиях неязыковых вузов это не предусматривается и является невозможным, то представляется единственным возможным решением – использование различных средств ИКТ, предусматривающих вышеперечисленные требования. Один и тот же текст, адекватно понимаемый студентом в тихой аудитории, оказывается невероятно сложным для его восприятия при наличии отвлекающих внимание шумов. Отсекать посторонние звуковые сигналы от воспринимаемой на слух речи помогает механизм селекционирования. Не случайно в современ-

ные ЭСУН по развитию умений аудирования целенаправленно включаются видеосюжеты, в ходе которых герои общаются в обстановке реальной коммуникации при различного рода шумовых помехах (движущийся транспорт, доносящаяся речь окружающих людей и др.). Искусственность традиционного аудиопрослушивания очевидна по сравнению с возможностями видеоснащения при обучении аудированию.

Практически все современные ЭСУН по иностранному языку так или иначе работают со звуком. Как минимум, они позволяют прослушать текст или его отдельные фрагменты, а наиболее продвинутые позволяют поработать с микрофоном. Услышать себя со стороны, сравнить свое произношение с произношением диктора – это ценная возможность, одно из преимуществ ЭСУН перед учебником традиционным. В некоторых ЭСУН пользователь должен дать устный ответ на поставленный вопрос, произнеся в микрофон слово или фразу. Программа тут же сообщает, правильно или нет. Но для настоящего времени этот вопрос полностью не решен, т. к. настоящее компьютерное распознавание речи – сложнейшая задача, требующая таких ресурсов и программных решений, которых у пользователя домашнего компьютера, скорее всего, нет. В ЭСУН вместо полного распознавания речи реализуется упрощенная версия, которая позволяет программе понять в общих чертах, то или не то слово произнес обучаемый. На сегодняшний день существуют программы, в которых действительно анализируется интонация и произношение обучаемого. Результат отображается в виде графиков. Обучаемый сравнивает насколько его график похож на график, соответствующий произношению диктора.

В связи с вышесказанным, необходимо отметить одну из причин малой эффективности некоторых существующих ЭСУН: отсутствие в них возможностей для отработки слухомоторных навыков. Именно они лежат в основе формирования умений в любом виде иноязычной речевой деятельности.

Говорение

Говорение представляет собой форму устного общения, с помощью которой происходит обмен информацией, осуществляемой средствами языка, устанавливаются контакт и взаимопонимание, оказывается воздействие на собеседника в соответствии с коммуникативным намерением говорящего. Основной целью обучения говорению является развитие у студентов способности осуществлять устное речевое общение в разнообразных социально-детерминированных ситуациях. Одной из основных задач современного обучения говорению является формирование вторичной языковой личности, способной успешно осуществлять социальное взаимодействие с носителями иной культуры.

Говорение, как и аудирование, характеризуется наличием сложной мыслительной деятельности с опорой на речевой слух, память, прогнозирование и внимание. Оно может обладать различной сложностью, начиная от выражения аффектного состояния с помощью простого восклицания, называния предмета, ответа на вопрос и заканчивая самостоятельным развернутым высказыванием. Этот переход от слова и фразы к целому высказыванию связан с разной степенью участия мышления и памяти.

Речевое намерение возникает под влиянием окружающих предметов и явлений, представлений и чувственных переживаний. Они создают техническую основу преречевой фазы и способствуют формированию суждения. В модели А.А. Леонтьева речевое намерение возникает на основе мотива и других факторов, опосредуется речевым субъективным (предметным) кодом и формируется как замысел (или программа) речевого высказывания. Процесс движения от мысли к слову связан с ориентировкой в ситуации и речевым планированием, т.е. с прогнозированием предстоящего текста.

Можно согласиться с теми авторами, которые по-

лагают, что трудности обучения говорению сводятся к тому, что студенты часто не знают, о чем говорить, что говорить и как говорить. Первая и вторая трудности решаются, если к учебному процессу привлекаются визуальные (текст, картина, серии рисунков, таблицы), аудиовизуальные средства ИКТ (звуковое кино, видео, компьютер) и комплексное использование этих средств в самых разнообразных сочетаниях. Картины и рисунки способствуют удержанию в памяти логической последовательности излагаемых фактов и уточнению ситуации общения.

Учебный процесс не может провести студентов через все возможные, реально существующие ситуации общения, поэтому умения говорения должны формироваться в условиях учебных коммуникативных ситуаций, моделирующих и имитирующих реальное речевое общение. Звуковое кино и видео – особый вид наглядности, используемый в средствах ИКТ. Они обеспечивают такие стимулы, которые не могут создать преподаватель или учебник, т.е. показ на экране жизненных ситуаций, позволяющих действующим лицам совершать речевые поступки в социальном и культурном контексте, в определенном пространстве и во времени, что соответствует реальному устному общению. С их помощью реализуется, кроме того, динамическая модель коммуникации (жесты, мимика, паузы, интонации и др.). Использование средств ИКТ представляет существенные удобства и для преподавателя, поскольку при традиционной форме он не имеет возможности принести в аудиторию все нужные ему предметы, а их наглядное изображение требует больших затрат времени, к тому же, при работе с компьютером к зрительному каналу восприятия добавляется моторный, т.к. специфика компьютерных упражнений заключается в том, что они связаны с перемещением, движением учебного материала.

При организации учебного процесса следует стремиться к тому, чтобы упражнения и ситуации содержали как можно больше проблемных вопросов, позволяющих студентам высказывать противоположные точки зрения, спорить и убеждать. В современной методике на смену фронтальной работе на уроке активно приходят интерактивные формы обучения. В процессе выполнения интерактивных заданий студенты проявляют творчество и самостоятельность, а не являются пассивными исполнителями речевых действий. Все это в целом является мощным стимулом личностного развития студента, его умения взаимодействовать с другими.

Основываясь на опыте преподавания, нетрудно заметить, что основная трудность для студентов заключается в определении объекта высказывания и последовательности изложения. Одним из классических примеров собственно компьютерных заданий является реконструкция последовательности текста с последующим его проговариванием. Другим заданием может быть – восстановление текста, вводя нужные слова, фразы, предложения с помощью микрофона, как это возможно при выполнении упражнений в ЭСУН «Reward Intern@tive». Для построения монологов-описаний, монологов-рассказов, монологов-повествований, монологов-убеждений и монологов-рассуждений на помощь студентам приходят ЭСУН подготовки презентаций, которые становятся необходимым компонентом включения в учебный процесс для отработки и совершенствования навыков говорения: с помощью вербальных опор (ключевые слова, план, тезисы, заголовки и т.д.); с опорой на источники информации (картина, кинофильм, телепередача и т.д.); с опорой на изученную тему. Подготовка презентаций требует от студентов не только умения соотносить текст и иллюстративный материал, но и концентрированно излагать необходимую информацию, соотносить текст слайдов с текстом устного выступления. Возможность включения в компьютерную презентацию записи собственной речи, звуковых файлов также позволяет реализовать целый ряд задач обучения говорению: от коррекции произно-

шения и интонации до работы над выразительностью речи и развитием навыков публичного выступления. Кроме того, создание презентаций в рамках аудиторных занятий позволяет в полной мере реализовать принципы сотрудничества и междисциплинарной интеграции.

Для развития навыков и умений говорения различные ЭСУН используют многообразные речевые упражнения. Для обучения подготовленной диалогической речи при использовании ЭСУН и других средств ИКТ они могут быть следующими: ответы на вопросы (краткие, полные, развернутые); постановка узловых вопросов к тексту; диалогизация прослушанного или прочитанного монологического текста; составление диалога на изучаемую тему и заданную ситуацию; драматизация монологического текста; дополнение или видоизменение диалога; составление направленного (или самостоятельного) диалога по содержанию рассказа (видеофильма и т.д.); объединение диалогических единств, данных в произвольной последовательности, в диалог; положительный или отрицательный ответ на вопрос и пояснение его; завершение диалога с ориентацией на подсказку (кто, с кем говорит, где, когда и о чем) и др.

Для обучения подготовленной монологической речи с помощью средств ИКТ могут использоваться такие речевые упражнения: воспроизведение связанных высказываний с некоторой модификацией (изменением конца или начала, введением нового действующего лица, видоизменением композиции изложения и т.д.); составление ситуации или рассказа (по ключевым словам, по плану; на заданную тему, изложенную кратко на родном языке, и т.д.); описание картины или серии картин (карикатур, немного фильма и др.), связанных с изучаемой темой; воспроизведение ситуаций, в которых использованы названные обороты и речевые формулы; объяснение на иностранном языке заголовка (реалий).

Чтобы сделать процесс обучения говорению при помощи средств ИКТ творческим и увлекательным, вызывающим желание говорить, в процесс обучения включаются игровые и моделирующие ЭСУН, главной целью которых ставится не решение поставленных в программе задач, а стимулирование и развитие навыков говорения. Большое значение для успешного проведения игры имеет то, насколько удачно преподаватель подготовит студентов. Игра в условиях неязыкового вуза – это эффективный прием обучения иностранным языкам, главная цель которого состоит в формировании комплекса знаний и умений для выработки стратегии и тактики профессионального общения. Характерными признаками ролевой игры являются: имитационное моделирование, позволяющее воссоздать реальную обстановку, в которой студенты предстают как носители конкретных социальных и профессиональных ролей; наличие ситуаций и типов делового взаимодействия, которое содержится обычно в сценарии игры и в ролевых заданиях, позволяющих совмещать обучение иностранным языкам с профессиональной деятельностью; реализация целей игры в цепочке взаимосвязанных решений; проблемный характер ситуаций и их повторяемость; многоальтернативность решений.

Главное преимущество любой деловой игры с использованием средств ИКТ заключается в том, что материал усваивается в профессионально значимом контексте, при этом язык выступает как инструмент профессионального общения, но служит решению мыслительной задачи. В моделирующих программах, в отличие от игровых, требуется принятие решений в более реалистичных ситуациях, а результат не является однозначно верным или неверным. Такие программы могут отличаться степенью глубины знания предмета, требуемой от студентов. Например, ЭСУН «МЭКОМ» – Моделирование экономики и менеджмента – моделирует рынок олигополии. Очевидно, что для студентов, обладающих необходимыми знаниями курса экономической теории, такая моделирующая программа дает

большие возможности для развития коммуникативных навыков. Решения, принимаемые микрогруппами на каждом этапе игры, требуют последовательного обсуждения, обоснования, постоянной коррекции, активного использования экономической лексики.

Критерии оценки речи студентов при использовании средств ИКТ для обучения и развития навыков и умений говорения те же, что и в традиционном обучении: количество реплик, диалогических единств, количество допущенных ошибок за определенный промежуток времени. При этом учитывается также правильный выбор языковых средств в соответствии с ситуацией и исполняемой ролью.

Следует отметить одну особенность дисциплины «иностранный язык»: обучать речевой деятельности можно лишь в коммуникации, живом общении. Для этого нужен партнер. ЭСУН может обеспечить лишь квазиобщение. В таких программах должны быть заложены сценарии различных жизненных ситуаций: покупка автомобиля (автозапчастей), общение с автослесарем на СТО, оформление документов в процессе рассматривания ДТП, деловые переговоры и т.п. Студент должен стать реальным покупателем товара, бизнесменом, участником ДТП и т.п. При этом роли участников таких ситуаций в программе должны меняться. Если для методистов создать сценарии таких реальных ситуаций не представляет особых трудностей, то программисты пока не могут их реализовать в виде ЭСУН. Сегодня, к сожалению, компьютеры, как было сказано выше, слабо понимают устную речь и также слабо синтезируют такую речь. Исключение здесь могут составить компьютерные телекоммуникации, когда студент вступает в живой диалог с реальным партнером – носителем языка.

Учитывая отмеченный недостаток ЭСУН по английскому языку, высокоэффективное ЭСУН необходимо построить так, чтобы студент забыл, что перед ним компьютер. Должно быть такое чувство, как будто он занимается с преподавателем один на один. И здесь необходимо сочетание с методическим принципом наглядности – автор ЭСУН на все возможные ошибки студента должен предусмотреть лингвистически и методически обоснованные подсказки, помогающие студенту выйти на правильный ответ, правильное написание или произношение. Здесь не должно быть как в большинстве существующих ЭСУН только реакций: «Правильно!», «Неправильно!».

Чтение

Чтение как процесс восприятия и активной переработки информации, графически закодированной по системе того или иного языка, представляет собой сложную аналитико-синтетическую деятельность, складывающуюся из восприятия и понимания текста. Зрелое чтение отличается также сформированностью умений читать незнакомый аутентичный текст без посторонней помощи, в нужном темпе, с правильным пониманием и для многих целей.

Главная роль при обучении чтению принадлежит тексту. Под текстом понимается организованная совокупность предложений с единой коммуникативной задачей. Основными признаками текста являются: смысловое и коммуникативное единство, структурная целостность. Чем ближе форма предлагаемого для чтения текста к реально существующей в естественной языковой среде, тем эффективнее будет протекать процесс чтения. В ЭСУН тексты можно предъявлять таким образом, что у студента создается впечатление чтения настоящего текста. Аутентичность оформления настраивает на определенный стиль изложения информации, способ ее извлечения и т.п. Убедительность тексту придадут фотографии или картинки событий, персонажей, места действия, историческая или географическая карта, схема. Использование возможностей мультимедиа позволяет создавать необходимый звуковой фон: разговоры, музыка, шум транспорта, что способствует лучшему пони-

манию событий, формирует навык восприятия текста на фоне разнообразных помех, естественных для реальной жизни. Кроме того, это может послужить дополнительным материалом для заданий. Текст воспринимается студентом естественно, если он представляет собой реально существующий тип текста (реклама, письмо, газетная статья, объявление и т.д.). Компьютерная форма такого представления текста призвана повысить мотивацию студентов к чтению и создать условия для лучшего понимания ими коммуникативной задачи текста.

Значительным преимуществом является и то, что компьютер расширяет возможность предъявления учебной информации. При обучении иноязычному чтению большое значение имеет принцип наглядности. Чем больше анализаторов участвует в процессе восприятия, тем больше образуется в коре головного мозга временных нервных связей, тем больше создается условий для более прочного запечатления этого образа в памяти. Известно, что компьютер, обладая значительным объемом памяти, позволяет воспринимать, хранить и оперативно использовать большие массивы учебной информации. Кроме того, наполнение ЭСУН, в отличие от учебника, структура которого заключена в строгие рамки, можно изменить: устаревшие тексты заменить на новые, упражнения – дополнить и разнообразить. Тексты при этом можно представить по заранее определенным критериям (ключевые слова, грамматические структуры, смысловые вехи), разложить, разделить, объединить. Наиболее целесообразно использовать аутентичные по содержанию тексты.

Использование средств ИКТ позволяет привнести некоторую свободу в процесс чтения, связанную с гипертекстом. Гипертекст – это текст с выделенными местами-ссылками, которые выделены особым образом (чаще всего цветом) и определяют соответствующие действия, показ изображения, открытие другого текста, имеющему отношение к первому, звучание музыкального фрагмента и т.д. Гипертекст дает возможность разделить материал на большое число фрагментов, соединив их гиперссылками в логические цепочки. Возможности гипертекста расширяют содержание текста за счет дополнительной информации, углубления смысла, ассоциативных связей, создавая своеобразный контекст. При работе над гипертекстом каждый студент получает возможность пройти свой путь познания, в зависимости от уровня своей подготовки, скорости усвоения материала и т.д. Использование гипертекстовой технологии при построении ЭСУН по чтению позволит студенту выбрать стратегию чтения текста, создать новый текст на основе фрагментов, превращая его в соавтора и собеседника.

Целью обучения чтению в вузе являются три вида чтения: ознакомительное, поисковое и изучающее (согласно классификации видов чтения С. К. Фоломкиной).

На профильно-ориентированном этапе должны привлекаться тексты по будущей специальности. К общепринятым упражнениям по разным видам чтения следует добавить задания на подготовку устных рефератов, обзоров; составление характеристики действующих лиц; сравнение социокультурной информации текста с культурой своей страны. Можно использовать упражнения типа: по профилю специальности выбрать необходимую информацию и интерпретировать ее; назвать устно или письменно идею, проблему, изложенную в тексте, сделать выводы; сгруппировать и систематизировать информацию из двух-трех текстов в соответствии с поставленной задачей и др.

К преимуществам средств ИКТ при работе над текстом следует отнести возможность выполнять такие виды упражнений, как реконструкция текста, чтение на скорость, «клоуз-процедура» (восстановление смысловой целостности текста), перекрестный выбор, альтернативный выбор, множественный выбор и др. реализация которых будет максимально эффективной. Средства ИКТ способны не только предъявлять учебный матери-

ал и фиксировать ответы студентов, но и определенным образом обрабатывать и анализировать их, обеспечивая обратную связь. Проведенные исследования показывают, что само сообщение о правильном или неправильном выполнении действия повышают почти вдвое эффективность работы студента. Высокое быстродействие компьютера позволяет ему выдавать сообщения с задержкой не более 1-3 секунд, т.е. компьютер в какой-то степени может имитировать общение на естественном языке. Компьютер позволяет обеспечивать всесторонний (текущий, итоговый) контроль чтения, освобождая преподавателя от трудоемкой и рутинной работы и давая возможность больше уделять времени творческим аспектам работы со студентами. Экономия времени преподавателя, затрачиваемого на контроль, при компьютерном обучении составляет до 60%. Компьютер также способствует повышению объективности контроля чтения, т.к. для него все студенты равны, ответы каждого он оценивает по четким одинаковым критериям, избегая присущего отдельным преподавателям субъективизма.

Необходимо отметить возможность компьютера оказывать справочно-информационную поддержку в понимании текста путем предоставления языковой и экстралингвистической информации: использование электронных словарей, электронных энциклопедий. При работе с печатным словарем чтение часто превращается в кропотливую, чрезвычайно медленную расшифровку каждой строчки.

Внедрение компьютерных словарей в учебный процесс по английскому языку означает, что они должны использоваться прежде всего для подготовки понимания текста при его чтении и переводе, подготовки докладов, рефератов и других видов устных и письменных работ на изучаемом языке; выполнения лексических заданий разной степени сложности: поиск информации о значении слова, стилистических характеристиках, частотности употребления, сочетаемости, этимологии, синонимах, слова одной тематической группы и т.п.; озвученные ключевые слова и тексты словарных и энциклопедических статей могут использоваться в качестве дополнительного материала по аудированию; справочные блоки по орфографии, грамматике, пунктуации, стилю могут использоваться при изучении соответствующих тем и т.д. Компьютерные лингвострановедческие словари и энциклопедии могут стать бесценным источником страноведческой информации, а также разнообразной информации по различным областям знания.

К сожалению в учебном процессе неязыковых вузов компьютерные словари применяются недостаточно, представленные на рынке компьютерные словари, в большинстве своем, являются словарями общей лексики, толковыми словарями, тогда как для неязыковых специальностей необходимы узко специализированные словари: архитектурно-строительные, физики металлов, деталей машин, сварочного производства, педагогические и т.п. Одним из немногих примеров может служить система электронных словарей АВВУ Lingvo, которая включает большое количество переводных словарей общелитературной лексики, а также более 30 словарей по различным областям знаний: экономический, медицинский, юридический, политехнический.

Использование электронных словарей влияет на эффективность, интенсификацию, индивидуализацию процесса обучения и качество самостоятельной работы студентов.

В последнее время активно обсуждаются возможности и перспективы технологий машинного перевода (МП). В дискуссиях принимают участие как профессиональные переводчики, так и производители систем МП. С помощью подобных программ (PROMT, «Сократ Персональный», «Переводчик технологий», др.) можно существенно повысить эффективность труда переводчика. В учебном процессе мало уделяется времени теории и практике перевода с помощью систем МП, поэтому

необходимо учить студентов правильно корректировать подстрочный перевод, адаптировать тексты к переводу документов различной тематики, применяя системы МП, т.к. качество получаемого перевода в значительной степени зависит от их настройки. Подобная настройка гарантирует качество, при котором применение МП становится эффективным для решения задач чтения и перевода. Кроме того, студенты должны создавать собственные пользовательские словари, включающие терминологию, характерную для данной документации, а также часто встречающиеся обороты, фразы, выражения, перевод которых не может быть формальным. К сожалению, такие практические занятия почти полностью отсутствуют в учебном процессе, несмотря на их возрастающую необходимость. Среди студентов неязыковых вузов отмечается рост интереса к МП, что связано с появлением и бурным развитием Интернет.

Письмо

Термин письмо понимается в широком смысле слова. Это и одна из форм письменного общения, и техника письма, включающая графику, каллиграфию, орфографию и пунктуацию. Пишущий сначала представляет себе или воспринимает (при записи со слуха) те звуковые комплексы, которые подлежат фиксации. Затем он соотносит их с соответствующими графемами. При порождении письменного высказывания с опорой на печатный текст работа начинается с восприятия графем, после чего происходит ассоциация их с соответствующими фонемами. Письменная речевая деятельность есть целенаправленное и творческое совершение мысли в письменном слове, а письменная речь (ПР) – способ формирования мысли в письменных языковых знаках (Л.С. Выготский, И.А. Зимняя и др.). Следует отметить, что продуктивной стороне письма пока еще мало обучают на уроках иностранного языка. Письменные умения нередко значительно отстают от уровня обученности другим видам речевой деятельности.

Целью обучения письменной речи является формирование у студентов письменной коммуникативной компетенции, которая включает владение письменными знаками, содержанием и формой письменного произведения речи.

Задачи, решаемые при обучении ПР, включают формирование необходимых графических автоматизмов, речемыслительных навыков и умений формулировать мысль в соответствии с письменным стилем, расширение знаний и кругозора, овладение культурой и интеллектуальной готовностью создавать содержание письменного произведения речи, формирование аутентичных представлений о предметном содержании, речевом стиле и графической форме письменного текста.

Современные методисты вплоть до середины 1990-х годов рассматривали иноязычную письменную речь либо как «вспомогательное средство для выполнения учебных заданий», либо как вспомогательный прием при обучении другим видам речевой деятельности: соответственно принципу «коммуникативности доминирующая роль отводится навыкам и умениям устной речи как основной цели обучения, во главе всех упражнений ставятся упражнения в говорении и слушании, а письмо и письменно выполняемые задания выступают как методический прием, поддерживающий навыки устной речи («письменное подкрепление»), помогающий успешности обучения говорению».

В «Типовой программе по для неязыковых специальностей высших учебных заведений» 1990 года письмо упоминается лишь как факультативное умение, которым студент волен овладеть в зависимости от своей «будущей профессиональной деятельности... и для удовлетворения своих индивидуальных запросов».

Однако сегодня ситуация радикально изменилась и умения ПР стали широко востребованными. При сохраняющейся важности и ценности устного общения сегодня практически 80% информационного обмена

в сфере науки, техники и технологий как внутри организаций, так и между ними осуществляется посредством телекоммуникаций, а именно в письменном виде. Профессиональное письменное иноязычное общение с помощью электронных средств связи стало неотъемлемой частью деятельности любого научного учреждения или промышленного предприятия. Невладение новыми умениями продуктивной ПР приводит к неуверенности специалистов в себе, к сбоям в работе и т.п. Таким образом, стремительное увеличение объемов и темпов обмена информацией, ускоренное развитие компьютерной связи – главного инструмента профессиональных контактов – вывели в середине 1990-х годов письменную коммуникацию на первый план. Принципиальными для эффективного использования средств ИКТ в обучении иностранному языку являются навыки набора текста, т.к. большое число заданий при работе с ЭСУН требует ввода текста с клавиатуры. Это позволит не только быстрее выполнять задания, но и совершенствовать навыки орфографии и пунктуации, редактирования текста. В упражнениях различных ЭСУН студенту предлагается ввести через клавиатуру прозвучавшее слово, словосочетание или предложение. При помощи компьютера у студента появляется возможность лучше подготовиться к письменным заданиям: компьютер – лучший черновик. Залогом успешного приобретения навыков компьютерного набора являются десятипальцевый метод печати и реальная раскладка клавиатуры, которая используется в странах изучаемых языков. Для обучения компьютерному набору текста используются специальные программы-тренажеры. Необходимо не просто тренировать навык быстрого нахождения изолированных букв на клавиатуре, а включать в упражнения типичные сочетания букв изучаемого языка, как можно скорее переходить от печати отдельных слов к набору словосочетаний и предложений.

Основные лингвометодические возможности средств ИКТ в обучении при формировании умений письменной речи могут быть следующими: обучение каллиграфии с помощью оптического пера; выработка продуктивных лексических и грамматических навыков письменной речи; формирование орфографических навыков с применением тренировочных ЭСУН, спеллеров и систем коррекции орфографии; контроль уровня сформированности орфографических навыков с помощью систем обнаружения орфографических ошибок и ЭСУН типа «электронный диктант»; овладение умениями репродуктивной и реконструктивной письменной речи на основе использования шаблонов документов, содержащихся в программах типа «редактор текста», и систем автоматической переработки текста (аннотирования, реферирования и т.д.); обучение творческой письменной речи с использованием программ автоматического порождения текстов; техническая поддержка процесса создания текста (набор, коррекция, вывод на печать, тиражирование и др.); справочно-информационная помощь в процессе написания текста.

Современное профессиональное коммуникативное пространство поликультурно и письменное общение на иностранном языке с представителями разных этнокультур имеет свою специфику, знакомство с которой необходимо будущему специалисту. Действующие программные требования уже учитывают существование и признание электронного стиля изложения и специфических умений ПР, таких, как ведение переписки по электронной почте, а также работу по созданию и поддержанию сайта в международной информационной сети Интернет. В «Примерной программе дисциплины «Иностранный язык» федерального компонента цикла ОГСЭ в ГОС ВПО второго поколения, опубликованной в 2000 году, речь не шла об умениях работы на компьютере, однако, примерная программа «Иностранный язык для неязыковых вузов и факультетов» 2009 г. ФГОС ВПО третьего поколения предусматривает очень ши-

рокий и разнообразный диапазон умений письма: тезисное изложение, конспектирование, аннотирование; двустороннее преобразование вербальной информации в невербальную; составление договоров, фирменной документации и рекламных материалов; рецензирование; написание эссе по различной тематике, статей и текстов докладов; переписка по электронной почте; двусторонний письменный перевод. Используя ЭСУН по деловой переписке, например «Business Letter Writer», которое представляет собой значительное число примеров деловой документации: письма, факсы, отчеты, студенты успешно овладевают навыками и умениями письменной речи. Работая с данной ЭСУН, можно ознакомиться с образцами, сделав выборку по определенным параметрам, создать собственные варианты текстов.

Компьютер стал предметом повседневного обихода, и этот факт нашел признание в целом ряде федеральных программ, таких, например, как Федеральная целевая программа «Развитие единой образовательной информационной среды (2001-2005 годы)», Федеральная целевая программа «Электронная Россия (2002-2010 годы)», «Информационное общество (2011-2020 годы)».

Таким образом, в процессе обучения иноязычной письменной речи компьютер обладает эргономическими и логическими средствами, облегчающими переход от спонтанной устной речи к созданию письменных текстов; стимулирует студентов к совершенствованию своей речи; изменяет отношение к процессу письма, повышая ответственность пишущего; облегчает процесс создания письменного текста, «социализирует» письмо путем тиражирования создаваемых текстов в локальных сетях и в Интернет.

Таким образом, в настоящее время существует большое количество ЭСУН для обучения разным видам речевой деятельности и аспектам языка, предназначенных для студентов с различным уровнем подготовки. Для интеграции средств ИКТ в учебный процесс преподаватель должен профессионально отобрать ЭСУН, хорошо представляя себе языковой материал, структуру и использующиеся типы заданий. При подготовке урока с использованием средств ИКТ необходимо, чтобы преподаватель тщательно продумал логику переходов от этапа к этапу, т.к. на сегодняшний день не существует одна программа, которая подойдет на все случаи. Поэтому так же, как при серьезной работе над иностранным языком студенту приходится обращаться в разное время, а иногда и одновременно к различным учебникам, так и вполне может оказаться, что пользу принесут несколько обучающих программ. Анализ специальной литературы позволяет выделить для изучения и преподавания иностранного языка такие виды программно-методического обеспечения, как ЭСУН, компьютерные словари и переводчики, энциклопедии, справочные системы, прикладные программы, инструментальные программы и конкордансы, игровые и моделирующие программы, возможности Интернета. Анализ исследований, личные результаты аналитической и практической работы позволяют представить типологию программно-методического обеспечения в зависимости от образовательного назначения: обучающие, тренировочно-контролирующие, справочно-информационные, учебно-игровые и моделирующие. Их выбор преподавателем зависит от многих показателей: курса, спецкурса, специальности, общего времени обучения, тематической направленности, количества учебных часов в неделю и т. п.

Таким образом, использование средств ИКТ в процессе формирования и совершенствования умений и навыков речевой иноязычной деятельности позволяет сделать вывод о том, что они предоставляют следующие возможности: индивидуализация обучения; оперирование большими объемами информации; комплексное мультисенсорное воздействие на различные каналы восприятия путем использования текста, графики, звука, мультимедиа, видео; неограниченное количество

обращений к заданиям; предоставление обратной связи; адаптивность, нелинейность предоставления информации, индивидуальность дизайна; автоматизированный контроль и др.

Положительные примеры использования ЭСУН, компьютерных словарей, систем машинного перевода, Интернета для обучения студентов английскому языку позволяют сделать вывод о перспективе дальнейшего развития данного направления в процессе формирования и совершенствования умений и навыков речевой иноязычной деятельности.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Бовтенко М.А. Компьютерная лингводидактика: Учебное пособие / М. А. Бовтенко. – М.: Флинта: Наука, 2005. – 216 с.: ил.
2. Гальскова Н.Д., Гез Н.И. Теория обучения иностранным языкам: Лингводидактика и методика: Учеб. пособие для студентов лингв. ун-тов и фак. ин. яз. высш. пед. учеб. заведений. – М.: «Академия», 2004. – 336 с.
3. Захарова И.Г. Информационные технологии в образовании: Учеб. пособие для студ. высш. пед. учеб. заведений. – М.: Издательский центр «Академия», 2003. – 192 с.
4. Зубова И.И. Информационные технологии в лингвистике. – Минск: МГЛУ, 2001.
5. Иловайская Ю.В. Использование компьютерных программ в обучении иностранным языкам // Вестник МГУ. Сер. 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2004. № 3.
6. Карамышева Т.В. Изучение иностранных языков с помощью компьютера. – СПб.: «Союз», 2001. – 192 с.
7. Клобукова Л.П., Михалкина И.В. Проблемы обучения аудированию в зеркале реальной коммуникации // Мир русского слова. – 2001. – № 3.
8. Пассов Е.И. Коммуникативный метод обучения иноязычному говорению: Пособие для учителей иностр. яз. – М.: Просвещение, 1985. – 208 с.
9. Поваляев Е. Системы машинного перевода текстов и словари. Обзор продуктов // КомпьютерПресс, 2001, № 9.
10. Примерная программа дисциплины «Иностранный язык» федерального компонента цикла

ОГСЭ в ГОС ВПО второго поколения. – М., 2000.

11. Примерная программа по дисциплине «Иностранный язык» для неязыковых вузов и факультетов блока гуманитарно-социально-экономических дисциплин (федеральный компонент ГОС ВПО). – М., 2009.
12. Роберт И.В. Информационное взаимодействие в информационно-коммуникационной предметной среде // Ученые записки ИИО РАО. М.: ИИО РАО, 2001. – 324 с.
13. Роберт И.В. Современные информационные технологии в образовании: дидактические проблемы, перспективы использования. М.: Школа-Пресс. 1994, – 205 с.
14. Смирнова Е.В. Эффективность и качество компьютерных средств обучения английскому языку // Тезисы докладов региональной научно-практической конференции «Информационные технологии в высшем профессиональном образовании». – Тольятти, 2005. – С. 124-128.
15. Типовая программа по иностранному языку для неязыковых специальностей высших учебных заведений. – М., 1990.
16. Типовая программа по иностранным языкам для вузов неязыковых специальностей. – М., МГЛУ, 1994.
17. Цатурова И.А. Компьютерные технологии в обучении иностранным языкам. Учебно-методическое пособие / И. А. Цатурова, А. А. Петухова. – М.: Высш. шк., 2004. – 95 с.
18. Коновалова Е.Ю. Проблемы корреляции первичных и вторичных учебных текстов // Вектор науки ТГУ. Серия: Педагогика, психология. 2011. № 2. С. 108-111.
19. Смирнова, Е.В. Теоретические и методические подходы к преподаванию иностранного языка с использованием средств информационных и коммуникационных технологий: монография / Е.В. Смирнова – Тольятти: ТГУ, 2009.
20. Коновалова Е.Ю. Учебные цели как критерии типологии вторичных текстов // Вектор науки ТГУ. Серия: Педагогика, психология. 2011. № 3. С. 146-149.
21. Смирнова, Е.В. Электронные средства учебного назначения для формирования навыков и умений иноязычной деятельности // Самарский научный вестник. 2013. № 1 (2).

LINGVOMETODICHESKY ASPECTS OF SPEECH SKILLS AND IMPROVEMENT OF FOREIGN ACTIVITIES IN HIGH SCHOOL WHEN YOU USE ICT

© 2013

E.V. Smirnova, candidate of pedagogical sciences, associate professor of the chair «Theory and Technique of Teaching of Foreign Languages and Cultures»
Tolyatti State University, Tolyatti (Russia)

Annotation: In spite of the fact that training to abilities of foreign language speech has received the overall interpretation in language teaching methodology, till now there are some questions left, prompting to the further increase of its efficiency. Now the decision of this problem is getting special sense in connection with the introduction of ICT means in educational process. Learning of a foreign language by using ICT means provides to increase a level of an educational autonomy, ability to self-education; development of cognitive and research abilities; development of information culture; expansion of an outlook and increase of the general culture of students; training of tolerance and respect for cultural wealth of different countries and people. In the article the question of efficiency of use of ICT means in the course of formation and perfection of abilities of foreign language speech is considered.

Keywords: information and communication technologies (ICT), foreign language, reading, speaking, listening, writing, self-education, cross-cultural communication, paralinguistic tools, speech exercises, machine translation, electronic means of educational purpose, individualization of training, electronic dictionary; online dictionary, competence.

УПРАВЛЕНИЕ ЗАПАСАМИ В СИСТЕМЕ ПОСТАВОК МАШИНОСТРОИТЕЛЬНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

© 2013

Ю.К. Свиридова, магистрант
А.Л. Перин, магистрант

О.Н. Ярыгин, кандидат педагогических наук, доцент, доцент кафедры «Менеджмент организации»
Тольяттинский государственный университет, Тольятти (Россия).

Аннотация: В работе рассматривается обобщенная интегрированная модель управления запасами предприятия и цепью поставок. Показаны причины возникновения издержек обладания запасами и способы их преодоления, в частности с помощью имитационного моделирования.

Ключевые слова: управление запасами, моделирование уровней запасов, цепи поставок.

Оптимальное управление запасами является одним из важнейших условий успешной работы предприятия, обеспечивающим значительное снижение производственных издержек. Управление запасами отвечает на непростые вопросы: «Что, когда и в каком количестве должно быть заказано и закуплено, чтобы обеспечить бесперебойное производство, и при этом не хранить излишних материалов и комплектующих?» Как обычно ответы на простые вопросы - оказываются достаточно сложными. Вообще, управление запасами предприятия и их оптимизация - очень интересная тема, многие специалисты говорят о наиболее эффективном управлении запасами в логистике, где оно рассматривается с точки зрения минимизации совокупных издержек. То есть оптимизация товарных запасов рассматривается в первую очередь, как снижение затрат на их создание и обслуживание. Управление товарно-материальными запасами имеет финансовый и маркетинговый аспекты. Эффективность управления запасами не может оцениваться только издержками на их создание и обслуживание, а стратегия управления запасами не может строиться только на снижении этих издержек, и оптимальное управление запасами подразумевает такую политику управления запасами, которая гармонизирует все аспекты, связанные с этой задачей, а не только оптимизацию запасов на складе [1].

Исследования управления цепями поставок расширили рамки классической мульти-эшелонной теории запасов за счет включения более реалистичных свойств, таких как конкуренция, децентрализованная собственность, информационная асимметрия. В результате, появляются новые рекомендации, как повысить эффективность цепи поставок путем координации, обмена информацией и эффективной конкуренции. Однако, большинство из этих исследований наследует давние традиции, предполагая, что лица, принимающие решения вполне рациональны, то есть действуют оптимально при управлении ресурсами. Но цепи поставок являются невероятно сложными объектами с многочисленными динамическими элементами и разнообразными видами взаимодействий. Менеджеры, преодолевая сложность цепей поставок, вынуждены ограничивать пространство задачи, сознательно или бессознательно, выбрав ограниченный набор входных факторов для обоснования принимаемого решения, и использовать упрощенные эвристики. Таким образом, хотя менеджеры, как правило, стремятся к оптимизации, они не всегда и необязательно достигают наилучших решений, из-за их ограниченной информации и способности к принятию решений.

Авторы многих работ изучают систематические отклонения решений по управлению запасами от возможных лучших решений, и то, как эти отклонения влияют на состояние системы. Важнейшими отклонениями такого рода являются: (1) чрезмерная реакция на измене-

ния спроса, а так же (2) общее предубеждение, каковым является «прогнозирование спроса».

Под чрезмерной реакцией имеется в виду то, что менеджер завышает (занижает) заказы по сравнению с наилучшим возможным решением, видя изменения спроса. Предубеждение, состоящее в использовании прогнозирования спроса, проявляется либо в виде ошибки в субъективной реакции менеджеров на изменение спроса, либо в использовании простых количественных методов прогнозирования. Ошибки менеджмента являются причиной bullwhip-эффекта, который считается основным фактором и симптомом нарушения работы цепи поставок (П. Сенге [2], Дж. Форрестер [3], Дж. Стерман [4])

В работах зарубежных исследователей высказываются предположения, что стремление к оптимальному реагированию на изменения спроса, является одной из причин bullwhip-эффекта. Они моделировали этот оптимальный ответ с помощью стационарного спроса с положительной автокорреляцией и показали, что существует стратегия, обеспечивающая наилучшую реакцию менеджера. Однако, имитационное моделирование свидетельствует о том, что причина bullwhip-эффекта может быть именно в стремлении к оптимальным ответам [4].

Важным вопросом, который возникает в многозвенных цепях поставок (ЦП), состоит в обеспечении пропускной способности и оперативности цепи. Это требует координации стратегий между различными звеньями и может охватывать распространение информации, управление запасами, транспортировку и множество других управленческих решений. Из-за того, что имеется много возможных переменных решения, координация работы ЦП в целом является сложной даже в тех случаях, когда единственная фирма управляет всеми звеньями. «Когда же звенья ЦП являются различными фирмами, задача становится совершенно обескураживающей» [4].

Однако для формирования собственной, а тем более общей стратегии участников (звеньев) ЦП, требуется единая для всех участников модель, позволяющая оценивать совокупные издержки и выгоды от предпринимаемых действий. При современных возможностях Интернета организации, включенные в глобальные сети, могут практически мгновенно связываться с партнерами и выстраивать цепи поставок для создания продукции или услуг. Несмотря на это достижение (информационный обмен) в области управления ЦП, каждая отдельная организация до сих пор сталкивается со сложной задачей, состоящей в принятии оптимального решения в условиях неопределенности.

Эффективным средством исследования bullwhip-эффекта в ЦП становится имитационное моделирование. К сожалению, приходится отметить, что публикаций о завершённых исследованиях, посвящённых моделированию bullwhip-эффекта на русском языке практически нет. Все упоминаемые выше работы, за исключением

книги П. Сенге [2] и первой книги Дж. Форрестера [3], представлены в зарубежной научной и учебной литературе и периодике и на англоязычных Интернет-ресурсах. Поэтому данное направление представляет большой интерес как с точки зрения освоения достигнутых результатов, так и с целью разработки собственных моделей, ориентированных на конкретные приложения в современной российской бизнес-среде.

Различают производственные и товарные запасы. Производственные запасы формируются в промышленных предприятиях и предназначены для обеспечения бесперебойности производственного процесса. Товарные запасы находятся у предприятий-изготовителей на складах готовой продукции, а также в каналах распределения у производителей и торговых компаний. Товарные запасы необходимы для бесперебойного обеспечения потребителей разного уровня (различных звеньев цепи поставок) продукцией.

Максимальный желательный запас определяет уровень запаса, экономически целесообразный в данной системе управления запасами. Этот уровень может превышать.

В различных системах управления максимальный желательный запас используется как ориентир при расчете объема заказа. Пороговый уровень запаса (точка «перезаказа») используется для определения момента осуществления очередного заказа. Гарантийный запас (страховой или резервный) - в классификации по исполняемой функции - и предназначен для непрерывного снабжения потребителя в случае непредвиденных обстоятельств, приводящих к задержке поставок.

Целью создания запасов (материальных ресурсов, готовой продукции) на предприятии является достижение разнообразных целей, таких как:

страхование сбоев в поставках - запасы создаются на случай срыва сроков, изменения объемов поставок и недовольственного качества продукции;

защита от повышения закупочных цен - защита от повышения закупочных цен с помощью дополнительных запасов возможна при обоснованных расчетах, подтверждающих эффективность подобной операции;

экономия на транспортировке - экономия на транспортировке за счет повышения уровня запасов часто совмещается с идеей экономии на оптовых скидках. Транспортные расходы зачастую составляют значительную часть цены продажи. В то же время, перевозка большими партиями приводит не только к снижению транспортных расходов, но и к увеличению уровня запасов;

повышение эффективности производства - запасы незавершенного производства могут привести к снижению себестоимости производства в связи с ликвидацией простоев оборудования.

В таблице 1 представлены положительные аспекты обладания запасами различных типов.

Наравне с общепринятыми целями создания запасов существуют объективные факторы повышения уровня запасов. Остановимся на некоторых из них:

- низкое качество закупаемых товаров - одна из причин роста уровня запасов в компании. Легче заказать на 10% больше товаров, чем пытаться установить причину низкого качества поставляемого товара. Для многих предприятий заказывать больше, чем требуется, стало обычной практикой защиты от получения некачественных товаров.

- надежность поставок также подталкивает предприятие к созданию страховых (гарантийных) запасов для компенсации возможных сбоев в поставках.

- увеличение времени выполнения заказа, очевидно, требует создания большего запаса различных видов товарно-материальных ценностей для поддержания потребления на время поставки. Сокращение времени между подачей заказа и приемкой поступившей поставки - одна из наиболее важных целей логистики и современного бизнеса в целом.

- неточное прогнозирование спроса (потребности) – объективная особенность процесса управления запасами в условиях динамичного развивающегося рынка. Неопределенность предполагаемого спроса требует создания повышенного уровня запаса для удовлетворения возможного потребления.

- увеличение расстояний поставки - черта нового времени. Большие расстояния между поставщиками и покупателями часто приводят к повышению уровня запасов, которые компенсируют неопределенность, возникающую при длительной транспортировке.

- неэффективное производство требует содержать запасы, сверх необходимых объемов для компенсации брака или потерь на производстве. Одним из показателей неэффективности производственной системы является большой объем запасов незаконченного производства у каждого рабочего места. К увеличению запасов в производстве приводят также длительные циклы производства.

Таблица 1 - Положительные стороны различных типов запасов

ЗАПАСЫ	
Материальных ресурсов и незавершенного производства	позволяют максимально полно использовать ресурс времени работы оборудования; обеспечивают выполнение графика производства при возникновении сбоев; избежать повышения издержек производства, связанных с привлечением дополнительных рабочих и оборудования
Готовой продукции	позволяют не снижать качество обслуживания потребителей при изменении темпа производства; создавать резерв для компенсации сезонных колебаний спроса
Материальных ресурсов	позволяют создать резерв для сглаживания сезонных колебаний поставок
Незавершенного производства и готовой продукции	создавать резерв для компенсации сезонных колебаний спроса; поддерживать неожиданный рост продаж, вызванный снижением цен производителя и другими рыночными факторами

Управление различными видами запасов занимает ключевое место в логистической системе организации. Обеспечение единого и непрерывного процесса снабжения всех стадий производственного процесса необходимыми запасами в требуемом количестве и заданного качества – важнейшая гарантия эффективного функционирования предприятия.

Объем запасов, их размещение, динамичная зависимость от потребностей последовательных стадий производства в большой степени определяют эффективность материальных потоков внутри организации и во внешней среде.

Именно запасы сырья, материалов, комплектующих и готовой продукции непосредственно увязывают организацию с ее поставщиками и потребителями, формируя цепи поставок в логистических сетях и экономике в целом.

В нашем исследовании рассматривается обобщенная

модель управления ЦП. Под логистическими задачами понимается широкий спектр проблем, связанных со складским, транспортным, производственным перемещением ресурсов и затратами на эти действия. Основной акцент делается на задаче управления цепью поставок (ЦП).

Цель интегрированного управления ЦП, описанная выше, лаконично задается формулой «6 ⊕ 1». Данная формула предписывает поставить требуемый вид продукции (1), заданного качества (2), в нужном количестве (3), в назначенный момент времени (4), в указанное место (5) по установленной цене (6) с минимальными затратами (7). Критериями оптимальности при решении задач управления ЦП служат затраты на определение и оформление заказов, транспортировку, хранение, а также временные затраты.

Системная модель цепи поставок (ЦП) состоит из последовательно связанных между собой подсистем, каждая из которых моделирует отдельного участника цепи поставок (потребитель, поставщик 1-го уровня, поставщик 2-го уровня и т. д. до производителя).

Между соседними подсистемами возникают информационный и материальный потоки.



Рисунок 1 – Структурная модель ЦП

Материальный поток – находящиеся в состоянии движения материальные ресурсы, незавершенное производство, готовая продукция, к которым применяются логистические операции и функции. [1]

Параметры материального потока:

- номенклатура, ассортимент и количество продукции;
- габаритные характеристики и весовые характеристики;
- физико-химические свойства материалов
- условия транспортировки и хранения
- стоимостные характеристики (тарифы) и др.

Информационный поток – поток сообщений в той или иной форме, соответствующий материальному потоку [1]. Логистическая цепь или цепь поставок – упорядоченное множество звеньев логистической системы (производителей, дистрибьюторов, складов общего пользования, поставщиков и т.д.) осуществляющих логистические операции по доведению материального потока от одной логистической системы до другой или до конечного потребителя [1].



Рисунок 2 – Системное представление участника цепи поставок

Системный анализ звена цепи поставок позволяет выделить входные и выходные параметры различной природы.

Информационный входной параметр представляет собой спрос на данный период работы (на начало рабочего дня, недели и т. п.), а информационный выходной параметр – заказ, подаваемый в течение данного периода (в конце рабочего дня, недели и т. п.)

Материальные входные параметры:

- запас (или дефицит) материала или незавершенной продукции в данном звене ЦП,
- прибывший материал «сверху по течению»,
- материалы в пути, направленные из звена ЦП «сверху по течению».

Материальный выходной параметр – отгрузка «вниз по течению».

На основании построенной модели удается моделировать не только процесс поддержания заданных уровней запасов различного вида, но и управлять процессом заказывания и доставки материалов и комплектующих для обеспечения машиностроительного производства. Связь с поставщиками различных уровней обеспечивается с помощью интернет-технологий. Что позволяет снизить издержки, возникающие в цепях поставок и на складах предприятия [3, 4, 5, 6].

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Модели и методы теории логистики. /Под ред. В.С. Лукинского. – СПб.: Питер, 2007.-448 с. – ISBN 9785-91180-139-7
2. Сенге П. Пятая дисциплина. Искусство и практика самообучающихся организаций.- М.: Олимп бизнес, 2003-408 с.- ISBN 5-901028-62-7
3. Форрестер Дж. Основы кибернетики предприятия (Индустриальная динамика).- М.: Прогресс, 1971.- 340 с.
4. Sterman J. Business Dynamics: Systems Thinking and Modeling for a Complex World, Irwin/McGraw-Hill, 2000. - ISBN 0-07-231135-5.
5. Ярыгин О.Н. Математическая модель цепи поставок для исследования bullwhip-эффекта // Вектор науки Тольяттинского государственного университета. 2011. № 1. С. 63-67.
6. Сергеев Д.А. Асимметричная информация на рынке государственных закупок и некоторые направления ее преодоления // Актуальные проблемы экономики и права. 2011. № 2. С. 35-38.

INVENTORY CONTROL IN THE SUPPLY OF ENGINEERING ENTERPRISE

© 2013

J.K. Sviridova, undergraduate student

A.L. Perin, undergraduate student

O.N. Yarygin, candidate of pedagogical sciences, associate professor, associate professor
of the department of «Organization Management».

Togliatti State University, Togliatti (Russia)

Annotation: In this paper we consider the generalized model of integrated inventory control and supply chain management. The causes of the costs of owning stocks and ways to overcome them, in particular by means of simulation, are discussed.

Keywords: inventory control, modeling of inventory levels, supply chain management.

НАШИ АВТОРЫ

Васильева Елена Алексеевна, кандидат экономических наук, доцент, кафедры «Бухгалтерский учет, анализ и аудит»
Адрес: Поволжский государственный университет сервиса, 445677, Россия, г. Тольятти, ул. Гагарина, 4
Тел.: (8482) 22-91-96
E-mail: Vaselal@mail.ru

Васильчук Ольга Ивановна, доктор экономических наук, профессор кафедры «Бухгалтерский учет, анализ и аудит»
Адрес: Поволжский государственный университет сервиса, 445677, Россия, г. Тольятти, ул. Гагарина, 4
Тел.: (8482) 22-91-96
E-mail: olgavasilc@yandex.ru

Великая Елена Геннадиевна, доктор экономических наук, профессор, генеральный директор ООО «Леди Доктор»
Адрес: Московский финансово-юридический университет, 117447, Москва, ул. Большая Черёмушкинская д. 17А, стр. 6.
Тел.: 8 (915) 040-42-98
E-mail: e.g.velikaya@gmail.com

Коваленко Оксана Григорьевна, кандидат экономических наук, доцент кафедры «Финансы и кредит».
Адрес: Тольяттинский государственный университет, улица Белорусская, 14, г. Тольятти, 445667, Самарская область, Россия.
Тел.: 8-960-850-79-56
E-mail: kovalenkoog@yandex.ru

Криводанова Юлия Евгеньевна, психолог отделения социальной реабилитации несовершеннолетних с ограниченными умственными и физическими возможностями здоровья
Адрес: Бийский территориальный центр социальной помощи семье и детям, 659300, Россия, Алтайский край, Бийск, переулок Коммунарский, 33
Тел.: (83854) 33-24-42
E-mail: krivodonova@mail.ru

Курилова Анастасия Александровна, доктор экономических наук, профессор кафедры «Финансы и кредит»
Адрес: Тольяттинский государственный университет, 445667, Россия, Тольятти, ул. Белорусская, 14
Тел.: 89171223879
E-mail: aakurilova@yandex.ru

Некрасова Илона Николаевна, кандидат психологических наук, доцент, доцент кафедры «Менеджмент образования и психологии»
Адрес: Донецкий институт последипломного педагогического образования, 83001, Украина, г.Донецк, ул. Артема, 129-А
Тел.: (0622) 348-92-03
E-mail: inn1769@mail.ru

Никашина Наталья Андреевна, аспирант кафедры теоретической и прикладной психологии
Адрес: Тольяттинский государственный университет, 445667, Россия, г. Тольятти, улица Белорусская, дом 14
Тел.: (8482) 34 – 44 - 94
E-mail: nata-shumakova@yandex.ru

Перин Анатолий Леонидович, магистрант
Адрес: Тольяттинский государственный университет, 445054, Российская Федерация, Самарская обл., г. Тольятти, ул. Белорусская, д. 14
Тел.: 89272171617;
E-mail: perin.anatolY@yandex.ru

Плахова Ольга Александровна, кандидат филологических наук, доцент кафедры теории и методики преподавания иностранных языков и культур
Адрес: Тольяттинский государственный университет, 445667, г. Тольятти, ул. Белорусская 16в.
Тел.: (8482) 53-92-93
E-mail: plahova_oa@mail.ru

Свиридова Юлия Константиновна, магистрант
Адрес: Тольяттинский государственный университет, 445054, Российская Федерация, Самарская обл., г. Тольятти, ул. Белорусская, д. 14
Тел.: 89608356868
E-mail: smeshinka2010@gmail.com

Смирнова Елена Владимировна, кандидат педагогических наук, доцент кафедры «Теория и методика преподавания иностранных языков и культур»
Адрес: Тольяттинский государственный университет, 445667, г. Тольятти, ул. Белорусская, 14.
Тел.: (8482) 53-92-47, 48-14-75
E-mail: sevhome@yandex.ru

Чурко Вадим Вадимович, ведущий специалист, аспирант Московского финансово-юридического университета
Адрес: ФГУП «Охрана» МВД России, 105066, Москва, Кавказский б-р, д.44, корп.2.
Тел.: 8 (916) 306-77-27
E-mail: trinabol150@mail.ru

Ярыгин Олег Николаевич, кандидат педагогических наук, доцент кафедры «Менеджмент организации»
Адрес: Тольяттинский государственный университет, 445054, Российская Федерация, Самарская обл., г. Тольятти, ул. Белорусская, д. 14
Тел.: +79727921188, 8(8482)267013
E-mail: onyx2602@rambler.ru

Churko Vadim Vadimovich, leading expert, graduate student of the Moscow Finance and Law University
Address: FSUE "Protection" the Russian Interior Ministry, 105066, Moscow, Caucasian s. 44, block. 2.
Tel.: 8 (916) 306-77-27
E-mail: trinabol150@mail.ru

Kovalenko Oksana Grigoryevna, candidate of economic sciences, associate professor of the department «Finance and credit».
Address: Togliatti State University, 445667, Russia, Samara region, Togliatti, Belorusskaya street, 14.
Tel.: 89608507956
E-mail: kovalenkoog@yandex.ru

Krivodonova Julia Evgenyevna, the psychologist of office of social rehabilitation of minors with limited intellectual and physical opportunities of health
Address: Biysk territorial center of the social help to a family and children, 659300, Russia, Altai territory, Biisk, Kommunarsky Lane, 33
Tel.: (83854) 33-24-42
E-mail: krivodonova@mail.ru

Kurilova Anastasia Alexandrovna, Ph.D., professor of «Finance and Credit»
Address: Togliatti State University, 445667, Russia, Moscow, ul. Belarusian, 14
Tel.: 89171223879
E-mail: aakurilova@yandex.ru

Nekrasova Ilona Nikolayevna, candidate of psychological sciences, associate professor, associate professor of the department of «Education Management and Psychology»
Address: Donetsk Regional Institute of Postgraduate Education, 83001, Donetsk, Str. Artyoma, 129 (a)
Tel.: (0622) 348-92-03
E-mail: inn1769@mail.ru

Nikashina Natalia Andreevna, candidate of theoretical and practical psychology
Address: Togliatti State University, 445667, Russia, Togliatti, st. Belorusskaya, 14
Tel.: (8482) 34 – 44 - 94
E-mail: nata-shumakova@yandex.ru

Perin Anatolij Leonidovich, undergraduate
Address: Togliatti State University, 445020, Russia, Togliatti, st. Belarusian, 14.
Tel.: 89272171617
E-mail: perin.anatolY@yandex.ru

Plakhova Olga Alexandrovna, candidate of philology, associate professor of theory and methods of teaching of foreign languages and cultures department
Адрес: Togliatti state university, 445667, Togliatti, Belorusskaya st. 16b.
Tel.: (8482) 53-92-93
E-mail: plahova_oa@mail.ru

Smirnova Elena Vladimirovna, candidate of pedagogical sciences, associate professor of «Theory and methodology of languages and cultures teaching» department
Address: Togliatti State University, 445667, Togliatti, Belorusskaya str., 14.
Tel.: (8482) 53-92-47, 48-14-75

Sviridova Juliya Konstantinovna, undergraduate
Address: Togliatti State University, 445020, Russia, Togliatti, st. Belarusian, 14.
Tel.: 89608356868
E-mail: smeshinka2010@gmail.com

Vasilchuk Olga Ivanovna, PhD, Professor of "Accounting and Audit"
Address: Volga State University of Service, 445677, Russia, Togliatti, st. Gagarin, 4
Tel.: (8482) 22-91-96
E-mail: olgavasile@yandex.ru

Vasilieva Elena Alekseevna, Ph.D., Associate Professor, Department of "Accounting and Audit"
Address: Volga State University of Service, 445677, Russia, Togliatti, st. Gagarin, 4
Tel.: (8482) 22-91-96
E-mail: Vaselal@mail.ru

Velikaya Elena Gennadievna, Ph.D, CEO Ltd. "Lady Doctor"
Address: Moscow Financial and Legal University, 117447, Moscow, str. Much Cheremushkinskaya, 17 A, page 6.
Tel.: 8 (915) 040-42-98
E-mail: e.g.velikaya@gmail.com

Yarygin Oleg Nickolaevich, Ph.D. in pedagogics, associate professor «Organization Management»,
Address: Togliatti State University, 445020, Russia, Togliatti, st. Belarusian, 14.
Tel.: +79727921188., 8(8482)267013
E-mail: onyx2602@rambler.ru