

ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО
ОБРАЗОВАНИЯ
МОСКОВСКАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ АКАДЕМИЯ

СБОРНИК ТРУДОВ МАГИСТРОВ № 2–2019

МОСКВА – 2019

БК 94.3
УДК 330; 80

Научное периодическое издание
ОЧУ ВО «Московская международная академия» печатается
по решению Учёного совета Академии

Редакционная коллегия:

А.В. Синьковский, председатель, кандидат технических наук,
доцент – редактор-составитель

С.В. Дмитрюк, кандидат филологических наук – выпускающий
редактор

Сборник трудов магистров, 2019 №2. – М.: ММА. – 406 с.

ISBN

© Коллектив авторов, 2019
© ОЧУ ВО «Московская международная академия», 2019

ОГЛАВЛЕНИЕ

<i>Лаврова О.С.</i> Барьер как явление переводоведения	6
<i>Лагуникова В.А.</i> Инновационная деятельность предприятия в кризисных ситуациях	11
<i>Ларина Е.С.</i> Особенности системы обязательного медицинского страхования в российской федерации	19
<i>Малинаукас А.А.</i> Инновационные технологии в управлении персоналом для улучшения финансового положения организации: проблемы и перспективы	24
<i>Матенчук В.О.</i> Направления и пути улучшения финансового состояния предприятия	30
<i>Медникова В.И.</i> Методики обучения иностранному языку на основе речевых ситуаций	36
<i>Мередов Р.Р.</i> Взаимодействие с поставщиками на современном рынке	43
<i>Мередов Р.Р.</i> Закупочная деятельность и системе логистики	48
<i>Меркулов Д.Е.</i> Любительская Лига хоккея в Сан-Хосе воспитывает болельщиков «Акул» из НХЛ	54
<i>Михайлова Д.Д.</i> Теоретико-методологические аспекты исследования организационного конфликта	62
<i>Мозалевский Р.К.</i> Природа конфликтов и способы их урегулирования	66
<i>Морандарте Марджорие Никита Силвестре</i> Элементы, виды и основные направления кадровой политики	74
<i>Муратова С.И.</i> Возникновение трудностей у заказчика при осуществлении закупки у единственного поставщика на сумму до ста тысяч рублей	80
<i>Мусихин В.В.</i> Анализ особенностей гендерных стереотипов	88
<i>Мыльцына П.В.</i> Оценка конкурентоспособности коммерческой организации сквозь призму управления персоналом	92
<i>Назимкина А.А.</i> Дидактические принципы и подходы в формировании лексических навыков	99
<i>Николаев Я.О.</i> Интернет-пространство как новая маркетинговая среда	104
<i>Николаев Я.О.</i> Совершенствование маркетинговой деятельности торговой компании в сети интернет	113
<i>Осипова Д.М.</i> Значение и цели анализа деловой активности предприятия	122
<i>Осипова Д.М.</i> Экспресс-анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия	131
<i>Пахуридзе С.М.</i> Особенности официально-делового стиля	133
<i>Покаатаев И.Н.</i> Управление региональной экономической системой и оценка эффективности государственных финансовых программ	138
<i>Попов Р.В.</i> Инновационное, экономическое и устойчивое развитие регионов	150
<i>Попов Р.В.</i> Сравнительная характеристика управления сферой капитального ремонта многоквартирных домов в России и за рубежом	153
<i>Попова Е.А.</i> Роль воспитателя дошкольного учреждения в формировании и развитии эмоционально-психической сферы детей	159

<i>Попов Е.С.</i> Способности и умения, отличающие настоящего учителя иностранного языка от псевдо учителя	165
<i>Портнягина Э.В.</i> Формирования навыков чтения на уроках английского языка в начальной школе	170
<i>Потёмкин А.С.</i> Влияние минимизации рисков на повышение доходности банков России	173
<i>Рамазанов М.А.</i> Внутренний контроль в управлении компанией	179
<i>Ратиева Ю.О.</i> Stem-образование и педагогические практики в школах Сингапура	186
<i>Рогозильников И.А.</i> Управление рабочим временем персонала: значение и методика	194
<i>Рождков П.В.</i> Изменение роли финансово-промышленных групп (чеболь) в республике Корея с 1997 года	199
<i>Ростунков А.С.</i> Сущность стратегического планирования и управления, их роль в развитии организации	205
<i>Рудницкая С.В.</i> Проблемы организации самостоятельной работы обучающихся средней общеобразовательной школы	211
<i>Рыбина Е.С.</i> Перевод художественного текста	217
<i>Семина Е.С.</i> Особенности перевода религиозных текстов	223
<i>Серикова Ю.С.</i> Использование видеоматериалов при формировании навыков говорения на уроках английского языка в начальных классах школы	231
<i>Симакин С.С.</i> Современные подходы к анализу финансового состояния предприятия	236
<i>Смирнов М.А.</i> Экономические и правовые основы обязательного медицинского страхования	244
<i>Солдаев Р.И.</i> Роль качественного отбора персонала в организацию	250
<i>Солдаев Р.И.</i> Оценка эффективности отбора персонала	257
<i>Сорокин П.А.</i> Некоторые особенности антикризисного управления компаний	265
<i>Старовойтова А.С.</i> Принципы обучения диалогической речи на среднем этапе изучения английского языка	269
<i>Сувханова Б.Б.</i> Особенности текстов общественно-политической направленности	274
<i>Терехова-Пушная Д.В., Иванова В.А.</i> Стратегическое управление персоналом (оплатой труда, мотивацией и др. процессами)	280
<i>Тертова Е.В.</i> Малый и средний бизнес России и зарубежных стран: сравнительный анализ	283
<i>Тертова Е.В.</i> Стратегия развития малого и среднего предпринимательства в РФ	287
<i>Тумаков А.В.</i> Долгосрочные финансовые вложения на современном рынке	292
<i>Тумаков А.В.</i> Роль и значение внеоборотных активов на предприятии	297
<i>Тюменева Е.И.</i> Иностраные топонимы во вьетнамском внешнеполитическом дискурсе	304

Ткачев В.В. Возникновение термина «языковое клише», определения, основные характеристики	312
Умитян В.А. Анализ российского и зарубежного опыта коучинга	316
Умитян В.А. GR-коучинг в российской политике и бизнесе	323
Фирсанов С.М. Инвестиционная привлекательность строительного бизнеса	329
Фирсанов С.М. Строительный бизнес: основные особенности, статистика, финансирование	333
Фонина Е.Б. Прагматические аспекты художественного перевода текста. Особенности стиля «киберпанк»	337
Чеб И.В. Основные цели и принципы государственной политики в развитии малого бизнеса в Российской Федерации	343
Черняева В.А. Сущность кадровой политики и её роль в управлении персоналом гостиничного предприятия	350
Чханова В.С. Обучение дошкольников чтению на английском языке	357
Шарапова Ю.А. Методы преподавания лексики на уроках английского языка в общеобразовательных учреждениях	360
Широкова О.С. Разработка по совершенности финансирования ДОУ на уровне муниципалитета	364
Шкарбань С.В. Теоретические основы англо-русского перевода научно-популярного текста	370
Щербак Н.В. Классификация жанров политического дискурса	375
Эдиашвили Д.Н. Литературный язык: определение и роль перевода	381
Юдаева Г.С. Индивидуальность автора и переводчика в переводе литературных текстов	387
Якимов И.О. Методика подготовки и проведения урока с использованием наглядности и ТСО	395

ЛИНГВОЭТНИЧЕСКИЙ БАРЬЕР КАК ЯВЛЕНИЕ ПЕРЕВОДОВЕДЕНИЯ

Лаврова Олеся Сергеевна

Аннотация: Данная статья посвящена лингвоэтническому барьеру и действиям, необходимым для его преодоления. Целью является разбор и сопоставительный анализ слов и выражений на английском и русском языках для успешной передачи при переводе. Другими словами для преодоления лингвоэтнического барьера.

Коммуникация является неотъемлемой составляющей повседневной жизни человека. Люди взаимодействуют друг с другом и обмениваются информацией. В одной стране люди не испытывают особых проблем с взаимопониманием, даже если человек не знает каких то терминов или понятий, их можно объяснить. Однако в ходе развития каждый народ создал и развил свой собственный уникальный язык. В ходе исследования мира народы сталкивались и тогда начали возникать проблемы с взаимопониманием. Не имея единого языка группы людей, не могли понять друг друга. Для того чтобы наладить контакт были осуществлены попытки выучить язык. Однако просто выучить слова недостаточно необходимо понять, что они значат для носителей языка, дабы избежать казусов в общении. В каждой сфере деятельности стран сформированы свои понятия, термины и исторически сложившиеся значения, которые поймут только представители определённых групп. Это представляет одну из основных сложностей при переводе. Необходимо точно передать смысл высказывания, не исказив и не упростив его. Для этого необходимо изучить культурные особенности, историю, а также большой объём информации, прежде чем контактировать с жителями той или иной страны или же какой-то определённой её части. Если в обычной жизни, какое-либо высказывание, которое было не совсем точным, человек, может быть, и поймет, но это может его обидеть или же показаться смешным. Однако на деловых переговорах, в политической или торговой сфере подобные ошибки недопустимы. Что говорить, если жители одной страны могут испытывать трудности в понимании, что может быть связано с диалектом или особенностями развития языка в той или иной местности.

Для того чтобы охарактеризовать возможные действия для преодоления лингвоэтнического барьера, была использована работа Л. К. Латышева «Технология перевода». Приведём отрывок из данной работы: «Как показывает практика, общение через лингвоэтнический барьер осуществляется различными способами, среди которых перевод лишь один из многих. Простейшим средством взаимопонимания без общего языка являются жесты, которые бывают «естественными» (закрепившимися у народа в ходе его исторического развития) или конвенционными (т. е. установленными по договоренности). К первым можно отнести, в частности, жесты согласия, несогласия, возмущения, восхищения и т. д.; ко вторым — жесты судьи на хоккейной площадке, регулировщика уличного движения

и т. п. В некоторых специальных областях межнациональной коммуникации применяются разного рода универсальные коды: например, морской переговорный код. Специалисты преодолевают языковой барьер с помощью формул, которые могут сказать им больше, чем страницы текста. В последнее время широко используются так называемые пиктограммы — общепонятные символы, которыми обозначаются места для пассажиров с детьми, столовая, парикмахерская, вход, выход и т. д. Поэтому разделенные лингвоэтническим барьером люди обычно обращаются к услугам языкового посредника — человека, владеющего языками и той и другой стороны» [Латышев 2005: 18].

Рассмотрим особенности и составляющие лингвоэтнического барьера.

В коммуникативную компетенцию человека входит просто огромное количество компонентов. Каждый человек знает один или несколько языков (родной и иностранный), лексику, грамматику, а также историю развития языка, что помогает не нарушать сложившиеся нормы. Однако для успешного взаимодействия с иностранцем, одного знания языка будет недостаточно. Помимо этого, необходимо иметь представление о национальной культуре, и владеть определенным объемом информации, на которую рассчитывает отправитель. Коммуникативная компетенция включает в себя множество факторов. Например: в каком состоянии находится коммуникант в данный момент, и как на него воздействует та или иная обстановка.

Не приводящие составляющие коммуникативной компетенции можно разделить на две группы: лингвоэтнические и нелингвоэтнические. К нелингвоэтническим составляющим можно отнести, как индивидуальные особенности присущие одному из участников коммуникации (увлечения, предрасположенность, предпочтения), так и социальные, зависящие от социальной группы (статус, положение).

Когда речь идёт о расхождении коммуникативных компетенций языковых носителей, то имеется в виду расхождение в лингвистических частях.

Лингвоэтнический барьер состоит из коммуникативных барьеров, которые возникают из-за принадлежности участников коммуникации к разным лингвоэтническим группам.

Поэтому можно выделить несколько составляющих, которые препятствуют взаимопониманию участников коммуникации, относящихся к разным лингвоэтническим группам:

Различие систем ИЯ и ПЯ Система каждого языка уникальна. Могут быть определенные точки соприкосновения, но, как правило, каждая система функционирует по-своему. В каждой системе взаимодействуют взаимозависимые единицы языка разного уровня (фонемы, морфемы, лексемы), грамматические формы и правила сочетаемости, с помощью которых и образуется речь. Одно из нескольких различий между английским и русским языком, заключается в том, что в русском языке нет возможности сформировать высказывания типа: I want you to sit down (Я хочу, чтобы ты сел). В русском языке нет сложного прямого дополнения (Complex object). He made his way to his friend (Он пробрался к своему другу). В английском языке используется фиксированный порядок слов, где каждое слово

стоит на своем месте и изменение порядка недопустимо. В русском языке мы можем переставлять слова, как нам будет угодно, лишь бы высказывание корректно передавало смысл и не нарушало стиль, принятый в том или ином обществе. В противном случае высказывание будет звучать просто странно. Рассмотрим отрывок из статьи американского журнала и приведем перевод:

Оригинал: We've all seen movies in which a character has a retinal scan to prove his or her identity before walking into a top-secret installation. That's an example of a biometric system.

Перевод: Все мы видели фильмы, в которых герой проходил процедуру сканирования сетчатки глаза, для того чтобы подтвердить свою личность, перед тем как войти на сверхсекретный объект. Это пример работы системы идентификации человека по его уникальным биологическим параметрам.

Комментарий: В данном случае для адекватного перевода текст был преобразован, дабы он звучал понятно для читателя. А именно при переводе были использованы переводческие трансформации. Комиссаров В. Н. дал следующее определение данному термину: «преобразования, с помощью которых можно осуществить переход от единиц оригинала к единицам перевода в указанном смысле, называются переводческими (межъязыковыми) трансформациями». Были осуществлены перестановки, дополнение текста перевода, также был дан развернутый перевод. Например, слово «biometrics», которое переводится, как «биометрический», было переведено «работа системы идентификации человека по его уникальным биологическим параметрам». В данном случае необходимо учитывать контекст и целевую аудиторию. Для специалистов в той или иной области термина будет достаточно.

Несовпадение норм ИЯ и ПЯ Норма – это общепринятые правила использования языка, зафиксированные в грамматике. Она выражается в конкретных, функционирующих формах языкового выражения, принятых обществом. Норма оставляет, существующее и функционирующее в речи и отсеивает элементы, которые в нормальной речи не употребляются. Например:

Оригинал: I could just make out that she had a little smile at the corners of her lips.

Перевод: Я с трудом разглядел улыбку на уголках ее губ.

Комментарий: В данном случае, дабы соблюсти норму русского языка и избежать излишней загроможденности текста, было осуществлено преобразование текста при переводе. Выражение «a little smile at the corners of her lips» было переведено, как «улыбку на уголках ее губ». В данном случае не было передано слово «a little», т.к. это звучало бы странно и смысл хорошо передает выражение «с трудом разглядел».

Несовпадение речевых норм носителей ИЯ и ПЯ. К данной группе относятся правила ситуативного использования языка. Если речь идёт о норме, то нет вариативности, неправильное будет оставаться неправильным во всех случаях. Однако узус определяет, что будет уместно сказать в той или иной ситуации, а что нет. Если не учитывать узус, то нарушается восприятие текста, что негативно влияет на оказываемое воздействие. В качестве примера можно привести

приветствие, какого-либо человека. Каждый раз мы оцениваем, должно ли оно прозвучать непринужденно, когда приветствуем друзей (привет – hello, hi), или же формально, когда здороваемся с малоизвестными людьми, старшими или начальством на работе (здравствуйте, добрый день – good afternoon). Также, в английском языке не только представители низших сословий, но дамы из высшего света, могут сказать “O, shit!”, что при переносе на нашу действительность и нормы поведения в высшем сословии прозвучало бы как «O, господи!» или как совсем грубый вариант «Ах, черт!». Приведем пример:

Оригинал: My land, my animals, my money, my way - end of story.

Перевод: Моя земля, мой скот, мои деньги, мне решать и баста.

Комментарий: В данном случае был использован разговорный стиль. Вероятнее всего выражение носит эмоциональный характер. Поэтому при передаче на русский язык «my way - end of story», было переведено, как «мне решать и баста». Хотя можно подобрать и другие значения, все зависит от целевой аудитории.

Расхождение преинформационных запасов носителей ИЯ и ПЯ

В данном случае речь идет и каких-либо исторических событиях, местах, предметах искусства и многом другом. Другими словами большое значение имеет всестороннее развитие. Если коммуникант или переводчик знает отсылку к месту, событию, предмету или человеку, тогда он сможет понять, что же имеет в виду говорящий. Например, в некоторых статьях, когда речь идёт о теракте, разрушившем Башни-Близнецы в США, используют дату – 11 сентября. Именно в этот день произошел теракт (11 сентября 2001 года). Например:

Оригинал: “We now see terrorism as a top responsibility of presidents and our political leaders in a way we didn’t before 9/11,” said Daniel Byman, a national security professor at Georgetown University and senior fellow at the Brookings Institution.

Перевод: «Теперь мы считаем, что борьба с терроризмом является приоритетной задачей нашего президента и политических лидеров, чего, к сожалению, не было до теракта, в ходе которого были уничтожены Башни Близнецы» заявил Дэниел Баймен, эксперт по борьбе с терроризмом из университета Джорджтауна, а также старший научный сотрудник Брукингского института.

Комментарий: В данном примере речь идёт как раз о событиях 11 сентября 2001 года, а именно теракт, в ходе которого были уничтожены башни Близнецы в США. Поэтому при передаче информации на русский язык «9/11» было переведено, как « теракта, в ходе которого были уничтожены Башни Близнецы». Если данная информация фигурирует в письменном варианте перевода, всегда можно дать сноску или выполнить развернутый перевод.

В данной статье были разобраны основные моменты переводческого процесса. Понятие лингвоэтнического барьера и его составляющие. А также как данные моменты влияют на процесс перевода.

Расстояние теперь не помеха коммуникации. Остается лишь проблема понимания собеседника. А именно лингвоэтнический барьер. Существует множество способов преодолеть данное препятствие. Начиная с простейшего – использования знаков, до более сложного – перевода. В данном случае можно как

самому выучить язык, так и обратиться к переводчику. Для того чтобы выполнить качественный перевод необходимо осуществить множество преобразований исходного текста. Нужно учитывать множество факторов, историю, культуру, несоответствие строения языка, а также целевую аудиторию. А именно знаком ли человек с особенностями заключенными в данной информации. Например, если речь идет о каком-либо культурном или историческом названии или термине. В таком случае можно использовать просто термин или же дать развернутое описание. При переводе важно учитывать нормы и узус, дабы оказать именно то воздействие, которое хотел говорящий. Помимо этого необходимо учитывать обстановку, в которой ведется беседа, формальная ли она или дружеская.

Список литературы

1. Комиссаров В. Н. «Теория перевода» (Лингвистические аспекты) М.: Альянс, 2013. - 254 с.
2. Латышев Л. К. «Технология перевода» М.: «Академия» 2005 - 320 с.
3. Мюллер В.К. Англо-русский словарь. 24-е изд. - М.: Русский язык, 1995;
4. Электронная версия: «Палек», 1998. – 2106 с.
5. Oxford Advanced Learner's Dictionary // [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://www.oxfordlearnersdictionaries.com>
6. Collins COBUILD Advanced Dictionary // [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english>
- 7.

ИННОВАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ В КРИЗИСНЫХ СИТУАЦИЯХ

Лагунникова Виктория Алексеевна
ОЧУ ВО «Московская международная академия»

Аннотация: В условиях кризиса существенно возрастает роль инновационной деятельности как одного из эффективных способов его преодоления. В кризисной ситуации для предприятия максимально важно переосмыслить происходящие вокруг изменения, оценить отрицательные факторы, найти свои сильные стороны, увидеть новые возможности. Инновационная деятельность в этих условиях обеспечивает ему конкурентные преимущества, служит специфическим инструментом дальнейшего материального развития. В статье предложена система показателей для оценки уровня инновационной деятельности для улучшения финансовой составляющей предприятия.

Ключевые слова: эффективность, инновации, инновационная деятельность, инновационное развитие, конкурентоспособность, инновационные процессы, управление инновационной деятельностью, финансы

INNOVATIVE ACTIVITY OF ENTERPRISES IN CRISIS SITUATIONS

Lagunnikova Victoria

Annotation: In the context of the crisis, the role of innovation as one of the effective ways to overcome it is significantly increasing. In a crisis situation, it is most important for the enterprise to rethink the changes taking place around, to assess the negative factors, to find its strengths, to see new opportunities. Innovative activity in these conditions provides him with competitive advantages, serves as a specific tool for further material development. The article proposes a system of indicators to assess the level of innovation to improve the financial component of the enterprise.

Key words: efficiency, innovations, innovative activity, innovative development, competitiveness, innovative processes, management of innovative activity, Finance

Высокие темпы развития научно – технического прогресса, условия неопределенности и постоянно меняющейся внешней среды приводят к тому, что все предприятия и организации для удержания или для улучшения своих позиций на рынке должны заниматься внедрением инноваций в процесс производства и обслуживания.

Инновации подразумевают, прежде всего, инновационный подход, инновационные процессы и осуществление инновационной деятельности. Инновационная деятельность – это та деятельность, основной целью которой является получение результатов различных испытаний в сфере науки, проведение определенных экспериментальных разработок, а в последствие реализованные в качестве нового или усовершенствованного продукта, востребованного на рынке, и, кроме того, создание нового или усовершенствование существующего

технологического процесса, который будет использоваться в будущем в работе предприятия.

Основу инновационной деятельности во всех секторах экономики составляет реализация достижений научно-технического прогресса, именно он обеспечивает повышение эффективности и конкурентоспособности предоставляемых услуг, и технологических способов оказания их потребителям.

Однако не стоит забывать, что, вводя технические, организационные или экономические инновационные технологии, мы опосредованно изменяем и организационное управление, его методы и формы. Это, в свою очередь, приводит к необходимости непрерывного усовершенствования сферы управления, и использования в ней информационных технологий. Все это, в комплексе, приведет к более качественной и эффективной работе предприятия.

Построение инновационной деятельности предприятий основано не только на влиянии внешних факторов, но и на изменении инновационного рынка России в целом, включающего общие и специфические факторы. Общие факторы – это те факторы, от которых зависит инновационная деятельность любых предприятий, включают в себя комплекс циклических колебаний в сфере мировой экономики (например, мировые цены на те или иные товары и услуги, их влияние на те же товары в России). Специфический фактор – это научно-технический потенциал в сфере производства, рыночная реализация конкретного продукта инновации и ее методы, активная деятельность самих сотрудников.

Инновационная деятельность в настоящее время, во времена рыночной экономики, обладает определенными характеристиками. Так, например, достижения науки и техники активно вовлекаются в процесс коммерческого и некоммерческого обмена, способствуя тому, что производственный опыт предприятий выходит на национальную и международную арену. Предприятие обладает двойственной ролью на инновационном рынке, то есть является и продавцом инновационного продукта, и потребителем новинок науки и техники, которые имеются у других организаций.

Рост конкуренции в сфере инноваций обуславливает повышение технического уровня предприятий, качества выпускаемых товаров и услуг, снижение производственных затрат – все это приводит к повышению эффективности инновационных технологий. Если предприятие склоняется к инновационному типу своего производства, то это непременно приведет к трансформации всех структурных элементов ее хозяйственной деятельности. Особенно ярко это проявится в стратегии организации. Стратегическая и инновационная деятельность, тесно зависящие друг от друга – это эволюция в управленческой системе хозяйства и его субъектов в условиях кризиса и постоянного изменения внешних факторов.

Таким образом, внедрение инновационных технологий должно происходить в непосредственной связи со стратегическими факторами на основе анализа окружающей среды, размещения структурных элементов и корпоративной стратегии предприятия. Стоит отметить, что стратегические решения включают в себя, как определяющий фактор, именно инновационные технологии, так как

в основе реализации инновационных стратегий лежит предпринимательская трансформация, а любое изменение, сконцентрированное на усовершенствовании каких-либо процессов, и есть инновация.

Инновационная деятельность предприятия формирует его главную цель – стремление к перспективному развитию, то есть в современном мире рыночной экономики происходит объединение инновационной и стратегической деятельности. На современном российском инновационном рынке наблюдаются такие проблемы, как:

- нехватка финансов для реализации инновационных разработок;
- слабое привлечение организаций, коллективов и отдельных специалистов, способных к внедрению и использованию инновационной деятельности;
- снижение связи научных организаций, образовательных учреждений и предприятий;
- отсутствие информационной прозрачности в сфере инноваций;
- кризисное состояние во всех сферах, как предпринимательского сектора, так и всего российского рынка в целом, и др.

Основные задачи системы управления в условиях кризиса направлены на то, чтобы спрогнозировать кризисную ситуацию; проанализировать возможное влияние кризиса на все сферы деятельности предприятия; разработать методы преодоления негативного влияния кризиса; разработать меры достойного выхода из кризисных условий, сохранив и усилив конкурентоспособность предприятий.

Особая роль в системе управления предприятием в кризисных условиях отдана инновационной деятельности. Именно инновационная деятельность помогает предприятию сопротивляться неблагоприятному воздействию внутренних и внешних кризисных факторов. Но, вместе с тем, использование инновационной деятельности в условиях кризиса сопровождается определенным риском, так как ее иррациональное и неразумное использование является одним из основных факторов последующего банкротства.

К инновационной деятельности предприятий в момент кризиса можно отнести изменение товаров, услуг, процесса производства, новые подходы в организационной сфере управления социально-экономической системой. Основными причинами внедрения и развития инновационных технологий в условиях кризиса являются:

- научно-технический прогресс;
- изменение в сфере технологии того или иного процесса;
- озрастание конкуренции;
- появление новых и изменение старых запросов потребителя;
- возникновение новых рыночных структур;
- увеличение цен;
- законодательные преобразования;
- направленность на международное сотрудничество в экономической сфере.

Косновным принципам управления инновационной деятельностью в условиях кризиса относятся:

- срочность реагирования, так как появившееся кризисное явление не только имеет тенденцию к расширению с каждым новым хозяйственным циклом, но и порождает новые сопутствующие ему явления. Поэтому чем раньше будут применены антикризисные механизмы, тем большими возможностями к восстановлению будет располагать предприятие;
- адекватность реагирования на степень реальной угрозы инновационной деятельности, финансовому равновесию фирмы;
- полнота реагирования, т.е. полная реализация внутренних возможностей выхода предприятия из кризисного состояния;
- ориентация на достижение успеха.

Сила и слабость отдельных структур предприятия относительно и нестабильны, так как они зависят от производственного потенциала данной организации, его финансового положения, сильных и слабых сторон конкурентных предприятий, состояния и динамики условий окружающей среды.

На настоящий момент национальное хозяйство Российской Федерации можно охарактеризовать так: высокий моральный и физический износ финансовых фондов, низкая трудовая производительность, низкая конкурентоспособность промышленного производства.

Таким образом, главной задачей для нашей страны на сегодняшний день, в условиях кризиса и нарастающей экономической отсталости, является широкое и активное внедрение инновационных технологий во все сферы деятельности предприятий. Наличие как мирового экономического кризиса, так и локальных кризисов отдельных государств и предприятий – это объективный этап в развитии современного мира, поэтому нейтрализовать его последствия нужно с помощью науки и инноваций, что на сегодняшний день легло в обязанности антикризисного менеджмента, имеющего направленность на управление предприятиями в условиях кризиса, а также на более безболезненный выход из него. В связи с этим в настоящее время создается ряд антикризисных стратегий и методик. К сожалению, пока нет сформированных единых, концептуальных, методических и инновационных подходов к повышению кризисоустойчивости предприятия или же выходу организации из кризиса с минимальными потерями, поэтому на это необходимо направить значительные силы.

Финансовая стабильность предприятия во многом зависит от глобальных перемен в условиях неопределенности, риска и целевой направленности бизнеса при выборе целевых показателей, которые способны повлечь за собой абсолютно новую расстановку приоритетов. Происходящие в современных экономических условиях кризисные явления и процессы привели к неотлагательности переориентации принципов деятельности любого предприятия на анализ и оценку факторов, которые оказывают влияние на его деятельность.

Много ресурсов было затрачено учеными в России для проведения исследований по части оценивания рисков. Сюда относятся и работы, связанные с

анализом рынка государственных краткосрочных облигаций, банковских рисков, а также рисков в области страховых услуг. Также проводились мероприятия по части разработки в области информационных и отраслевых рынков. При том исследования рисков на западе и в России схоже и основываются на общем теоретическом фундаменте, который выявляет и дает основные понятия о риске.

В экономической деятельности под термином риск обычно представляют вполне предсказуемое явление, несмотря на то, что основой механизма риска составляет воля предпринимателя, а также желание получить наибольшую прибыль, которая ограничивается возникновением возможных убытков. Это создает потребность в реакции предпринимателей на действие механизма риска, что даст возможность проанализировать риск, оценить его всесторонне, а также учесть его своеобразные черты при принятии и решении проблем управления и прочих экономических действий. Именно для этого появляется необходимость грамотного управления процессов разработки и принятия решений, которые связаны с рисковыми ситуациями.

Так сложилось, что термин «риск» имеет давнюю историю, но более глубоко это явление стало изучаться в конце XIX - в начале XX века. Российские экономисты в своих учениях тоже уделяли важное внимание изучению риска и методологии его оценки. К примеру, в 20-х годах XX века были разработаны и приняты законодательные акты, содержащие терминологию производственно-хозяйственного риска, и учитывали его существование в России. В связи с тем, что в те времена началось становление административно-командной системы хозяйствования, которое по своей сути уничтожало предпринимательство, которое соответствовало происходящим рыночным отношениям. К середине 1930-х годов понятие «риск» было переименовано и больше соответствовало капиталистической категории, риск при этом рассматривали как некоторую опасность, и самой природе риска давали крайне негативную оценку.

В течение долгого времени в российской экономической политике была ориентация на экстенсивное развитие народного хозяйства посредством установления административных методов управления. Наличие этих факторов влияло на способность обосновать эффективность хозяйственной деятельности предприятия при существующей плановой экономике, воздействовало на разработку технико-экономических проектов без процесса анализа и оценки рисков в экономике того времени. Именно это и выявляет причины отсутствия интереса к проблеме возникновения рисков в экономике.

Проводимые в России экономические реформы немного укрепили интерес относительно изучения рисков хозяйственной деятельности организаций. В то же время теория рисков, которые возникают при формировании рыночных отношений, получили достаточно широкое распространение и получили высокий практический интерес. Даже в условиях современной экономики до сих пор нет однозначного понимания риска, что связано с многогранной природой этого явления и игнорированием его отечественным законодательством в экономической практике и при управлении хозяйствующими субъектами. Тем не менее, в нормативных документах предпринимательская деятельность представлена как

«самостоятельная, осуществляемая на свой риск деятельность, направленная на систематическое получение прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг [1].

Действительно, риск – это вполне сложное явление, которые имеет различные основы и разные трактовки, что и дало возможность возникновения разнообразных точек зрения на понятие риска и его выявление. Первоначальное слово риск в переводе с французского (*risque*) означает опасность, риск.

Управляющие высшего звена на сегодняшний день убедились в том, что управление и оценка рисков предприятия – это очень важное направление при управлении предприятием, как и процесс выбора новых направлений деятельности, степени рисков и распределение ресурсов в соответствии с ними в экономической деятельности, так как это все способствует росту его конкурентоспособности.

Даже самые современные концепции управления претерпевают глобальные изменения, а сама область управления рисками в организации нуждается в ответственности при принятии решения. Выработка политики, планирование и структура управления рисками все так же считаются главной целью руководства. При внесении предложений по образованию политики и стратегии риска, концепции управления предприятием серьезный вклад вносят специалисты риск-менеджмента, для чего на предприятии создается специальный отдел по управлению рисками и формируется система рисков [7].

Главные менеджеры бизнес-единиц проводят управление рисками в своих организациях, тем самым осуществляя важную задачу, а именно - формирование на предприятии культуры оценивания рисков. Важно выявить и распределить обязанности руководящего состава относительно управления рисками и критерий качества, а также сосредоточить среднее звено руководства и функциональных специалистов на конкретных целях и стратегиях по управлению рисками. Это именно так менеджмент отвечает за внедрение политики и стратегий группового управления рисками, формируя при этом и соответствующую отчетность. Основой корпоративной модели управления рисками является объектно-ориентированное моделирование ситуации [6].

Реализация такой модели способна выполнить потребность в стратегии управления предприятия относительно таких задач, как сохранение базового капитала организации или ее акционерной стоимости, и создание дополнительной стоимости капитала. Естественно, что на решение этих задачи должна быть направлена часть общих ресурсов предприятия [2].

Существует несколько подходов к процессу управления рисками в деятельности предприятий. Так, концептуальный подход не принципиально отличается от классического процесса управления самой организацией. Управление рисками как процесс предполагает формулирование целей, задач, сбор информации, прогнозирование всевозможных рисков, изменение главных характеристик планируемого полезного эффекта, масштаба и возможности проявления того или иного риска. Потом выявляется отношение самого предпринимателя к риску, его личные предпочтения по таким критериям, как: выигрыши, возможности, потери, после этого осуществляют генерацию наборов

его реакций на возможные сценарии развития рискованных процессов. Все эти процедуры в совокупности влияют на решение главной задачи риск-менеджмента – выполнение поставленных задач по повышению эффективности деятельности предприятия при условии возможного снижения потерь и убытков.

При этом субъектом и объектом риска в таком случае будет сам предприниматель и будучи субъектом риска он в первую очередь заинтересован в своевременности распознавания наиболее рискованных ситуаций, которые могут возникнуть при рискованном экономическом решении. Именно по этой причине важно выявить главные причины и источники риска, а также выявить механизм проявления рисков и возможные последствия. Все это сможет помочь определить характер рисков и своевременно подготовиться к реализации антирисковых мероприятий.

Имеется ряд методов по управлению риском. Большинство предпринимателей привыкло пользоваться традиционными методами, широко используемые в реализации статической концепции понижения риска. Суть такой концепции состоит в том, что все действия по предотвращению или снижению рисков неизменны в процессе реализации однократно принятого управленческого решения. Такие статические способы управления риском считают вполне классическими и применялись на достаточно небольших предприятиях с простой финансовой структурой.

Внастоящее время, когда требуются новые методы и инструменты поддержания высоких уровней роста капитала, активно используется динамическая концепция управления рисками [4].

Эта концепция состоит в более точном оценивании перспектив в наиболее оптимистичном их варианте. Следование такой концепции управления рисками требует значительных ресурсных интеллектуальных и материальных возможностей и привлечения более совершенных административных усилий.

Стоит указать, что риск-менеджмент имеет две тенденции развития. Первая тенденция предполагает конформизм и проповедует приспособление, соответствие нынешних принимаемых решений и действий в прогнозном будущем. Вторая тенденция ориентирует предприятие на будущее развитие, подвиг. Также динамическая концепция основана на наиболее точной и более оптимистической оценке возможных перспектив.

При активном управлении использование такого принципа основано на необходимости подстраиваться под ошибки при прогнозировании и исключать возникающие разногласия. Самый важный результат, который можно достичь при реализации адаптивного принципа, заключается в устранении опасностей отрицательного влияния ранее не принятый во внимание явлений, такие как форс-мажор или внезапно появившиеся риски.

Таким образом, сущность управления рисками относительно существующих тенденций основано в получении гарантированного итога, результата в развитии организации и учитывает всевозможные риски при стремлении использовать потенциальные выгоды, заложенные в самой природе риска.

Список литературы

1. Камалов Р.К. Модель управления инновационной деятельностью предприятий в условиях кризиса // Инновации и инвестиции. - 2010. - № 1.
2. Логутова А.В., Михайлова О.П. Формирование показателей оценки эффективности инновационной деятельности организации индустрии гостеприимства // Молодой ученый. – 2016. - №6.
3. Гаврилюк А.В. Трансфер технологий в условиях международной экономической интеграции стран ЕАЭС // Государственное управление. Электронный вестник. Выпуск № 52. Октябрь 2015 г.
4. Гуннар Праузе, Томас Тернер Сообщества потребителей - драйверы открытых инноваций // Форсайт. 2014. №1.
5. Гончарова Е.В. Критерии эффективности процесса коммерциализации инноваций на современном этапе развития экономики // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. 2015. №8(80).
6. Лаптева Е.А. Развитие методов оценки инновационного потенциала промышленного предприятия. Автореферат, 2014.
7. Рыхтикова Н.А. Эффективность управления риском снижения инновационной активности организаций: анализ и выявление факторов определяющего воздействия // Наука и инновации в современном мире: экономика. 2017.
8. Рыхтикова Н.А. Управление риском снижения финансирования организации в условиях экономического кризиса // TheGenesisofGenius. 2017. №1.
9. Торгашев Р.Е. Исследование социально-экономического прогнозирования и планирования. – Учебник. - М. – МГОУ. – 2013 . – 94 с.
10. Торгашев Р.Е. Основы прогнозирования и планирования. - Учебник. - Ульяновск. – 2018 . – 66 с.

ОСОБЕННОСТИ СИСТЕМЫ ОБЯЗАТЕЛЬНОГО МЕДИЦИНСКОГО СТРАХОВАНИЯ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Ларина Елена Сергеевна

Основным недостатком действующей системы обязательного медицинского страхования является то, что она на данный момент не имеет как такового концептуального управления. Из-за нее резко возрастает стоимость лечения, потому что врачам приходится заполнять множество документов, плюс к этому врачи получили от государства слишком много прав. В результате происходит удорожание лекарств. Из-за появления псевдотендеров, которые поставляют лекарства через дочерние компании, увеличивая их стоимость в разы больше средней по рынку.

Еще одним недостатком системы обязательного медицинского страхования является недостаточное участие государства. Потому что без государственного вмешательства невозможно совершить технологический прорыв в какой бы то ни было сфере. Во всех развитых странах на систему здравоохранения выделяется от 8 до 10% средств от ВВП страны, в России же менее 1%.

Соответственно в такой ситуации не приходится надеяться на глобальное развитие системы здравоохранения.

Россия может себе позволить выделять достаточно средств на развитие здравоохранения, если поставит себе такую цель, по примеру Великобритании. Великобритания построила очень бюджетную медицину по принципу Семашко. Принцип системы здравоохранения Николая Александровича Семашко строился на централизованном управлении системой. Все медицинские учреждения по всей стране подчинялись одному органу управления. При этом он предлагал сделать медицину бесплатной для всех слоев населения.

Его концепция начала складываться после Октябрьской Революции 1917 года. Советской властью были уничтожены все принципы на которых строилось управление Российской Империей и страна оказалась в состоянии полнейшего упадка. Одной из самых серьезных проблем был полнейший кризис системы здравоохранения.

Молодое социалистическое государство столкнулось с такими проблемами как эпидемии холеры и брюшного тифа, свирепствовавших из-за тотального голода, полнейшей антисанитарии и отсутствия специалистов-медиков. Кроме того критически не хватало медикаментов и самих больниц. Поэтому раненых или заболевших приходилось лечить на месте подручными средствами. А в условиях перестройки, такая смертность грозила исчезновением целого государства.

Тогда-то советское правительство и привлекло к реформированию системы здравоохранения выдающегося медицинского деятеля Николая Александровича Семашко. На основе его концепции позже строилась современная система.

Помимо централизации управления здравоохранением, Николай Александрович ввел профилактику заболеваний и вакцинации, что существенно сократило смертность среди населения. Так же он уделял большое внимание увеличению рождаемости. По всей стране строились новые родильные

дома, роженицам полагались лучшие медикаменты, а обучение акушерству и гинекологии стало одним из самых престижных направлений.

Великобритания до сих пор использует систему здравоохранения по принципу Семашко. Они ввели ее после Второй Мировой Войны и до сих пор используют без каких либо существенных изменений.

Медицина у них является бесплатной не только для подданных Короны, но и для временно пребывающих на территории Соединенного Королевства.

После системы Семашко Россия перешла на систему, основанную на принципах Отто фон Бисмарка. Немецкая система предполагает внедрение обязательного медицинского страхования граждан на случай болезней.

Эта система впервые была внедрена в Германии в 1881 году и фактически стала первой государственной системой здравоохранения.

Изначально фонды медицинского страхования оплачивали расходы на лечение, пенсии, пособия по безработице. При такой системе государство обязывает работодателей оплачивать только часть расходов на лечение работников, вторую часть работники обязаны оплачивать самостоятельно.

Каждая из представленных систем имеет свои плюсы и свои минусы. И каждая по отдельности хорошо себя зарекомендовала в разные периоды истории.

Однако же Россия не старается придерживаться принципов какой-то одной системы. Она пытается взять понемногу из каждой. В результате в нашей стране существует более и менее централизованное управление здравоохранением, существуют государственные больницы и поликлиники, но бюджет им выделяется настолько небольшой, что не приходится рассчитывать на более или менее квалифицированную медицинскую помощь.

При этом в России присутствует система обязательного медицинского страхования, позволяющая получить необходимую медицинскую помощь якобы бесплатно. Но помощь эта заключается только в терапевтическом осмотре и скорой медицинской помощи. Те же анализы чтобы сдать быстрее, когда это необходимо срочно для установления диагноза, приходится сдавать в частных клиниках и платить за них «из своего кармана».

Медицина в нашей стране может и бесплатная, но низкоквалифицированная. Потому что, во-первых, медицинское образование в России оставляет желать лучшего, во-вторых, хорошие специалисты будут желать достойной оплаты за свою работу. Государственные больницы в настоящий момент не могут этого обеспечить. Поэтому хорошие врачи либо идут работать в частные клиники, где граждане будут платить за лечение, либо и вовсе уезжают работать за границу, где их труд будет оценен по достоинству.

На рисунке видно, что бюджет на здравоохранение занимает хоть и не последнее место, но лишь малую долю. 2,56% бюджета выделено на систему здравоохранения в этом году. Это на целых 0,36 % выше, чем выделялось в 2017 году. Основной упор Правительство Российской Федерации делает на Социальную политику, полностью игнорируя уровень жизни населения.

В 2019 году планируется еще больше снизить расходы на здравоохранение, и только в 2020 и 2021 годах планируется увеличение финансирования.

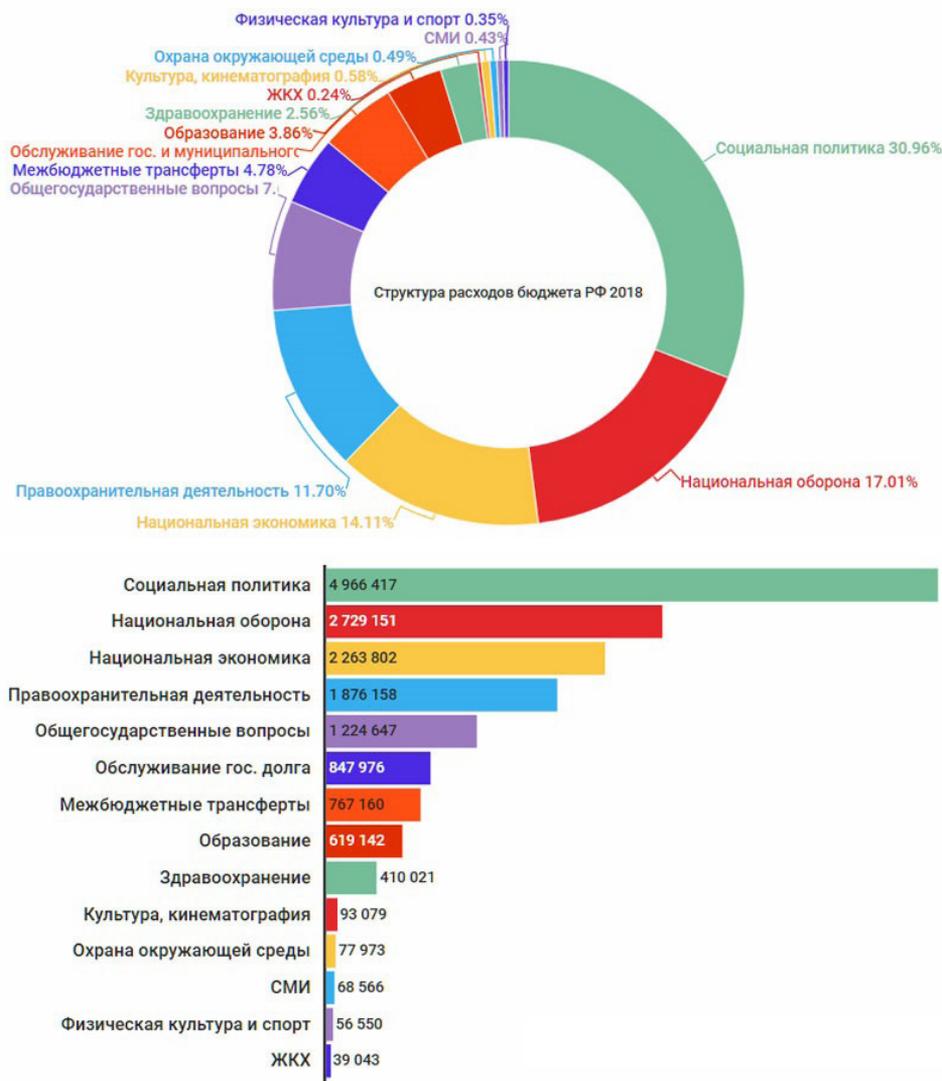


Рис. 1 Расходы бюджета Российской Федерации на 2018 год.

Недостаточное финансовое обеспечение системы здравоохранения ведет к снижению среднего возраста населения. В США, Еврзоне и Японии средний возраст мужчин в районе 70 лет, женщин – 80 лет.

В России средний возраст у мужчин – 65 лет, у женщин – 75.

Еще одной проблемой недофинансирования является низкий уровень регулирования работодателей. Работодатели не всегда в полном объеме выплачивают страховые взносы на сотрудников. Многие работники вообще работают без офи-

циального оформления. Государство не уделяет этой проблеме особенного внимания, хоть вопрос и стоит достаточно остро.

В целом российской системе здравоохранения не уделяется должного внимания, в то время как она является если не самой важной, то одной из наиболее значимых структур государства. Ведь для развития любого государства важнейшую роль играет в первую очередь его население. А в Российской Федерации с 1992 года наблюдается отрицательный прирост населения. В нашей стране аномально высокая степень смертности среди младенцев. Это связано и с недостаточной квалификацией врачей-акушеров, и с недостатком качественных медикаментов, и в целом с халатностью медицинских работников.

На долю младенцев приходится 40% всех случаев смерти детей в возрасте до пяти лет. 75% из них приходится на неонатальный период жизни, а 25-45% в течение первых 24 часов.



Рис. 2 Классификация случаев смертности в период беременности и в раннем детском возрасте.

Отмечено, что в настоящее время смертность среди младенцев превышает даже показатели 2008 года, когда наблюдался экономический кризис.

Смертность среди трудоспособного населения также достаточно высокая. Самые распространенные причины смертности в России среди трудоспособного населения это болезни системы кровообращения. В 2016 году на них пришлось около 30% всех смертей. Половина из них приходится на конкретную болезнь – ишемическая болезнь сердца.

Вторая причина смертности – онкозаболевания. Это заболевание одна из главных проблем современного общества. Качественного медикаментозного лечения как такового до сих пор не создано.

Поэтому и стоит так остро вопрос о реформировании системы здравоохранения. По сути, мы вернулись к послереволюционному периоду начала

XX века. Снова антисанитария, снова эпидемии инфекционных и вирусных заболеваний, снова ужасающая бедность некоторых слоев населения, которые не могут позволить себе платить за качественное медицинское обслуживание. Кроме того, в некоторых районах страны, особенно это относится к деревням и отдаленным районам России, отсутствует, либо плохо организовано транспортное сообщение к медицинским пунктам. И снова как в 1917 году, пострадавших или заболевших не могут вовремя доставить в больницу и в результате оказывают помощь на месте подручными средствами.

Так же в России наблюдается региональное неравенство в распределении бюджета. Основную часть финансирования получают как правила центральные районы страны, в пригороды и отдаленную часть поступает лишь незначительная часть средств. Это же касается и медицинского оборудования, ремонта больниц и поликлиник, медикаментов, и даже специалистов. Не со всех районов студенты могут себе позволить учиться в лучших ВУЗах страны или за рубежом. В провинциальных институтах уровень образования также оставляет желать лучшего.

Так и получается, что одно цепляется за другое. Чтобы повысить уровень здравоохранения в стране, нужно одновременно повышать уровень образования, уровень жизни не только в целом по стране, а, с особым вниманием к регионам. Менять систему ЖКХ, пенсионного обеспечения.

Тот факт, что сейчас планируется реформировать действующую систему обязательного медицинского страхования, не даст должных результатов, пока не будет налажено взаимодействие со всеми сферами жизни населения. Так как от тех же жилищно-коммунальных условий во многом зависит уровень здоровья граждан. Так и материальное благосостояние населения может повлиять не только на то, что люди смогут лучше следить за своим здоровьем, но и вовремя предупреждать некоторые заболевания, чтобы они не перешли в ту стадию, из которой человека уже не вытащить.

Список литературы

1. Конституция РФ от 12.12.1993 г. // СПС Консультант +.
2. Гражданский кодекс РФ. Ч.2. 26.01.1996 N 14-ФЗ.
3. Приказ Ростехрегулирования от 13.10.2008 N 239-ст «Информатизация здоровья. Состав первичных данных медицинской статистики лечебно-профилактического учреждения для электронного обмена этими данными // СПС Консультант +.
4. Приказ Минздравсоцразвития России от 28.04.2011 N 364 «Об утверждении Концепции создания единой государственной информационной системы в сфере здравоохранения» // СПС Консультант +.
5. Белова Н.В., Сулонова Н.В. Сохранение здравоохранения // Проблемы управления здравоохранением. 2017. № 1(14). С. 7-8.
6. Галкин Р.А. Сандреева С.Х., Федосеева Л.С. Здравоохранение // Проблемы управления здравоохранением. 2016. № 2. С. 38-40.
7. Галкин Р.А., Гехт И.А. Организация медико-социальной помощи лицам пожилого возраста в сельской местности. Самара, 2016. - 512 с.

ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В УПРАВЛЕНИИ ПЕРСОНАЛОМ ДЛЯ УЛУЧШЕНИЯ ФИНАНСОВОГО ПОЛОЖЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИИ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Малинаускас Альгимантас Альгидро
ОЧУ ВО «Московская международная академия»

Аннотация. В настоящее время все большее внимание уделяется эффективности процесса управления персоналом, что невозможно без внедрения и модернизации системы инноваций. Именно поэтому в представленной статье проведен анализ актуального вопроса инновационных технологий в управлении персоналом, их проблемы и перспективы на современном этапе.

Ключевые слова: управление персоналом, инновационные технологии, инновации, показатели, персонал, трудовые ресурсы, финансы

INNOVATIVE TECHNOLOGIES IN MANAGEMENT STAFF TO IMPROVE THE ORGANIZATION'S FINANCIAL SITUATION: PROBLEMS AND PROSPECTS

Malinauskas Algimantas

Annotation: Currently, more and more attention is paid to the efficiency of the personnel management process, which is impossible without the introduction and modernization of innovation. That is why the article analyzes the current issue of innovative technologies in personnel management, their problems and prospects at the present stage.

Key words: personnel management, innovative technologies, innovations, indicators, personnel, human resources, Finance

На современном этапе времени инновации в сфере управления персоналом являются решающим критерием успеха многих предприятий. Это обусловлено тем, что конкуренция между предприятиями плавно переходит в область управления человеческим капиталом и знаниями. Увеличить производительность лишь повышением количественных показателей довольно сложно. Именно поэтому наряду с технологическими инновациями важными являются и инновации в сфере управления персонала [1].

Нововведения в сфере управленческой деятельности способны положительно влиять на эффективность функционирования предприятия. Существуют такие предприятия, в которых инновации в управлении персонала смогли создать серьезные конкурентные преимущества. Наглядным примером служит компания GeneralElectric, изменившая подход в области дисциплины и порядка труда, результатом этого стал доступ в большом количестве патентов и технологий. Еще в 1990 году компания Procter&Gamble пересмотрела подход к бренд-менеджменту, что позволило ей значительно увеличить производительность труда.

Таким образом, именно инновации в системе управления персоналом способны положительно влиять на работу организации и налаживать взаимосвязь

между подразделениями предприятия. Именно поэтому, на современном этапе данная тема является очень актуальной.

Для обеспечения конкурентоспособности компании основным фактором служит именно управление человеческими ресурсами.

Этапы формирования и развития рыночной экономики накапливали большое количество подходов в сфере управления персоналом. В период инновационного развития (пятого технологического уклада и плавного перехода к шестому) важным критерием являются нововведения в сфере управления персоналом компании [2]. Множество отечественных предприятий стараются внедрить в процесс управления человеческими ресурсами различные инновационные технологии.

Система управления персоналом должна содержать специальные технологии и методы, совпадающие с ее основными принципами. Следование данным правилам позволит системе быть максимально эффективной. Инновационные технологии в сфере управления человеческими ресурсами рассматриваются как: новые приемы управления персоналом (кадровый менеджмент), которые повышают эффективность деятельности предприятия.

К данным приемам относят новые (ноу-хау) методы воздействия на персонал. К примеру, возникновение новых способов коммуникации (телефон, глобальная сеть и т.д.) привело к быстрому повышению эффективности предприятия посредством увеличения скорости передачи данных. Технологии внедрения в рабочий процесс инноваций предполагают применение абсолютно нового элемента в управлении персоналом.

Наглядным примером может служить отбор сотрудников в кадровый резерв, где традиционная процедура дополняется инновационной методикой выявления лидерских качеств личности.

Важным инновационным подходом к управлению персоналом, в отличие от традиционных, является система отбора кадров. Это обусловлено тем, что работа в инновационной организации подразумевает под собой дополнительные требования к персоналу. Безусловно, не обойтись и без таких качеств как навыки, знания, умения, высокая работоспособность. Помимо традиционных качеств сотрудник должен обладать креативным потенциалом, гибкостью, быстрой адаптацией к любым условиям работы, а также способностью к обучению[3].

В инновационной компании руководство при оценке потенциала сотрудников использует не только стандартные способы, но и качественную оценку, которая предполагает учет творческих качеств личности.

Специалисты, которые осуществляют работу в сфере системы инноваций управления персоналом, выделяют некоторые направления, основой которых является применение современных телекоммуникационных систем. Данные системы направлены на: использование новейших компьютерных технологий при сборе и анализе информации; формирование виртуального офиса - система прямого доступа и активного взаимодействия персонала, который находится на значительном расстоянии друг от друга.

Формирование инновационных технологий управления кадрами происходит в рамках организационно-управленческих нововведений. Данный инновации имеют такие характерные явления, как:

- возможность удовлетворять организационные и личные потребности персонала;

- увеличение прибыли организации;
- новейший подход в сфере решения различных вопросов для определенной организационной системы;
- эффективное достижение основных целей компании [4].

Данные преимущества обуславливают необходимость поиска способов и методов внедрения нововведений в сферу управления персоналом на отечественных предприятиях.

Некоторые исследователи придерживаются мнения, что инновации в области управления кадрами отличаются от других нововведений тем, что:

- являются специфичными по отношению к тому предприятию, в котором они реализуются;
- реализуется с меньшими единовременными затратами;
- практически не поддаются экономическому обоснованию до процесса их внедрения и оценке после него;
- процесс введения инноваций осложняется психологическими особенностями личности - сопротивлением различного рода переменам.

Необходимо рассмотреть характерные особенности инноваций, которые применяются в отношении многих аспектов управления кадрами:

- повышение удовлетворенности и лояльности персонала к организации;
- повышение удовлетворенности и лояльности клиентов к организации за счет оптимизации работы персонала;
- снижение стоимости затрат на работников в себестоимости продукции (товары, услуги, работы);
- снижение затрат и времени на выполнение рабочих операций [5].

Учитывая вышеуказанные характерные особенности, под «инновационными технологиями в сфере управления кадрами» следует понимать новые для организации технологии, инструменты, способы и средства трудовой деятельности, которые позволяют повысить конкурентоспособность и результативность организации.

Важно отличать инновации в сфере управления кадрами от обычных нововведений. Например, перевод персонала от ручного труда к компьютерным средствам для осуществления трудовой деятельности не стоит считать инновационной технологией, так как данное новшество широко распространено. В том числе изменение организационной структуры в управлении предприятием от одной традиционной (линейной, иерархической) к другой общепризнанной структуре (дивизиональной или матричной) не является инновацией.

Стоит отметить, что особую роль в инновационных технологиях управления кадрами на современном этапе играют информационные системы и правильное построение менеджмента в организации, элементом которого будут служить технологии управления персоналом [6].

Как показывает практика, зарубежные и российские организации используют множество инноваций в сфере управления персоналом. Перспективным

направлением для отечественной практики, которое включает в себя большое количество инновационных технологий является формирование торговых площадок. Данное направление базируется на web-технологиях, которые применяются в организациях.

Основными задачами данных технологий служат:

- формирование интерактивной среды коммуникации между работниками организации;
- увеличение вовлеченности и мотивации персонала в деятельность предприятия;
- генерация и отбор наиболее эффективных и перспективных идей в сфере управления кадрами организации.

Примером показательного и успешного введения инноваций (создание инновационной площадки) управления персоналом в организации служит реализованная Сбербанком «Биржа идей». Она представляет собой корпоративную систему для сбора, обработки и анализа различного рода предложений, которая реализуется в виде корпоративной системы организации. Данные Сбербанка показывают, что за период внедрения инновационной технологии персоналом организации инициировано десятки тысяч идей, которые в большинстве своем уже реализованы. В совокупности эффект от внедрения данной технологии оценивается в 4,1 млрд. руб. (за 2014 год) [7].

К эффективным и перспективным инновациям, которые в ближайшее время должны быть не только рассмотрены, но и реализованы отечественными предприятиями относят:

1. Формирование «корпоративных систем обучения» («корпоративных школ и университетов»). Данная система предполагает специализированный подход к обучению персонала организации, который ориентируется на практическую деятельность и учитывает внутренние характеристики конкретной организации на основе многолетнего опыта ее работы.

2. Система «карьерный портал». Технология предполагает внедрение специализированных информационных интернет-средств (Интернет-ресурса или портала организации), которые создают социальную, так называемую, сеть для персонала организации. Такая сеть позволяет размещать тесты и игры для персонала, рассматривающегося в качестве кандидатов на руководящие должности организации.

3. Формирование «виртуальных школ». Данная система действует на основе сайта организации и позволяет любому работнику заняться онлайн-обучением при получении определенного уровня доступа.

4. Введения инструментария для целей мотивации персонала, который основывается на возможности оперативного контроля персоналом достижений и показателей в режиме реального времени (также является Интернет-ресурсом).

Для решения различных задач в сфере управления персоналом необходимы такие информационные технологии, которые смогли бы формировать такие инновационные возможности, как:

- повышение работоспособности организации в сфере автоматизации рутинных процессов рекрутмента;
- снижение трудоемкости большого количества процессов, связанных кадрами;
- индивидуализация кадрового труда;
- расширение штата организации посредством работы «удаленных» сотрудников;
- возникновение новых перспективных возможностей, которые до настоящего времени были недоступны без применения инноваций в сфере информационных технологий [8].

Информационные технологии в сфере управления кадрами позволяют создавать персональные профили сотрудников, поддерживать их «личные кабинеты». Помимо этого, каждый работник может найти необходимую информацию по заработной плате, налогам и не только. На сегодняшний день становятся востребованными комплексные системы управления кадрами. Востребованность таких систем обусловлена суровой конкурентной борьбой организаций за кадровый состав. По данным специалистов, такой сегмент в скором будущем приобретет интенсивный характер - 20-30% в год, а возможен быстрый подъем до 40%. Безусловно, информационные технологии имеют большое количество преимуществ в сфере управления персоналом организации [9].

Но стоит отметить, что технологии не способны автоматизировать абсолютно все способы, методы и функции управления кадрами. Существуют такие задачи, которые не подлежат решению с помощью применения информационных технологий. Одной из самых важных задач являются, прежде всего, психологические факторы личности. Если техническое задание можно запрограммировать, то психологический фактор будет действенен только с помощью осуществления личной взаимосвязи.

Следовательно, для успешного и эффективного функционирования любого предприятия необходимо постоянно улучшаться и вводить различные новшества. На современном этапе времени инновации в сфере управления персоналом очень важный шаг на пути к успеху любой компании.

Вданной работе рассмотрены основные особенности инноваций и инновационных технологий в сфере управления кадрами. Стоит сказать, что простыми словами под инновацией подразумевают введение нового или максимально улучшенного продукта, товара, услуги или процесса. Инновационной деятельностью называют деятельность, состоящую из взаимосвязанных научных, финансовых, технологических и иных видов мероприятий, с помощью которых создаются, осваиваются и распространяются инновационные технологии. Инновационная деятельность позволяет компаниям значительно повысить конкурентоспособность на рынке [10].

Инновационные технологии в сфере управления кадрами - методы и способы максимально эффективного управления различными кадровыми процессами компании.

Список литературы

1. Балашова Е. Финн Кюдланд и Эдвард Прескотт: движущие силы экономических циклов (Нобелевская премия 2004 г. по экономике) // Вопросы экономики. 2015. № 1.
2. Бахтизин А.Р. Агент-ориентированные модели экономики. М.: Экономика, 2018.
3. Бьюзен Т., Бьюзен Б. Интеллект-карты: практическое руководство. М.: Попурри, 2016.
4. Воронова Э.Б., Кислухина И.А. Развитие методологии антикризисного управления социально-экономическими системами. Сургут: Дефис, 2017.
5. Девятков Л.А. Социальный аспект управления персоналом в условиях модернизации. URL: <http://www.iupr.ru/razdel-3-materialyi-po-itogam-raboty-iii-mezhdunarodnogo-internet-foruma-aktualnyie-voprosyi-modernizatsii-ekonomika-obrazovanie-upravlenie-politika-biznes/>.
6. Дубинец О.В., Ириков В.А. Адаптивная инновационная стратегия антикризисного управления ростом малых и средних предприятий: методика и пример реализации. М.: МИЭЭ, 2015.
7. Герасимов Б.И., Косов Н.С., Дробышева В.В. Экономическая теория. Макроэкономика. Переходная экономика. М., 2014.
8. Исаев Р.А. Социальные технологии в практике эффективной деятельности менеджера // Российское предпринимательство. 2017. № 4. Вып. 1 (88). URL: <http://www.creativeconomy.ru/articles/9770/>.
9. Каплан Р.С., Нортон Д.П. Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию / пер. с англ. М.: Олимп-Бизнес, 2013.
10. Клочков А.К. КРП и мотивация персонала: полный сборник практических инструментов. М.: Эксмо, 2012.
11. Рыхтикова Н.А. Эффективность управления риском снижения инновационной активности организаций: анализ и выявление факторов определяющего воздействия // Наука и инновации в современном мире: экономика. 2017.
12. Рыхтикова Н.А. Управление риском снижения финансирования организации в условиях экономического кризиса // TheGenesisofGenius. 2017. №1.
13. Торгашев Р.Е. Государственная региональная политика и стратегическое управление экономикой региона. - Учебник для вузов. – Ульяновск. Изд-во: «Зебра». – 131 с.
14. Торгашев Р.Е. Государственное стратегическое управление, прогнозирование и планирование. - Учебник для вузов. – М.: Перо. - 2017. – 99 с.
15. Торгашев Р.Е. Исследование социально-экономического прогнозирования и планирования. – Учебник. - М. – МГОУ. – 2013 . – 94 с.
16. Торгашев Р.Е. Основы прогнозирования и планирования. - Учебник. - Ульяновск. – 2018 . – 66 с.

НАПРАВЛЕНИЯ И ПУТИ УЛУЧШЕНИЯ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

*Матенчук В.О.,
магистр
ОЧУ ВО «Московская международная академия»*

Эффективность использования ресурсов и оптимизации финансового состояния предприятия в современных экономических условиях в значительной степени зависит от наличия, использования и совершенствования экономического потенциала предприятия. Одной из особенностей неустойчивого функционирования современных предприятий является количественная, качественная и структурное несовершенство экономического потенциала хозяйствующих субъектов, обусловлена значительными потерями ресурсов в осуществлении реформ и сложным финансовым положением предприятий [1].

Первоочередным этапом в улучшении финансового состояния российских предприятий является поиск оптимального соотношения собственного и заемного капитала, который бы обеспечил минимальный финансовый риск при максимальной рентабельности собственного капитала. Оптимизация ликвидности предприятия реализуется с помощью оперативного механизма финансовой стабилизации - системы мер, направленных, с одной стороны, на уменьшение финансовых обязательств, а с другой, на увеличение денежных активов, обеспечивающих эти обязательства. Финансовые обязательства предприятие может уменьшить за счет: уменьшения суммы постоянных расходов (в частности расходов на содержание управленческого персонала); уменьшение уровня условно заменимых расходов; продление сроков кредиторской задолженности по товарным операциям.

Увеличить сумму денежных активов можно за счет: рефинансирование дебиторской задолженности (путем факторинга, учета и дисконтирование векселей, форфейтинга, принудительного взыскания); ускорение оборачиваемости дебиторской задолженности (путем сокращения сроков предоставления коммерческого кредита); оптимизация запасов товарно-материальных ценностей (путем установления нормативов товарных запасов методом технико-экономического расчета); сокращение размеров страховых, гарантийных и сезонных запасов на период нахождения предприятия в финансовом кризисе [2].

В условиях конкурентной среды актуальность приобретает оптимизацией сбытовой политики предприятия. Предприятию необходимо активизировать политику в области маркетинга с целью продвижения своей продукции, фактически за счет высокого качества и цены, ниже от среднеотраслевой является конкурентоспособность. Важными для решения есть вопрос рекламы, упаковки, выпуска высококачественной сувенирной продукции, фирменная торговля, стимулирование сбыта различными путями.

Правильный подход к продвижению продукции производителями товаров позволит увеличить реализацию продукции, создаст реальные предпосылки для выхода предприятия из финансово-экономического кризиса. Целесообразно так-

же обратить внимание на то, что для улучшения своего финансового положения производители товаров и услуг должны реализовывать всю продукцию, которая застаивается на складах. Для расширения рынков сбыта предприятие может создать пункты розничной торговли. Это приведет к увеличению прибыли и увеличению оборачиваемости капитала. Внедрение этого проекта, конечно же, не решает существующих финансовых проблем, но позволит сократить срок реализации товара и ускорить расчеты с кредиторами [1].

Конкурентоспособность на рынке сбыта можно достичь путем снижения себестоимости продукции за счет внедрения новой техники, технологий, рационального использования как материальных, так и трудовых ресурсов, уменьшение удельного веса постоянных затрат в себестоимости продукции, ведь снижение себестоимости продукции прямо пропорционально влияет на увеличение прибыли предприятия. Стоит также обратить внимание на рост стоимости ввозной пошлины в России. Поэтому отечественным производителям целесообразнее закупать сырье и материалы в пределах страны, чем ввозить из-за границы.

Еще одним направлением улучшения финансового состояния предприятия является увеличение денежных средств на расчетном счете предприятия, это увеличит коэффициент абсолютной ликвидности и позволит предприятию принимать долго и краткосрочные займы в банке для финансирования текущей деятельности, которые выдаются только платежеспособным предприятиям, в которых коэффициент абсолютной ликвидности соответствует норме.

Увеличение денежных средств можно обеспечить за счет реализации излишних производственных и непроизводственных фондов, сдачи их в аренду. Следующим направлением улучшения финансового состояния предприятия может стать производство и разработка новых видов продукции, которая интересует потребителей, а также получение лицензий на производство «ходовых» товаров, что позволит стабилизировать и улучшить финансовое состояние предприятия [6].

Финансовое состояние предприятия не может быть устойчивым, если оно не получает прибыли в размерах, обеспечивающих необходимый прирост финансовых ресурсов, направленных на укрепление материально-технической базы предприятия и их социальной сферы. Информация о финансовом состоянии предприятия чрезвычайно важна как для руководства предприятия, так и для инвесторов. Поэтому заслуживает внимания проблема по информационному обеспечению предприятия. Достоверность данных о финансовом состоянии предприятия является важным условием для принятия правильных управленческих решений.

Одной из причин кризисного состояния отечественных предприятий является ненадлежащее исполнение финансовыми службами возложенных на них функций, в частности отсутствие гибкого финансового планирования и анализа, управления рисками и несвоевременное выявление финансовой нестабильности. Финансовое состояние предприятия зависит от результатов его производственной, коммерческой и финансово-хозяйственной деятельности. Прежде всего на финансовое состояние предприятия положительно влияет бесперебойный выпуск и реализация высококачественной продукции.

Поскольку финансовое состояние - это одна из важнейших характеристик деятельности каждого предприятия, то его надо систематически и всесторонне оценивать с использованием различных методов, приемов и методик анализа. Это позволит критическую оценку финансовых результатов деятельности предприятия как в статике за определенный период, так и в динамике – за ряд периодов, позволит определить «болевы точки» в финансовой деятельности и способы эффективности использования финансовых ресурсов, их рационального размещения.

К основным факторам, которые могут повлиять на финансовый кризис на предприятиях, относятся: внешние или экзогенные (не зависят от деятельности предприятия) и внутренние, или эндогенные (зависящие от предприятия). Главными экзогенными факторами финансового кризиса на предприятии могут быть: спад конъюнктуры в экономике в целом; значительный уровень инфляции; нестабильность хозяйственного и налогового законодательства; нестабильность финансового и валютного рынков; усиление конкуренции в отрасли и кризис отдельной отрасли; усиление монополизма на рынке; дискриминация предприятия органами власти и управления; политическая нестабильность в стране [2].

Главные эндогенные факторы финансового кризиса: отсутствие четко определенной стратегии развития предприятия; дефициты в организационной структуре; низкий уровень менеджмента; низкий уровень маркетинга и потеря рынков сбыта продукции; неудовлетворительное использование производственных ресурсов; непродуктивное содержание лишних рабочих мест.

Учитывая проблемы финансового состояния предприятия в условиях финансового кризиса, а также необходимость стабилизации финансовой устойчивости предприятий в условиях финансовой нестабильности, следует принять следующие меры: устранение внешних факторов банкротства; совершенствование текущего календаря финансового документа, в котором подробно отображается денежный оборот предприятия; регулирование уровня незавершенного производства; перевод низкооборотных активов в высокооборотные; употребление локальных мероприятий по улучшению финансового состояния; обеспечение финансового положения предприятия в среднесрочной перспективе, которое проявляется в стабильном поступлении выручки от реализации в достаточном уровне ликвидности активов, повышении рентабельности продукции, установление приостановления штрафных санкций за просроченную кредиторскую задолженность, обеспечение достаточности финансовых ресурсов для покрытия новых текущих обязательств; постепенное погашение старых долгов, сокращение расходов до минимально допустимого уровня, проведение энерго и ресурсосберегающих мероприятий; создание стабильной базы; обеспечение устойчивого финансового положения предприятий в долгосрочной перспективе, создание оптимальной структуры баланса и финансовых результатов, финансовой системы предприятия к неблагоприятному внешнему воздействию [4].

Становление рыночных отношений в России сопровождалось активным развитием предпринимательства, созданием новых предприятий, деятельность

которых направлена на достижение определенных результатов. Однако их особенностью была и остается низкая экономическая устойчивость. Поэтому исследования экономических процессов на уровне предприятия, как основного звена национальной экономики, имеет ключевое значение. Именно на этом уровне управления необходимо глубоко определить все возможности, которые есть у каждого предпринимателя для достижения и поддержания устойчивого и эффективного развития экономики. И, что важно, от решения этих проблем предприятиями зависит экономическая устойчивость на всех других уровнях управления производством [6].

Сбалансированность достигается путем обеспечения оптимальных количественных соотношений между элементами общей системы, которые позволяют ей гармонично развиваться. Поэтому экономическая устойчивость предприятия предполагает такое состояние предприятия, при котором обеспечивается максимально согласованное взаимодействие всех его элементов.

Приоритетными и весомыми функциональными составляющими являются именно внутренние факторы. Поэтому для оценки экономической устойчивости предприятия необходимо классифицировать ее составляющие по функциональному признаку, а именно: финансовая, производственная, кадровая, маркетинговая, инвестиционная и управленческая. Однако следует учитывать, что каждая из составляющих (финансовая, производственная, кадровая, маркетинговая, инвестиционная, управленческая) характеризуется своим перечнем мероприятий, которые способствуют их устойчивости.

Система мер по поддержке экономической устойчивости предприятия должна предусматривать: постоянный мониторинг внешних и внутренних состояний предприятия; разработку мероприятий по снижению внешней уязвимости предприятия; разработку подготовительных планов при возникновении проблемных ситуаций, осуществлении предварительных мер для их обеспечения; внедрение планов практических мероприятий при возникновении кризисной ситуации, принятия рискованных и нестандартных решений в случае отклонения развития ситуации; координацию действий всех участников и контроль за выполнением мероприятий и их результатами.

Именно при таких условиях можно обеспечить систему мониторинга каждой из составляющих экономической устойчивости предприятий, которая смогла бы предоставить возможность оптимизировать ее в соответствии с перспективами развития. Так, если мониторингом обнаружен недостаточный уровень финансовой устойчивости предприятия, то можно реализовать следующее: оптимизация движения финансовых ресурсов предприятия и урегулирования финансовых отношений, которые возникают во время расчетных отношений между хозяйствующими субъектами с целью эффективного их распределения; разработка устойчивой финансовой стратегии предприятия; разработка проектов перспективных и текущих финансовых планов, прогнозных балансов и бюджетных средств; расчет прогнозных значений реализации продукции (планов продаж) и планов капиталовложений, себестоимости продукции и тому подобное; опре-

деление источников финансирования хозяйственной деятельности, а также бюджетное финансирование, долго и краткосрочное кредитование и тому подобное; координация финансовых подразделений предприятия [5].

Именно за счет устойчивой финансовой предприятие способно вкладывать средства в разработку новых товаров (услуг), осваивать новые рынки сбыта путем демпинга, обеспечивать или способствовать обеспечению маркетинговой деятельности предприятия, развивать новые направления деятельности, поддерживать инвестиционную устойчивость, и, имея высококвалифицированный персонал, обеспечивать кадровую устойчивость предприятия, эффективный процесс управления.

Следовательно, финансовая составляющая считается ведущей и решающей, поскольку в рыночных условиях хозяйствования финансы являются движущей силой любой экономической системы.

Важным объектом регулирования, согласно мониторингу, является производственная устойчивость предприятия. Учитывая сложность производственных отношений на предприятии и разнообразие выполняемых им функций его устойчивость определяется многими внутренними и внешними факторами, каждый из которых влияет на поставку и восстановление качественного, конкурентоспособного продукта.

Управление производственным процессом, через производственный менеджмент, успешно осуществляется благодаря гибким планам, правильному использованию элементов производственной системы и действенного контроля над всеми видами деятельности предприятий. Основными конечными целями в обеспечении устойчивого производственного процесса являются: оптимальный объем продаж, качество произведенной продукции, удовлетворение потребителя, получения прибыли, укрепления имиджа предприятия, постоянный контакт с клиентами, послепродажное обслуживание.

Именно постоянный контроль за повышением эффективности производства и ресурсным обеспечением может гарантировать выполнение основных целей производственного процесса предприятий и их устойчивости.

Достижение экономической устойчивости предприятия возможно только при условии использования элементов современного менеджмента, своевременной реакции на изменения внешней среды и стратегического видения будущего состояния предприятия.

Осуществленные исследования путей улучшения финансового состояния предприятия позволяют сделать выводы об основных направлениях улучшения финансового состояния предприятия и формирования его финансовой стратегии.

Совершенствование финансовой работы на предприятии целесообразно осуществлять по следующим направлениям: системный и постоянный финансовый анализ их деятельности; организацию оборотных активов в соответствии с существующими требованиями с целью оптимизации финансового состояния; внедрение управленческого учета, и на этом основании, оптимизации расходов предприятия; оптимизацию распределения выручки и выбор эффективной дивидендной политики; более широкое внедрение коммерческого кредита с целью

оптимизации источников денежных средств; применения лизинговых операций с целью развития производства; внедрение современной системы управления денежными потоками; разработка и реализация стратегической финансовой политики предприятия.

Таким образом, финансовое состояние предприятия имеет важное значение в системе оценки бизнеса. Оно определяется размещением и использованием активов и характером источников их образования – пассивов. Комплексный анализ финансового состояния охватывает анализ активов и пассивов, анализ финансовых коэффициентов рентабельности, кредитоспособности, финансовой устойчивости, банкротства и платежеспособности. Дальнейшее развитие организации, выявление резервов для повышения уровня производства на предприятии, будут зависеть в основном от того насколько точно и эффективно будет проведен анализ финансового состояния предприятия.

Список литературы

1. Лупей Н.А, Горина Г.А. Финансы и налогообложение торговых организаций. Издательство: Дашков и К° Год, 2015.
2. Самсонов, Н.Ф. Управление финансами. Финансы предприятий: Учебник / А.А. Володин, Н.Ф. Самсонов, Л.А. Бурмистрова; Под ред. А.А. Володин. - М.: ИНФРА-М, 2015.
3. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности организации// Г.В. Савицкая. - Минск: «Новое знание», 2014.
4. Шуляк П.Н. Финансы организации. Учебник. – М.: Издательский Дом «Дашков и Ко», 2015 .
5. Финансовый директор. Финансовый анализ как инструмент эффективного управления бизнес-процессами в хозяйствующих субъектах // Интернет-журнал Науковедение . 2015. №2 (21).
6. Яковлев П.А. Управление финансовыми потоками. – М.:Литера, 2014..

МЕТОДИКИ ОБУЧЕНИЯ ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ НА ОСНОВЕ РЕЧЕВЫХ СИТУАЦИЙ

Медникова Валерия Игоревна

Аннотация: В данной статье автор обосновывает значимость разработки методик обучения иностранному языку на основе речевых ситуаций. Использование принципа ситуативности позволяет сделать обучение максимально эффективным, комфортным и интересным. Актуальность изучаемой проблемы подчеркивается современными запросами общества относительно владения иностранным, в частности английским, языком.

У современной концепции обучения иностранным языкам ярко выраженная гуманистическая направленность, в которой отражается индивидуальный подход к каждому обучаемому, самостоятельная работа во время обучения, максимальная реализация творческих замыслов преподавателя. Методическим стандартом в обучении иностранным языкам в настоящее время можно назвать метод коммуникативной направленности. Ситуативность является весьма важным принципом коммуникативно-ориентированного обучения. Так что у самого процесса обучения должна иметься ситуативная основа, чтобы усилить мотивы развивать навыки разговора, чтения, письма на иностранном языке [2, с. 12].

Данный вид речевой деятельности и его роль при обучении иностранным языкам имели свое развитие на разных этапах исторического развития общества. В дореволюционный период интеллигенция могла свободно общаться на нескольких языках, с установлением режима советской власти само существование предмета «иностранный язык» было поставлено под угрозу. И все-таки доминирующим видом речевой деятельности являлось чтение, то есть рецептивное владение иностранным языком [10, с. 22].

В настоящее время темпы развития современного мирового сообщества, открытость границ, необходимость совместного решения глобальных проблем вносят изменения во все сферы жизнедеятельности людей, в том числе и в образование. Согласно проекту национальной образовательной инициативы «Наша новая школа», «...школьное обучение должно быть построено так, чтобы выпускники могли самостоятельно ставить и достигать серьезных целей, умело реагировать на разные жизненные ситуации». Следовательно, программы школьных предметов, а также технологии и методы обучения должны способствовать и познанию мира, и способу самовоздвения. Конечная цель обучения заключается в освоении духовно-ценностных основ жизни, приобретении навыков в поисках самого себя в мире общечеловеческих ценностей. Кроме того, совершенно необходимо, чтобы знания, получаемые детьми в школе, носили не только теоретический, но и прикладной характер [6 с. 25].

Современное общество, становится все более интерактивным и взаимосвязанным — по сути своей, всепланетным. Основной целью современной образовательной системы заключается в воспитании людей, всесторонне развитых,

восприимчивых к новому знанию, настоящих граждан мира, которые способны стать активными участниками поликультурного международного сообщества. Таким образом, в современной педагогике появляется термин «гражданином мира» [10, с. 20].

Чтобы стать «гражданином мира» (a global citizen), дети, несомненно, должны обладать навыком говорения на языке мира, а на сегодняшний день им является английский язык. В государственном образовательном стандарте основного и среднего образования указаны требования к обучению иностранному языку, анализ которых позволяет нам сделать вывод о том, что концепция модернизации российского образования определяет приоритетные цели и задачи, решение которых требует построения адекватной системы методического сопровождения школьников в общеобразовательных учреждениях среднего образования. Сейчас происходит много изменений – меняются общественные отношения, средства коммуникации (используются новые информационные технологии), и нужно постоянно повышать иноязычную коммуникативную компетенцию школьников, совершенствовать их филологическую подготовку. Социальным заказом общества в обучении иностранным языкам выдвигается задача развивать личность учащегося, усиливать гуманистическое содержание обучения, более полно реализовывать воспитательный, образовательный и развивающий потенциал учебного предмета применительно к индивидуальности каждого ученика (ФГОС-2, 2011).

Современные школьники входят в мир, где новые реалии, экономические отношения и духовные ценности. Обществу будущего нужны люди, которые умеют действовать и мыслить творчески и глобально, они будут выстраивать международные контакты, придут к сотрудничеству, а не к соперничеству; у этих людей должен быть высокий уровень социокультурной компетенции, развита эмпатия, толерантность, они должны уметь разрешать конфликты, у них будет высокая коммуникативная культура. Воспитание людей, которые бы обладали такими качествами – одна из важнейших задач современного образования [6, с. 29].

Поэтому не случайным является тот факт, что основная цель обучения иностранному языку в современном образовании – сформировать и развивать личность учащегося для достижения необходимого уровня иноязычной коммуникативной компетентности, для участия в межкультурной коммуникации на изучаемом языке, для самостоятельного совершенствования в овладении иноязычной речевой деятельностью (ФГОС-2, 2011). Достаточно подробно рассматривает сущность говорения Е.И. Пассов в своей книге «Коммуникативный метод обучения иноязычному говорению» [6, с. 6].

Он выделяет несколько аспектов данного явления, первый из которых гласит, что говорение выполняет в жизни человека функцию средства общения. В рамках данного утверждения под говорением Е.И. Пассов понимает «выражение своих мыслей в целях решения задач общения». По его мнению, в средней школе следует считать целью обучения не язык, и не речь как «как способ формирования и формулирования мысли» (И.А. Зимняя), а все виды речевой деятельности – говорение, чтение, аудирование и письмо, каждый из которых требует определенного метода ее достижения. Так для говорения как средства общения этим методом становится коммуникативный метод [6, с. 25].

Все вышесказанное дает нам возможность прийти к заключению, что главное в обучении говорению это создание на уроках условий речевых ситуаций общения, без которых обучение говорению в принципе не представляется возможным.

Ситуативность в качестве принципа означает, что основа обучения говорению – это ситуация. Говорение является выражением своих мыслей для того, чтобы решать задачи общения. В связи с этим цель обучения – не сам язык, что дает филологическое образование в специальном ВУЗе, и не сама речь в качестве «способа формировать и формулировать мысль» (Н. А. Зимняя), и даже не просто речевая деятельность, а виды речевой деятельности в качестве средств для общения. Если применить это к говорению, то можно сказать, что оно, если его дополняет паралингвистика (мимика и жесты) и праксемика (движение и позы) является средством осуществить устную форму общения. То есть из этого следует вывод, что обучать говорению, но при этом не обучать общению и не создавать на занятиях речевых ситуаций, совершенно невозможно [5, с. 18].

Понятие «ситуация» в коммуникативном методе очень отлично от традиционного определения. Любой педагог сталкивался с ситуацией, когда получил задание: «Вы пришли в магазин. Начните разговор с консультантом», обучаемый не может ничего сказать, хотя у этой ситуации есть стимулирующая сила. Если же эта ситуация не может вызвать высказываний, то, вероятно, это не является ситуацией. Но тогда почему эти ситуации используют при обучении? Причина этому – популярное определение ситуации в качестве совокупности определенных обстоятельств («На работе», «Обед», «В магазине», «На вокзале», «На переговорах»). Называя обстоятельства, люди пытаются задать ситуацию извне. Но тогда ее не принимает студент [8, с. 10].

Когда несколько людей общаются между собой (в кафе, на работе), то возникают совершенно разные ситуации, потому как ситуация может возникнуть только тогда, когда существуют некие отношения между общающимися. Это зависит от людей, а не от обстоятельств или места, где возникает ситуация. Когда человек разговаривает, то его слова имеют отношение к реальной действительности, но опора для него в момент говорения не слова, а некие умственные образы. Это подчеркивает методически важную черту ситуации – отсутствует непосредственная привязанность слов к обстоятельствам, которые имеются на данный момент. Если человеком осуждается какой-то поступок, а другой человек этот поступок оправдывает, то «осуждение-оправдание» и является ситуацией. Это основа для внешних обстоятельств. И только она может создать реальную ситуацию, на которой будет основываться обучение говорению.

В процессе проведения исследований, посвященных изучению роли и месту, отведенному для ситуации в школьном обучении, Ю. К. Юдин отыскал более сорока определений, которые можно отнести к понятию «ситуация». В определениях, предложенных различными исследователями, на первый план всегда выдвигается определенный компонент или функция [4, с. 104].

Например, определение ситуации, предложенное А.А. Леонтьевым, подчеркивает её ориентировочную функцию; под определением ситуации понима-

ют «совокупность таких факторов предречевой ориентировки, которые являются константными в различных конкретных условиях ориентировки и изменение которых влияет на изменение программы или операционной структуры речевого действия». Кроме того, ситуация определяется как совокупность условий, которых достаточно для обеспечения речевого воздействия по намеченному плану, независимо от того, задаются ли эти условия в тексте или учителем в классе [5, с. 68].

Из определения, данного А. А. Алхазисвили, ситуация понимается в качестве обстоятельств, которые в данный момент имеют наибольшую ценность [1, с. 34]. Е. И. Пассов с его учениками определяет ситуацию в качестве отраженной в сознании и объективируемой в речевой деятельности формы функционирования процесса общения, в основании которой находится микросистема взаимоотношений двух (и более) человек, ее связи с макросистемой контекста их деятельности, побуждающей к речевым поступкам и определяющей их предметность и содержательность [25, с. 69].

Определение, которое дает В.Л. Скалкин, звучит так: коммуникативная ситуация – это динамическая, ограниченная пределами акта общения система взаимодействующих факторов объектного и субъектного плана, включающая саму речь, вовлекающая человека в языковую деятельность и определяющая его речевое поведение как в роли говорящего, так и в роли слушающего [9, с. 25].

Однако В.А. Бухбиндер выказывает другую точку зрения. Он считает, что ситуация есть нечто внешнее в отношении языковых средств высказывания, и смешивать ее с ними нельзя. В. А. Бухбиндер включает в структуру естественной ситуации предситуацию, обстоятельства и отношения, задающие стимулы, мотивы, условия и цели совершения речевого действия [3, с. 104].

После анализа предлагаемых психологами, лингвистами и методистами определений речевой ситуации, Е.М. Розенбаум отмечал важность необходимости учитывать две стороны реальной ситуации общения – объективную и субъективную т.е. то, что существует вне зависимости от человека и то, что наиболее для него существенно [8, с. 11].

В условиях учебного заведения речевая ситуация – это имитация реального общения, поскольку как сама ситуация, так и ее участники являются воображаемыми. Учебную модель речевой ситуации называют «учебно-речевой ситуацией» и понимают в качестве «динамической структуры (системы) факторов, определяющих собой содержание и форму учебно-речевого действия учащихся» [8, с. 13].

В свете вышеизложенного мы можем дать определение понятию «ситуация». Ситуация – это динамичная система взаимоотношений между общающимися, порождающая через ее отраженность в сознании личностную потребность целенаправленной деятельности и питающая ее [8, с. 12].

Таким образом, примеры определения речевой ситуации, приведенные выше, не противоречат друг другу, а скорее дополняют, чем подчеркивают многомерность понятия «ситуация».

Все речевое общение человека осуществляется в ситуациях. Психологами отмечена лучшая запоминаемость и сокращение времени реакций при высказыва-

ниях на иностранном языке, в случае, если они происходят в связи с конкретной ситуацией, поскольку ситуативный характер речи учеников облегчает процесс запоминания и говорения.

Поскольку вся деятельность человека происходит в ситуациях и порождает ситуации, соответственно, речевая деятельность порождает и происходит в речевых ситуациях. Следовательно, к проблеме обучения устному речевому общению нужно подходить, исходя из конкретной ситуации, как отражения объективной реальности. Любая ситуация имеет две стороны: это одновременно и совокупность «реальных временных, предметных и пространственных условий» [10, с. 145], которые существуют независимо от человека; с другой – это отражение в нашем сознании тех связей, отношений и зависимостей, которые являются наиболее для нас существенными.

Ситуация является динамичной, и она меняется, когда меняются речевые действия. Ситуация продвигается каждой репликой. Опираясь на изложенное, можно так определить понятие «ситуация»: она является динамичной системой взаимоотношений общающихся людей, которая отражается в сознании, и в результате формируется личностная потребность действовать целенаправленно. Следовательно, стоит рассматривать не тематичность ситуации, а ее содержательность.

При организации материала большое значение имеет классификация ситуаций:

1. обусловленная ситуация, когда реплики обучаемых обусловлены конкретным контекстом и целью говорящих;

2. необусловленные ситуации, когда речевое действие говорящего относительно свободно, его в данной ситуации направляет общая задача, которую невозможно выполнить с помощью только одной реплики. Эта ситуация возникает обычно в диалогах, которые содержат более четырех реплик [38, с. 12].

В.Л. Скалкиным были выделены дополняемые, проблемные, ролевые и вообразаемые учебно-речевые ситуации [9, с. 114].

1. Дополняемые учебно-речевые ситуации – ситуации, которые дополняют новой информацией, завершают описания чего-либо, формулируют вывод или умозаключение.

2. Проблемная учебно-речевая ситуация – ситуация, содержащая определенную внеречевую задачу, анализируя проблему, ученики должны подробно описать возможность умозрительного решения [9, с.115].

3. Вообразаемые учебно-речевые ситуации апеллируют к воображению участников дискуссии. Эти ситуации предопределяют споры, дискуссии, отстаивание своего мнения.

4. Ролевые учебно-речевые ситуации – ситуации, в которых указывается социальная роль участников.

В.Л. Скалкиным рекомендовано использование учебно-речевых ситуаций в последовательности, которая приведена выше, т.е. с переходом от более простых дополняемых учебно-речевых ситуаций к самым сложным – ролевым, и применение их на окончательном этапе работы над изучаемой темой. Считается, что

только после овладения полным лексическим материалом темы, учащиеся смогут принять участие в ситуациях общения, предлагаемых далее [9, с. 117].

При рассмотрении механизмов любого речевого высказывания можно увидеть, что ситуация помогает развивать любой из них: механизм дискурсивности, поскольку при учете взаимоотношений общающихся говорящий развивает стратегию и тактику общения; механизм упреждения, его развивает учет реакции собеседника; механизм выбора.

Только в ситуации, как в системе взаимоотношений, можно развить многие важные качества и умения. Например, целенаправленность развивается через наличие речемыслительной задачи; продуктивность можно эффективно развить из-за необходимости всякий раз создавать новое; самостоятельность – как продукт идеальной субъективной природы ситуации, понуждающей человека искать опоры в собственной памяти и мышлении, а не на внешнюю среду.

Из этого мы можем сделать вывод, что ситуация является универсальной формой функционирования процесса общения, существуя как интегративная динамическая система социально-статусных, деятельностных, ролевых и нравственных взаимоотношений субъектов общения, отражающаяся в их сознании и возникающая на основе взаимодействия ситуативных позиций общающихся [9, с. 59].

При обучении устной иностранной речи очень трудно создать естественные ситуации общения. У возникающих самих по себе в учебной обстановке ситуаций общения, во-первых, узкая содержательная задача, во-вторых, их можно реализовать и на родном языке. Первое обстоятельство связано с тем, что необходимо введение в ситуацию содержания, которое явно выходит за пределы занятий. А второе – с тем, что для обучаемых иностранный язык является объектом изучения, а не средством общения. Язык они ассоциируют с процессом обучения, а это противоречит естественному общению. Преподаватель воспринимается ими как человек, который ставит перед ними определенные задачи и контролирует выполнение этих задач.

Естественная ситуация общения иногда возникает, если даже к этому не прилагаются никакие усилия. Но порой создать ее довольно трудно, и не всегда человек опирается на жизненные события. Тогда ситуация вводится в какие-то отрезки действительности, которые фиксируются вербально, т.е. текстами или рисунками. Содержание текстов должно развиваться, соответствуя сюжетным линиям. Но не всегда содержание можно выразить словесно, иногда часть только подразумевают. И если человек понял текст, то эти части он воссоздает. Часто у подразумеваемых частей главная роль в окончательном оформлении содержания текста. Создать речевую ситуацию общения с помощью опущенных звеньев текста - универсальный прием, поскольку используется не только тогда, когда текст специально подготовлен для этого [7, с. 98].

В основе способа создания ситуаций с помощью вербального материала - подбор текстов, которые допускают активное оценочное отношение к излагаемому. Общение возникает тогда, когда преподаватель, опираясь на содержание, вызывает совершенно разное отношение обучающихся к одним и тем же вещам.

Этот прием используется не только в подобранных учебных текстах, но и тогда, когда обсуждается любая актуальная тема. Задача преподавателя в том, чтобы, учитывая интересы обучаемых, предложить им обсудить событие, которое их может заинтересовать. Так как противоположность оценок - это решающий фактор в дискуссии, преподаватель должен провоцировать ее и в том случае, когда обучаемые имеют единую точку зрения. Это очень легко воплотить, если у преподавателя будет противоположная позиция. [7, с. 95]

Следовательно, для принципа ситуативности требуется преподаватель, умеющий общаться. Но общение является двусторонним процессом. Какие бы умения общения ни были у педагога, у него на занятиях не будет речевого партнерства, если обучаемые не будут знать правил общения.

Ситуация в качестве опоры вербального общения есть совокупность речевых и неречевых факторов, которых достаточно для совершения речевого действия. В условиях обучения говорению на иностранном языке учитель постоянно вынужден создавать подобные ситуации, имеющие целью мотивировать учеников на активное общение.

Коллективная форма организации общения – это в большинстве случаев ролевая игра. Ее существенное преимущество – занятость всех участников. Также внимание учащихся концентрируется в течение всего занятия. Педагог, который включает ролевые игры в свои уроки, должен довольно критически относиться к механическим тренировочным упражнениям, потому что они монотонны, материал не является образцом реального общения.

Список литературы

1. Алхазидзе, А.А. Основы овладения устной иностранной речью / А.А. Алхазидзе. - М.: Просвещение, 1988. - 128 с.
2. Ариян, М.А. Организация учебного процесса по иностранным языкам с учётом индивидуальных особенностей школьников в условиях коллективных форм обучения [Текст] / М.А. Ариян // Психолого-педагогические проблемы общения в профессиональной подготовке учителя. - Горький: ГПИ, 1989. - с.75
3. Бухбиндер, В. А. О системе упражнений / В. А. Бухбиндер // Общая методика обучения иностранным языкам : хрестоматия. – М., 1991. – С.92–98.
4. Комианский, Г.В. Паралингвистика / Г.В.Комианский. М., 1974. — 156с.
5. Леонтьев А.А. - Основы психолингвистики. М., 1997. - 287 с.
6. Пассов Е.И. Коммуникативный метод обучения иностранному языку. М., 1985.
7. Пассов Е.И., Царьков В.Б. «Концепции коммуникативного обучения». М.,1993.
8. Розенбаум Е.М. Основы обучения диалогической речи на языковом факультете педагогических вузов. – М.: Высшая школа, 1975. – С. 13.
9. Скалкин В. Л. Коммуникативные упражнения на английском языке. М., 1983.
10. Соколова Е.Н. Методика обучения иностранным языкам: Продвинутый курс: Пособие для студентов педагогических вузов и учителей. – М.: АСТ Издательство, 2008. - 271 с.

ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ С ПОСТАВЩИКАМИ НА СОВРЕМЕННОМ РЫНКЕ

*Мередов Р.Р.,
магистр*

ОЧУ ВО «Московская международная академия»

Закупочная логистика - это управление материальными потоками в процессе обеспечения предприятия материальными ресурсами. Любое предприятие, как производственное, так и торговое, имеет службу, осуществляющую закупку, доставку и временное хранение сырья, полуфабрикатов и товаров народного потребления.

Закупки могут осуществляться следующим образом:

I. Закупка товара одной партией. Метод предполагает поставку товаров большой партией за один раз (оптовые закупки).

Его преимущества: простота оформления документов, гарантия поставки всей партией, повышенные торговые скидки.

Недостатки: большая потребность в складских помещениях, замедление оборачиваемости капитала.

II. Регулярные закупки мелкими партиями. Покупатель заказывает необходимое количество товаров, которое поставляется ему партиями в течение определенного периода.

Преимущества: ускоряется оборачиваемость капитала, так как товары оплачиваются по мере поступления каждой партии; достигается экономия складских помещений; сокращаются затраты на документирование поставки, поскольку оформляется только заказ на всю поставку.

Недостатки: вероятность заказа избыточного количества; необходимость оплаты всего количества, определенного в заказе.

III. Ежедневные (ежемесячные) закупки по котировочным ведомостям. Метод закупки широко используется там, где закупаются дешевые и быстро используемые товары. Котировочные ведомости составляются ежедневно (ежемесячно) и включают следующие сведения:

- полный перечень товаров;
- количество товара, имеющегося на складе;
- требуемое количество товаров.

Преимущества: ускорение оборачиваемости капитала; снижение затрат на складирование и хранение; своевременность поставок.

Недостатки: необходимо вести четкий учет заказываемых товаров.

IV. Получение товара по мере необходимости. Этот метод похож на регулярную поставку товаров, но характеризуется следующими особенностями:

- количество не устанавливается, а определяется приблизительно;
- поставщики перед выполнением каждого заказа связываются с покупателем;
- оплачивается только поставленное количество товара;
- по истечении срока контракта заказчик не обязан принимать и оплачивать товары, которые еще только должны быть поставлены.

Преимущества: отсутствие твердых обязательств по покупке определенного количества; ускорение оборота капитала; минимум работы по оформлению документов.

V. Закупка товара с немедленной сдачей. Сфера применения этого метода – покупка эпизодически используемых товаров и (или) когда их невозможно получать по мере необходимости. Товар заказывается тогда, когда он требуется, и вывозится со складов поставщиков.

Недостаток метода – в увеличении издержек, связанных с необходимостью детального оформления документации при каждом заказе, мелкие партии заказов и множество поставщиков.

Выбор поставщика:

I. Поиск потенциальных поставщиков.

Метод поиска информации:

- Объявление конкурса;
- Изучение рекламных материалов;
- Посещение специализированных выставок;
- Личные контакты.

В результате причисленных мероприятий формируется список потенциальных поставщиков, которые постоянно обновляются и дополняются.

II. Анализ потенциальных поставщиков.

Анализ проводится по определённым критериям, количество критериев определяется руководством предприятия. Главными чаще являются критерии цены и качества продукции, а также надежность поставок, под которыми понимаются соблюдение поставленных обязательств по срокам поставки, ассортименту, количеству и т.д.

Кроме основных критериев выбора поставщика, применяют и другие, в их числе:

1. удаленность поставщика от потребителя;
2. сроки выполнения текущих и экстренных заказов;
3. наличие у поставщика резервных мощностей;
4. организация управления качеством продукции у поставщика;
5. кредитоспособность и финансовое положение поставщика.

В результате анализа потенциальных поставщиков формируется перечень конкретных поставщиков, с которыми производится работа по заключению договорных отношений.

III. Оценка результатов работы с поставщиками.

На этом этапе происходит оценка взаимодействия с поставщиками и делается вывод о продолжении договорных отношений с поставщиком.

Чтобы поставщики не поставили компанию в сильную зависимость от себя, не навязывали невыгодные условия, вырабатывают стратегию взаимоотношений с поставщиками. Представим стратегию, которая широко применяется на практике, которая основана на выборе надежных поставщиков для долгосрочного сотрудничества. Главные стратегические цели – стимулирование выгодных условий партнерства и ограничение рыночной власти поставщиков

Для эффективного функционирования закупочной логистики предприятию необходимо иметь информацию о том, какие именно материальные ресурсы необходимы для производства продукции.

Такая информация содержится в плане закупок, главной целью которого является обеспечение согласованности действий всех внутрифирменных подразделений и должностных лиц предприятия по решению задач снабжения.

План закупок – это документ, предшествующий плану-графику. При составлении плана закупок устанавливается соответствие планируемой закупки целям осуществления закупок. С 2017 года план закупок стал обязательным.

Актуальность и сложность вопроса планирования планов закупки, составления проектов видна уже из того обилия специализированных изданий, что выпускаются в последнее время, раскрывая различные тонкие аспекты, нюансы вопроса. Многие обусловлены сложной экономической ситуацией в державе, на основании чего требования закона ужесточаются, равно как и контроль за их соблюдением. Есть и положительная сторона: удается эффективно предупредить злоупотребления, коррупционную составляющую, неэффективную растрату бюджетных накоплений.

Планирование закупок на год – самый часто встречающийся вариант. Не будет лишним составление планов и на длительный промежуток времени (пятилетка), но они формируются лишь в общих чертах. Бывают и кратковременные планы (например, на месяц), но такие отражают лишь текущие потребности предприятия. Годовой план – это не просто список необходимого к приобретению, но еще и документ, демонстрирующий перспективы учреждения, его стратегию развития, совершенствования рабочего процесса. Нередко к плану прилагается пояснительная записка, обосновывающая необходимость каждого из перечисленных пунктов. Это позволяет предупредить подозрения в злоупотреблении и доказать нужду в выделении средств [1].

Для каждого товара устанавливается минимальный и максимальный объем закупок. При закупке минимальных партий товара дистрибьютор руководствуется соображениями экономической целесообразности. Закупки товара ниже минимально установленной партии означают повышение цены единицы изделия.

Планирование закупок для деятельности фирмы является деятельностью высшего порядка. Оно приводит к улучшению показателей сбыта и прибылей, уменьшая расходную часть бюджета при прочих равных условиях. При планировании закупок главная задача фирмы состоит в установлении необходимого уровня товарных запасов, который должен быть сбалансирован так, чтобы избежать как переизбытка товаров на складе, так и дефицита на нем.

Изучение и прогнозирование покупательского спроса необходимо для обоснования коммерческих решений по оптовым закупкам товаров. Как известно, спрос – это форма рыночного проявления потребности. Спрос населения на товары формируется под влиянием многочисленных экономических, социальных, демографических, природно-климатических и других факторов, которые постоянно изменяются в процессе развития общественного производства. Поэтому только с помощью методов маркетинга коммерческие работники могут получить необхо-

димую информацию о товарах, о ценах, которые потребители готовы заплатить, о емкости рынка в отдельных регионах и т. д.

Закупки должны быть скоординированы с технологическим процессом и рассматриваться по ассортименту, качеству, количеству, упаковке, а также по графику поставки.

Постоянное совершенствование логистической системы закупок является обязательным условием для повышения конкурентоспособности бизнеса. Данный процесс невозможен без исследования рынка, предлагающего закупки материалов. Порой предприятию необходимо решить задачу либо покупки того или иного товара, либо его собственного производства.

После выбора поставщика необходимо заключить соглашение с ним по вопросу соблюдения требований к качеству закупок. Данная документация должна включать соглашение: по обеспечению качества; по методам проверки; регламентирующее решение спорных вопросов, касающихся качества поставляемых ресурсов.

Поставщик должен четко понимать стоящие перед ним задачи в области обеспечения качества поставляемых ресурсов. Соглашение по этому вопросу может предусматривать следующие положения: потребитель полагается на СМК поставщика, которую он имеет право проверять; предоставление при поставке установленных данных по контролю и испытаниям или зарегистрированных данных по управлению технологическим процессом; проведение сплошного контроля или испытаний; проведение входного выборочного контроля или выборочных испытаний; внедрение организацией-поставщиком системы менеджмента качества по требованию покупателя (потребителя) и т.д.

С поставщиком также следует заключить четкое соглашение о методах, которые будут использоваться потребителем для проверки соответствия поставленных ресурсов установленным требованиям. В процессе взаимодействия с ним должны быть разработаны процедуры совместного решения спорных вопросов, относящихся к качеству поставляемой продукции [16].

Методы и формы взаимодействия с поставщиком зависят: от его позиции в конкурентной среде; результатов его деятельности, проявляющихся в качестве поставляемой им продукции; базовых ресурсов, которыми располагает поставщик для производства такой продукции.

В целом можно выделить четыре основные формы взаимодействия с поставщиками в зависимости от названных факторов: организационно-экономическую; финансово-экономическую; социально-психологическую; юридическую.

Преимущества такого подхода очевидны, поскольку он обеспечивает успешное проведение переговоров в части определения цен, условий поставки или других контрактных обязательств. Наличие большого количества поставщиков, поставляющих определенные детали или изделия, обеспечивает возможность выбора в том случае, если один из них испытывает трудности, связанные с условиями поставки, качеством продукции, или трудности финансового характера. Кроме того, это позволяет успешно справиться с проблемами, возникающими

при необходимости увеличения объемов производства, не предусмотренного текущим производственным планом.

Однако эти преимущества обходятся весьма дорого. Объемы административной нагрузки, количество сотрудников, занимающихся размещением и отслеживанием заказов, и количество допускаемых ошибок находятся в прямой зависимости от количества активнодействующих поставщиков.

Тем не менее, необходимость сокращения количества поставщиков определяется более веским доводом: поскольку организации в своих взаимоотношениях с поставщиками ориентируются на получение входных деталей высокого качества, они предъявляют к ним настолько жесткие требования, что вынуждены ограничивать их число из-за недостаточного количества инженеров и специалистов в области качества, занимающихся вопросами поставок. Это особенно характерно для организаций с новейшей технологией, приобретающих сложные комплектующие изделия. Сокращение количества поставщиков способствует также развитию доверительных партнерских отношений между организациями.

При необходимости производства продукции высокого качества в течение продолжительного периода поставщик и потребитель заинтересованы в заключении долгосрочного контракта. Потребность поставщика в этом вполне понятна. Для обеспечения производства продукции высокого качества в течение всего жизненного цикла программы сотрудничества он должен сделать весьма значительные капиталовложения в средства производства. Это также дает ему возможность своевременно узнавать о требованиях, предъявляемых к конечному производственному процессу, и начинать вовремя работу над реализацией заказов, обеспечивая сокращение сроков производства нового изделия. Потребителю долгосрочные контракты позволяют экономить средства, поскольку отпадает необходимость в проведении повторных переговоров, переоснащении, переобучении сотрудников и т.д.

Список литературы

1. Стратегическое управление: теория и практика / Под ред. Е.С. Стояновой. - М.: Перспектива, 2015
2. Стерлигова А.Н. Управление запасами в цепях поставок - М.: Инфра-М, 2012
3. Сергеев, В. И. Управление цепями поставок : учебник для бакалавриата и магистратуры / В. И. Сергеев. — Москва : Издательство Юрайт, 2018

ЗАКУПОЧНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ И СИСТЕМЕ ЛОГИСТИКИ

Мередов Р.Р.,

магистр

ОЧУ ВО «Московская международная академия»

Закупочная логистика — это управление материальными потоками в процессе обеспечения предприятия материальными ресурсами

Значимым элементом микрологистической системы является подсистема закупок, организующая вход материального потока в логистическую систему. Управление материальными потоками на данном этапе имеет известную специфику, что объясняет необходимость выделения закупочной логистики в отдельный раздел изучаемой дисциплины.

Любое предприятие, как производственное, так и торговое, в котором обрабатываются материальные потоки, имеет в своем составе службу, осуществляющую закупку, доставку и временное хранение предметов труда (служба снабжения): сырья, полуфабрикатов, изделий народного потребления. Деятельность этой службы может быть рассмотрена на трех уровнях, так как служба снабжения одновременно является:

- элементом, обеспечивающим связи и реализацию целей макрологистической системы, в которую входит предприятие;
- элементом микрологистической системы, т. е. одним из подразделений предприятия, обеспечивающим реализацию целей этого предприятия;
- самостоятельной системой, имеющей элементы, структуру и самостоятельные цели.

Одним из важных элементов закупочной работы является выявление и изучение источников закупки, выбор поставщиков и каналов продвижения товаров.

Формирование эффективной логистической системы позволяет сократить производственно-сбытовые затраты предприятий–производителей, уменьшить издержки обращения торгово-посреднических организаций, расширить ассортимент услуг и улучшить качество обслуживания потребителей. Применения логистики для предприятия заключается в том, что в рыночных условиях поиск и применение эффективной логистической системы дает предприятию огромный потенциал для развития и повышения эффективности его деятельности [1].

Управление закупками – важная функция, которая не во всех фирмах относится к процессу товародвижения, то есть управляется службой логистики.

Логистические системы - это адаптивные системы, обладающие обратной связью и выполняющие определенные логистические функции. В большинстве своем они состоят из нескольких подсистем и отличаются хорошо развитыми связями с внешней средой. Логистические системы – это, как правило, доставка изделий и товаров в определенное место, в нужном ассортименте и количестве, подготовленных на максимально возможном уровне к личному потреблению или производству. Все это должно происходить при заданном уровне затрат [3].

Логистика снабжения (закупочная логистика) – решает задачи по созданию материальной и сырьевой баз предприятий. Неотъемлемой частью закупочных

процессов является тщательная планировка поставок и управление логистикой.

При этом ставятся и выполняются основные задачи логистической системы, состоящие в проектировании согласованных и гармоничных материалопродвидающих связей. Они предполагают следующее:

- управление перемещениями товаров;
- осуществление контроля над материальными потоками;
- проведение анализа востребованности сырья и товаров с составлением прогноза данных показателей.

Основные вопросы, на которые следует ответить в процессе обеспечения предприятия предметами труда, традиционны и определяются логикой снабжения:

- что закупить;
- сколько закупить;
- у кого закупить;
- на каких условиях закупить.
- К традиционному перечню логистика добавляет свои вопросы:
- как системно увязать закупки с производством и сбытом;
- как системно увязать деятельность предприятия с поставщиками.

Обозначенный круг вопросов закупочной логистики определяет состав решаемых в данной функциональной области задач и характер выполняемых работ.

Рассмотрим задачи и работы, относящиеся к закупочной логистике.

Определение потребности в материальных ресурсах.

В процессе определения потребности в материальных ресурсах необходимо идентифицировать внутрифирменных потребителей материальных ресурсов. Затем выполняется расчет потребности в материальных ресурсах. При этом устанавливаются требования к весу, размеру и другим параметрам поставок, а также к сервису поставок. Далее разрабатываются планы-графики и спецификации на каждую позицию номенклатуры и (или) номенклатурные группы.

Для потребляемых материальных ресурсов может решаться задача «сделать или купить».

2. Исследование рынка закупок

Исследование рынка закупок начинают с анализа поведения рынка поставщиков. При этом необходимо идентифицировать всех возможных поставщиков по непосредственным рынкам, рынкам заменителей и новым рынкам. Далее следует предварительная оценка всех возможных источников закупаемых материальных ресурсов, а также анализ рисков, связанных с выходом на конкретный рынок.

3. Выбор поставщиков

Включает поиск информации о поставщиках, создание банка данных о поставщиках, поиск оптимального поставщика, оценку результатов работы с выбранными поставщиками.

4. Осуществление закупок

Реализация данной функции начинается с проведения переговоров, которые должны завершиться оформлением договорных отношений, т. е. заключением контракта. Договорные отношения формируют хозяйственные связи, рационализация которых также является задачей логистики.

Осуществление закупок включает в себя выбор метода закупок, разработку условий поставки и оплаты, а также организацию транспортировки материальных ресурсов. При этом составляются графики поставки, осуществляется экспедирование, возможно, организуются таможенные процедуры. Завершаются закупки организацией приемного контроля.

5. Контроль поставок

Одной из значимых задач контроля поставок является контроль качества поставки, т. е. учет количества рекламаций и брака. Контроль поставок включает в себя также отслеживание сроков поставки (количество ранних поставок или опозданий), отслеживание сроков оформления заказа, сроков транспортировки, а также контроль состояния запасов материальных ресурсов.

6. Подготовка бюджета закупок

Существенной частью закупочной деятельности являются экономические расчеты, так как необходимо точно знать, во что обходятся те или иные работы и решения. При этом определяют следующие виды затрат:

- затраты на выполнение заказа по основным видам материальных ресурсов;
- затраты на транспортировку, экспедирование и страхование;
- затраты на грузопереработку;
- затраты по контролю за соблюдением условий договора поставки;
- затраты на приемку и проверку материальных ресурсов;
- затрат на поиск информации о потенциальных поставщиках.

В рамках проведения экономических расчетов к задачам закупочной логистики следует отнести расчет издержек из-за дефицита материальных ресурсов.

7. Координация и системная взаимосвязь закупок с производством, сбытом, складированием и транспортированием, а также с поставщиками

Это специфическая задача закупочной логистики, решаемая, как было отмечено выше, посредством организации системной взаимосвязи закупок с производством и сбытом, а также тесных связей с поставщиками в области планирования, экономики, техники и технологии.

Материально-техническое обеспечение играет одну из ключевых ролей в долгосрочном планировании деятельности фирмы. Номенклатура МТО позволяет заранее необходимое количество ресурсов для производства запланированного объема продукции. Процесс ее составления включает несколько этапов: анализ стоимости и качества ресурсов у разных поставщиков; расчет затрат на доставку ресурсов; расчет объемов требуемых ресурсов в соответствии с планами выпуска готовой продукции; составление плана закупок.

При работе системы МТО предприятия используются следующие методы:

Нормативный. Основывается на прямой корреляции между масштабом производства предприятия и его потребностью в ресурсах, которая определяется нормой расходов.

Статистический. Базируется на коэффициентах планирования будущего потребления по сравнению с прошлыми и снижения нормы расходов на следующий период.

Прогнозный. Предполагает анализ расходов на потребление ресурсов за определенный промежуток времени в прошлом и их динамике.

Любое перемещение товарно-материальных ценностей неразрывно связано с передачей определенного вида информации. Порой сообщения приходят к поставщику раньше груза, активизируя его прибытие. Подобное опережение способствует своевременной организации приемки грузов. Другой вид данных сопровождает груз. Подобная информация характеризует вид товаров и их качество, а также отправителя, владельца и получателя, обращает при необходимости внимание на опасные свойства, присущие перемещаемым материалам. Существует и третий вид информации. Он следует за материальным потоком, нередко идя в обратном направлении. Это данные, касающиеся подтверждения приема, предъявление рекламаций, фактурирование, запросы, дополнительные заказы и т.д. [4].

Таким образом, информацию в логистике можно рассматривать в качестве производственного фактора. Она сокращает складирование благодаря лучшему управлению запасами, согласованности действий получателя и поставщика и т.д. Благодаря информативности ускоряется транспортировка, что возможно из-за четкой согласованности всех звеньев в цепочке перемещения груза. При недостатке своевременной информации происходит накопление сырья и материалов. Это объясняется желанием подстраховаться, которое возникает у потребителя и поставщика из-за их неуверенности в качественной организации процесса.

Для того чтобы упростить механизм управления материальными потоками, весь процесс разбивают на некоторые составляющие. В итоге выделяют различные виды логистических систем. Классификация довольно обширна. Так, существуют прямые логистические системы. Это материалопроводящий процесс, основанный на основе прямых связей. При подобном движении грузов потоки товаров перемещаются от производителя к покупателю [6].

Различают и эшелонированные многоуровневые логистические системы, в которых участвует как минимум хотя бы один посредник.

Возможен и третий вариант. Им являются гибкие логистические системы. Это такая схема движения, когда грузы могут перемещаться как с участием посредника, так и напрямую потребителю.

Каждое предприятие нуждается в сырье, материалах и комплектующих изделиях. Решением этой задачи занимается закупочная логистика. Процесс снабжения необходимыми материальными ценностями включает в себя несколько этапов. Это закупка и доставка, а также временное хранение полученных ресурсов вплоть до их передачи на нужды производства.

Важность закупочных логистических систем обусловлена определенными факторами, а именно:

1. Если доставка товаров организована некачественно, то производство ждут непереносимые простои. Закупки должны быть скоординированы с технологическим процессом и рассматриваться по ассортименту, качеству, количеству, упаковке, а также по графику поставки.

2. Анализ логистической системы снабжения показывает на то, что на данном этапе происходит формирование практически 55% себестоимости продук-

ции. В связи с этим деятельность данного звена приобретает особую важность.

Постоянное совершенствование логистической системы закупок является обязательным условием для повышения конкурентоспособности бизнеса. Данный процесс невозможен без исследования рынка, предлагающего закупки материалов. Порой предприятию необходимо решить задачу либо покупки того или иного товара, либо его собственного производства [5].

Логистическая система запасов позволяет управлять товарными и материальными ресурсами предприятия. В границах данного процесса происходит исчисление нормы запасов. Оно основывается на данных анализа ритмичности поставок, рисков и сезонных колебаний. Перед этой логистической системой ставится задача по обеспечению бесперебойного производства конечной продукции. Также ею решаются вопросы реализации готового товара.

Ведение бизнеса любой организацией предполагает расширение географии ее деятельности. В связи с этим возрастает роль транспортно-логистической системы. Она является механизмом управления перевозками грузов. Перемещение готовой продукции или материальных ресурсов, обеспечивающих непрерывность производственного процесса, является одним из важнейших составляющих факторов, приводящих компанию к коммерческому успеху. Задачей транспортной логистической системы является такая доставка товаров и грузов, при которой возможны минимальные временные затраты, сочетающиеся с оптимизацией расходов на доставку [2].

Подобные потоки перемещения грузов бывают внутренними и внешними. В первом случае они обеспечивают внутрипроизводственные перевозки. Внешние транспортные логистические системы служат для снабжения предприятия и для сбыта выпущенной им продукции. Основная цель, которую при этом преследует подобное управление материальными потоками, заключается в максимально эффективном использовании грузоподъемного подвижного состава, а также в организации постоянных поставок без участия складов.

Складская логистика – это технология, призванная управлять запасами. Основную роль в данном механизме отводят складам. Под ними понимают технические сооружения, в которых производится хранение, распределение и накопление грузов.

Важно помнить о том, что сам процесс управления закупочной деятельностью и перемещением материальных потоков должен сочетаться с финансами, с инжиниринговым маркетингом, а также с самим производством. Для того чтобы любая логистическая система была максимально действенной, ей потребуется эффективность, способность к оценке окружающей среды и быстрое приспособление к новым реалиям.

Основные процедуры, которые включены в функцию управления закупками: подготовка к закупкам продукции, формирование заказа на закупку, размещение заказа, выбор поставщика, заключение договора поставки, оплата поставщику, сертификация продукции и управление запасами. Как правило, управление запасами выделяется как самостоятельная функция.

С поставок начинается и операционная деятельность специалистов по логистике. Часть этих процедур может выполняться сотрудниками отделов закупок. Например, подготовка к поставке продукции. Операционная деятельность начинается с момента погрузки закупленной продукции на транспортные средства.

Список литературы

1. Шолохов И.И. Современный маркетинг на предприятии // Директор. - №3. - 2016.
2. Карданская Н.Л. Принятие управленческого решения: Учебник для вузов. – М.: ЮНИТИ, 2015
3. Прыкина Л.В. Экономический анализ предприятия: Учебник для вузов. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2016
4. Яковский А. Риски в деятельности предприятий // Маркетинг. – 2017
5. Крейнина М.Н. Финансовый менеджмент / Учебное пособие. – М.: Издательство «Дело и сервис», 2016
6. Финансовый менеджмент: теория и практика: Учеб. для вузов / Под ред. Е.С. Стояновой. - М.: Перспектива, 2015

ЛЮБИТЕЛЬСКАЯ ЛИГА ХОККЕЯ В САН-ХОСЕ ВОСПИТЫВАЕТ БОЛЕЛЬЩИКОВ «АКУЛ» ИЗ НХЛ

Меркулов Д.Е.

Чак Косович вырос, как и многие люди в Торонто, мечтая стать хоккеистом. Когда 55-летний Косович приехал в Северную Калифорнию 15 лет назад для работы в «Cisco Systems», он привез свое хоккейное снаряжение в надежде найти место для катания и несколько человек со схожими интересами.

Косович обнаружил, что в городе существует одна из крупнейших организованных хоккейных программ в Северной Америке.

«Я просто надеялся, что смогу найти место для игры», - сказал Косович. «Я скрещивал пальцы в надежде иметь возможность играть. Я узнал, что здесь есть хоккей, и я в итоге смог играть, и это просто замечательно. Я очень рад этому».

«Я, вероятно, играл здесь больше в хоккей, чем когда-либо раньше».

В любительской хоккейной лиге «Sharks» (SIHL) зарегистрировано более 3000 игроков и более 170 команд. В течение зимнего сезона 2014-15, эти команды соревновались в 19 дивизионах по 16 уровням квалификации и мастерства.

Лига проводится на «Sharks Ice», катке с четырьмя полями, где также находится молодежная хоккейная команда «Junior Sharks» и где обычно тренируются «Акулы» из Сан-Хосе.

Сан-Хосе стал одним из самых сильных хоккейных городов в НХЛ, и огромная лига взрослых любителей сыграла важную роль.

В воскресенье, 22 февраля, на стадионе «Levi's» в близлежащей Санта-Кларе, штат Калифорния, «Акулы» сыграли с «Королями Лос-Анджелеса». Это был настоящий праздник для всего местного хоккейного сообщества.

Дети, которые тут растут и воспитываются ждут не дождутся момента, когда им исполнится 18 лет, чтобы принять участие в лиге «Sharks». Родители учатся кататься на коньках и играть, чтобы не отставать от своих детей. Поклонники акул решают попробовать поиграть в хоккей и незамедлительно влюбляются в него.

Все это является частью невероятной хоккейной экосистемы, которая выросла практически из ничего вскоре после того, как Уэйн Гретцки был продан «королям», и «акулы» появились в НХЛ.

«Я катаюсь на катке с моими сыновьями, поэтому я вижу всех», - сказал нападающий «Акул» Патрик Марло. «Ледовые катки постоянно под завязку. Там много взрослых. А днем много детей. Приятно видеть».

«Это удивительно для многих людей, но это показывает, как здесь выросла игра. Это здорово, что у них, людей любящих хоккей, есть свое место».

Рост технологий

Роберт Савойя жил в Квебеке, когда его жене, ученому, предложили работу в районе залива в 1994 году. Его реакция была похожа на реакцию Косовича несколько лет спустя.

«Когда мы переехали сюда, я сказал своей жене: «Должен ли я привезти свое хоккейное снаряжение в Калифорнию?», – сказала Савойя.

Франкоязычный Савойя переехал, но он очень мало говорил по-английски. Однако в то время он знал игрока «Акул» Гаэтана Дучешна, который помог ему получить работу на катке «Sharks», у которого в то время было всего два ледовых покрытия.

Савойя стал директором хоккейных операций в «Sharks» и стал неотъемлемым винтиком развития любительской лиги до процветающего мегаполиса для игроков всех возрастов, навыков и размеров.

«У нас было 10 команд, 10 взрослых команд. В то время у нас была и другая лига, которая использовала это здание, поэтому здесь я только и начал координировать лигу», - сказала Савойя. «У меня никогда не было ни малейшего представления, насколько большой станет лига. Это было примерно в то же время, когда «Акулы» начали выступать в НХЛ. Кроме того, примерно в то время, примерно с 1994 по 1998 год, из-за роста числа технических и программистских компаний сюда переехало большое количество канадцев. Тем самым и количество хоккеистов увеличилось. У «Cisco» была команда, в которой было больше половины канадцев.

Лига просто продолжала расти. Не то чтобы, мы сделали слишком много ради ее продвижения. Я думаю, что «Акулы», находящиеся здесь, - это то, что способствовало росту больше всего. Это был довольно устойчивый рост. У нас наблюдался большой толчок каждый раз, когда мы добавляли новый каток. Когда у нас уже было три-четыре катка, произошел большой всплеск появления новых команд и новых игроков. Нам все еще нужно было больше льда».

Тайлер Шаффар вырос в «Sharks Ice», играя в детско-юношеской лиге, а затем в «Юных акулах». Он играл в клубный хоккей в университете штата Орегон, прежде чем вернуться домой и устроиться на работу на каток. Шаффар проработал в «Sharks Ice» около 10 лет и является хоккейным менеджером. Когда у него есть время, он играет в высшем дивизионе, дивизионе А. Он отвечает за логистику в лиге, которая включает в себя составление графика и рассмотрения протестов. «Самое сложное в том, что мы ограничены временными промежутками», - сказал Шаффар. «Команды начинают играть в 7 часов вечера, и мы работаем здесь до 23:30, 23:45 в течение всей недели. Вы пытаетесь сбалансировать это, чтобы ни у одной команды не было слишком много поздних игр, и чтобы каждая команда играла в течение недели. Это наша самая большая проблема».

Игры проходят в течение двух сезонов за один календарный год: один зимой и один летом. Группа игроков может сформировать свою команду или заявиться вместе со свободными агентами.

Уровни соревнований работают по принципу пирамиды, от Старшего А до Старшего В и ВВ и так далее до Старшего ЕЕЕЕЕ, что является самым низким уровнем для начинающих игроков. Шаффар включит игроков в составы команд в течение предсезонных игр, чтобы помочь им найти соответствующий уровень, но он также говорит, что у большинства из них есть и так довольно хорошее представление, какому уровню соревнований они подходят.

«Некоторые из них (уровни соревнований) являются историческими, некоторые из них просто определялись методом проб и ошибок», - сказал

Шаффар. «У нас 16 разных уровней квалификаций и конкуренции. Существуют ли действительно 16 разных уровней квалификации? Вероятно, нет, но люди вроде знают, где они находятся. Разница между игроком ЕЕЕ и игроком D может быть не такой большой, и мы как бы двигаем игроков по мере их улучшения».

Летний сезон

Кайл Датра, как и Шаффар, вырос, играя в хоккей на «Sharks Ice». 25-летний Датра играл в клубный хоккей в штате Сан-Хосе, а теперь играет в команде Шаффара, «Пейджер Флейкс», в старшем дивизионе А.

Датра является лучшим бомбардиром в высшем дивизионе, с 26 голами и 64 очками в 15 играх. У «SIHL» есть веб-сайт с турнирной таблицей и полной статистикой команды. Он обновляется в режиме реального времени, потому что в каждой игре есть официальный секретарь, и люди могут следить за игрой.

«Я всегда смотрел лигу, когда был ребенком, и это выглядело очень весело», – сказал Датра. «Наша лига правда конкурентно способна. Сейчас всего четыре команды в высшем дивизионе, но летом их станет больше. И, конечно же, это очень весело».

Старший дивизион А имеет четыре команды в течение зимнего сезона, но летом увеличивается до шести или семи команд. Хотя количество игроков в низших лигах одинаково с зимы до лета, на вершине наблюдается приток талантов.

Местные парни, которые уехали из Сан-Хосе, чтобы играть в юношеских лигах или «NCAA», возвращаются летом в город и тем самым, заявляясь в лигу, приносят с собой дополнительную конкуренцию.

«В летнем сезоне случаются драки. Это очень серьезно», - говорит Маттия Бортолотто, 22-летний член «Pager Flakes», который работает в строительстве со своим отцом, но играл в Западной хоккейной лиге, Североамериканской хоккейной лиге и альбертской Юношеской хоккейной лиге. Другие из «Pager Flakes» играли в Квебекской Высшей Хоккейной Лиге, «ECHL» и Британской Колумбии. Два игрока, Майк Джанда и Даррелл Дрэйпер, играли в Рочестерском технологическом институте. Команда, которая выиграла высший дивизион этим летом, включала в себя Макса Валлиса, юниора из Мичигана, и Дана Сенбейла, юниора из Вермонта.

Несколько членов «Акул» начали играть за команду, либо пока еще были в НХЛ, либо вскоре после того, как они закончили свою профессиональную карьеру. Кайл Макларен играл за «Pager Flakes» в нескольких сезонах, в том числе во время локаута, который отсрочил начало сезона НХЛ 2012-13. Кертис Браун и Джейми Бейкер сыграли в лиге. По словам Датры, вратарь Евгений Набоков тоже играл в лиге летом. «Старым парням нравится зимняя лига, потому что она немного медленнее, но молодым парням нравится летняя, потому что лига становится действительно конкурентоспособной», - сказал Шаффар. «Главное, чтобы плей-офф начинался после того, как [ребята из колледжей и спортивных школ] все уйдут, что позволит старшим и взрослым делать свое дело, играть в тот хоккей, к которому они привыкли. И безусловно в плей-офф игра становится жестче».

Что-то для каждого

Роза Фахардо, 25 лет, играла в хоккей в детстве, но прекратила из-за

разъездов. Она играет в женской лиге, которая проводит игры во Фримонте и Редвуд-Сити, штат Калифорния, и в «Sharks Ice», за команду «Los Tiburones», команды из взрослого дивизиона ЕЕ.

«Мы ограничены только одной игрой в неделю [в женской лиге], поэтому я играю везде, где могу», - сказала Фахардо. «Это довольно весело. Мне нравится то, что делает «Sharks Ice», пытаюсь помочь людям, которые только учатся кататься на коньках и как бы пробираться через лигу.

«Было определенно тяжело, когда я был ребенком. Хоккей для девочек не был большим и хоть как-то значительным. Приятно видеть, что женский хоккей начинает расти. Особенно на этом катке. Они будут играть и учиться хоккею только для девочек, и это хорошо».

«Sharks Ice» является центром всех хоккейных активностей в Сан-Хосе. Наряду с четырьмя катками, здесь есть большой профессиональный-магазин одежды, снаряжения и атрибутики «Акул». Внизу есть место, где можно поесть, торговые автоматы и аркадные игры. Лучшее место для сбора - наверху, в Стэнли, с видом на три из четырех катков и большим количеством телевизоров для просмотра игр НХЛ.

Днем место заполнено детьми, мечтающими стать хоккеистами или фигуристами, но ночью «Sharks Ice» принадлежит взрослой любительской лиге. Тут постоянно ходят люди туда-сюда, и днем, и ночью.

Каток расположен между стадионом «Spartan», где команда штата Сан-Хосе играет в футбол, и муниципальным стадионом Сан-Хосе, где местная команда «Гиганты» играют в бейсбол в низшей лиге Калифорнии.

Игроки, несущие свое снаряжение, приходят и уходят, некоторые останавливаются, чтобы посмотреть игру, а другие сосредотачиваются на предстоящих соревнованиях.

В 2013 году в «San Jose Mercury News» была опубликована статья о Тони «Попсе» Санчесе, которому в то время было 80 лет, и он был самым старым игроком в «SIAHL». Санчес играет за «Ice Monkeys», команду из старшего дивизиона ЕЕ.

Но Сан-Хосе - это Силиконовая долина, и крупнейшие технологические корпорации страны сыграли свою роль в заполнении и расширении «SIAHL».

«У нас определенно были известные игроки в лиге, - сказал Шаффар. «[Скотт] Макнили [бывший генеральный директор «Sun Microsystems»], [Джон] Чемберс [генеральный директор] из «Cisco». В какой-то момент мы собирались создать корпоративную лигу. В «Cisco» было четыре или пять команд в одной точке. Теперь у «eBay» есть команда У «LinkedIn» есть команда. Хотя вы не можете полностью соответствовать их уровню квалификации. Самое смешное, что, когда они выходят на лед, вы никогда не узнаете, что парень рядом с вами управляет компанией на миллиард долларов. Он просто парень пытается выиграть битву за шайбу».

Кристофер Ромео, 19 лет, играет за «Sasquatch», со своим старшим братом Николасом. Отец Ромео является капитаном команды дивизиона ЕЕ. Кристоферу исполнилось 18 лет, и он дебютировал в «SIAHL» на следующий день.

Большинство игроков в их команде играли с одним из Ромео в Средней школе Санта-Тереза в Сан-Хосе.

«Это удивительно», - сказал Ромео. «Во многом это связано с «Акулами» и популярностью «Акул». Многие парни начинают играть в хоккей на роликах, а затем переходят на лед. Я бы сказал, четверо или пятеро парней, которых я знал какое-то время, потому что я играл с ними в средней школе.

«В прошлом году я и мой старший брат собрали команду, в которой не было никого, кроме парней, которые играли в нашей школе, и даже у нас был тренер из нашей же школе».

27-летний Кевин Бертрон ю- бармен днем, но хоккейный вратарь ночью, и это часто делает его востребованным. Хотя команды в лиге обладают гибкостью со своими составами, самое главное, чтобы кто-то с большой сумкой со специальным снаряжением – полной экипировки для вратаря - появился, когда пришло время играть. Бертрон играет за «Джетс» в дивизионе СС, но, по его оценкам, он играл за шесть других команд за последние два сезона. «У моего отца были абонементы на первые четыре года существования «Акул», - сказал Бертрон. «Я был очень молод в то время. В то время играть в этой области было слишком дорого. В этом районе был только один каток. Он был не таким уж большим, но я всегда любил «Акул», и я ходил на 10 игр, 12 игр в год и просто всегда имел эту страсть к хоккею. Сегодня я играл в полдень и сегодня вечером в 11:15 у меня еще одна игра. Люди в «Sharks Ice» очень хорошо относятся к местной полиции и пожарным. У них свои игры, и я играю с ними несколько раз в неделю».

Лига – официально популярна

Шамиль Патель, 27 лет, никогда не катался на коньках, когда решил, что хочет играть в хоккей. Это было два года назад. Теперь Патель не только играет за «Chieftains 3», команду дивизиона EEEEE, но и работает в качестве рефери.

Если вратари «SIAHL» не являются самыми востребованными участниками, то, конечно, команда обеспечения матча – 100%. Каждая игра требует наличия двух официальных лиц и одного секретаря.

По словам Шаффара, в «Sharks Ice» около 150 судей работают на молодежных и взрослых играх. Они заключили контракт с подразделением судейского обеспечения хоккея с шайбой из Северной Калифорнии.

«Я просто бросился на занятия по хоккею», - сказал Патель. «Я никогда не занимался катанием на коньках, но каждую неделю я бываю на катке для открытых сессий, 3-4 раза в неделю практикую свое катание на коньках. Это увлекает, как только ты начинаешь заниматься этим. Это поглощает тебя. Это требует времени».

Игроки, как правило, выходцы из одной из трех областей: кто-то, кто играл локально в детстве; кто-то, кто играл в другом месте и переехал в этот район; или кто-то, как Патель, который начал играть, будучи уже взрослым.

Хартли быстро стал фанатом «Акул» в возрасте 35 лет и решил, что пришло время начать еще и играть.

«Атмосфера в здании [на арене, которая теперь называется «SAP Center»], была просто потрясающей», – сказал Хартли, у которого есть два сына, которые играют в лиге. «Я действительно хотел играть тогда, поэтому я начал играть в хок-

кей на роликах и занимался этим несколько лет. Как только я начал играть в хоккей, я просто никогда не оглядывался назад. Я играл вратаря. Я не очень хорош. Я начал очень поздно. Я играю в низшей лиге, и мне это чрезвычайно нравится».

Хартли и его старший сын также руководят играми, и он работает протоколистом матчей. По его оценкам, он на одном из местных катков 3-5 раз в неделю.

«Пять лет назад я начал судить игры, и мне пришлось впервые надеть обычные коньки,— сказал Хартли. «Это был довольно интересная затея. Я чувствую себя теперь немного лучше. Я, наверное, люблю судить матчи почти так же, как и играть, но это, наверно, потому что я не выигрываю много».

Как отметил Шаффар, игроки в лиге серьезно относятся к играм. Официальные лица обязаны сделать так, чтобы игры были максимально мирными и несли удовольствие участникам.

«Требуется определенный тип людей, чтобы просто стоять и принимать оскорбления на свой счет», – сказал Патель. «Я сужу в среднем по четыре игры в неделю. Сегодня утром у меня была игра, которую я судил в Дублине, штат Калифорния, затем мне предстоит запротоколировать еще 3 игры, а затем у меня игра, чтобы самому выйти на лед и побросать шайбу сегодня вечером».

«Sap Center» – как центр всего

23-летний Ник Россетта хотел стать хоккеистом, но в прошлом сезоне, когда «Акулы» проигрывали в первом раунде плей-офф Кубка Стэнли 2014 года против «Королей», он был сосредоточен на чем-то другом: Россетта был питчером в составе «Dirtbags» из Лонг-Бич, одной из лучших бейсбольных программ среди колледжей в стране.

Он подал 36 подач в качестве игрока основного состава, в том числе девять против Университета Сан-Диего, но теперь Россетта вернулся к спорту, который был его первой и настоящей любовью.

«Я начал играть в хоккей на роликах, когда мне было 6 или 7. Я играл в хоккей, пока мне не исполнилось 13, и начал заниматься бейсболом. Это мой первый сезон в хоккее», – сказала Россетта. «Если вы начали играть еще в детстве, затем, по мере взросления это становится частью того, что вы делаете, частью вашего мира. Я вырос, любя «Акул» и хоккей, но я только играл в бейсбол. Теперь, когда я закончил с бейсболом, я вернулся и буду продолжать играть[в хоккей].»

Россетта играет в команде под названием «ОНС(сокращение от «Old-time Hockey Club») 2» в старшем дивизионе DDDD. Его отец, Дэн, играет в команде. Дэн Россетта начал играть, когда его сын сказал ему в юном возрасте, что хочет стать хоккеистом.

Рано с утра в игра «ОНС 2» проводилась в 11 часов, но она проходила в «SAP Center», а не на «Sharks Ice». младший Россетта отметился голевой передачей, хотя его команда и проиграла 3-1.

«Это был мой первый раз [игра в SAP Center], и мне очень понравилось», - сказала Россетта. «Вы сидите там и представляете, каково это быть одним из профессионалов. Вы всегда мечтали об этом. Было круто кататься на коньках на их льду, посмотреть, на что похожа такая жизнь и такой хоккей».

В календаре «SIHL» есть игры, в которые играют в «SAP Center». «Акулы2» проиграли «Нью-Йорк Рейнджерс» в субботу, 10 января, а на следующий день арена НХЛ была заполнена взрослыми игроками хоккейной лиги.

Абдулла Мурад, 30 лет, играет за «Бендерс», команду, которая победила семейство Россетт. Мурад – инженер-программист, который играл в хоккей на роликах в детстве и начинал как хоккеист пять лет назад.

«Это так круто [играть в SAP Center]. Это действительно круто», - сказал Мурад. «Коридор, чтобы выйти на лед, намного длиннее, чем вы ожидаете. Скамьи намного выше, чем вы ожидаете. Чтобы сидеть на скамейках, нужно немного привыкнуть. Но я прихожу на игры сюда все время, но так чтобы самому оказаться на этом льду, это просто потрясающе. Особенно, как вчера вечером, вы смотрите здесь, как играют «Акулы», а через 13 часов вы выходите на лед и катаетесь на коньках».

Для людей, которые организуют лигу, возможность ставить игры в «SAP Center» – это больше, чем просто привилегия.

«Это улица с двусторонним движением», сказал Шаффар. «Наша лига слишком разрослась, и нам порой не хватает катков, чтобы смогли играть все. Руководство «Акул» это прекрасно понимает и воспринимает наши проблемы всерьез. Можно сказать, что основная арена «Акул» - наш пятый каток».

Успех «Акул»

В прошлом сезоне Южная Калифорния устроила хоккейную игру на открытом воздухе, когда «Короли» сыграли против «Анахайм Дакс» на стадионе «Доджерс», и это был потрясающий успех. Теперь «NoCal» получает шанс стать центром вселенной НХЛ.

«Короли» и «Утки» выиграли Кубок Стэнли. Хотя «Акулы» и не смогли сами выиграть кубок, они все же были успешной, последовательной франшизой, и число их поклонников в области увеличилось.

«Я даже не мог представить себе уличную игру в Калифорнии, когда переехал сюда», – сказала Савоя. «Я думаю, это здорово, когда выпадает шанс, сыграть под открытым небом. Люди здесь так увлечены игрой, и это дает им то, чем можно гордиться. Это большое шоу. Есть хороший новый стадион. Это должно быть очень весело».

Датра сказал: «Есть много людей, которые любят хоккей в Сан-Хосе. Я начал играть около 20 лет назад, и с тех пор, как я это вижу, он сильно вырос. За этим было интересно наблюдать. Вы идете по улице сейчас и видите все виды атрибутики, в том числе и трикотажные свитеры «Акул». Это действительно круто.

«Никто не думает о Сан-Хосе или Северной Калифорнии как о замечательном хоккейном месте, но вы будете удивлены. У всех здесь есть снаряжение и атрибутика «Акул».

Ну, возможно, все, кроме Датры. Он только что закончил играть свой матч в лиге и едет на стоянку в футболке «Филадельфии Флайерз».

«Да, я фанат Флайерз», - сказал он. «Но это забавно, когда «Летчики» приезжают в город».

«SIAHL» продолжает расти и помогает питать и улучшать хоккейную экосистему района. Самая большая проблема для организаторов, как и в других частях Соединенных Штатов, где появляется такой хоккейный дом, - найти достаточно времени для всех.

Возможно, в будущем построят больше катков в этом районе, но на данный момент игроки, тренеры и судьи продолжают бронировать «Sharks Ice» каждый день и каждый час.

«Успех «Акул» был большей частью нашего пути к успеху», сказал Шаффар. «Когда у вас есть фанаты, которые тоже играют в эту игру, или такие люди, как я, которые выросли здесь и играли возможно из-за них с детства, ц вашего клуба или команды есть будущее. Ведь если у меня будут дети, я, вероятно, тоже отправлю их в хоккей».

Список литературы

1. <https://www.nhl.com/>
2. <https://stats.sharksice.timetosc.com/display-stats.php?league=1>
3. <http://www.solar4americaiceatsanjose.com/adult-hockey>
4. <http://www.oaklandice.com/adult-hockey>
5. <https://www.mercurynews.com/2013/11/03/san-jose-hockey-player-80-hits-ice/>
6. https://en.wikipedia.org/wiki/Solar4America_Ice

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ ОРГАНИЗАЦИОННОГО КОНФЛИКТА

Михайлова Дарья Дмитриевна

Аннотация: В статье анализируются теоретико-методологические аспекты исследования организационного конфликта. Важным аспектом анализа любого конфликта является его изучение как процесса, развитие которого зависит от поведения людей. Выбор участниками конфликта той или иной стратегии поведения создает условия для завершения конфликта в конструктивном или деструктивном ключе.

Перед тем, как приступить к непосредственному описанию степени научной разработанности исследуемой проблемы, следует обозначить определение организационного конфликта, в рамках которого будут выявляться факторы и стратегии поведения. В связи с этим будет обозначено и само понятие организации как поля возникновения конфликтов. Представители социотехнического подхода в социологии организации рассматривают «социальную организацию как отдельную подсистему в рамках организации как сложной гетерогенной системы, компоненты которой разнородны, имеют различную природу: технико-технологическую, экономическую и социальную. Природа этих подсистем определяется особенностями средств регуляции человеческого поведения. Если в рамках технико-технологической подсистемы основным средством регуляции выступает технология, в экономической подсистеме в качестве средства регуляции рассматриваются деньги, то социальная организация – это такая подсистема в системе регуляции организационного человеческого поведения, в которой источником воздействия на поведение выступает культура.»

Понятие «конфликт» по-разному трактуется в отечественной и зарубежной литературе по теории организационного управления. Рассмотрим наиболее известные подходы к трактовке понятия «конфликт».

Российскими авторами Травиным В.В. и Дятловым В.А. организационный конфликт трактуется как «конфликт между членами управляющей организации, руководителями и исполнителями, образующимися в их составе первичными группами, между различными подразделениями в данной системе управления по поводу целей, методов и средств управленческой и организационной деятельности, а также её результатов и социальных последствий». Александрова Е.В. трактует конфликт в организации как «разновидность конфликтов, возникающих в коллективах вследствие рассогласования формальных организационных начал и реального поведения членов коллектива».

Зинченко В.П. и Мещеряков Б.Г. определили конфликт в организации как «открытую форму существования противоречий интересов, возникающих в процессе взаимодействия людей при решении вопросов производственного порядка». Авторы Анцупов А.Я. и Шипилов А.И. относят к организационному конфликту «разностороннее и многоуровневое противодействие, которое характеризуется столкновением между собой различных социальных групп и

личностей (работодателей и наёмного персонала, узкой группы руководителей предприятия и основного персонала, работников различных функциональных подразделений, формальных неформальных лидеров) по поводу целей деятельности организации, уровня эксплуатации, условий труда, распределения власти, ресурсов, социального статуса».

Конфликт определяется отечественными учеными и как «процесс, в котором два (или более) индивида или группы активно ищут возможность помешать друг другу достичь определенной цели, предотвратить удовлетворение интересов соперника или изменить его взгляды и социальные позиции». В работе Данакина Н.С и его коллег «Конфликты и технология их предупреждения», организационный конфликт поясняется как «столкновение противоположно направленных действий участников конфликта, вызванное расхождением интересов, норм поведения и ценностных ориентаций». Кибанов А. Я. считает, что «конфликт – это нормальное проявление социальных связей и отношений между людьми, способ взаимодействия при столкновении несовместимых позиций и интересов, противоборство взаимосвязанных, но преследующих свои определенные цели двух сторон».

Таким образом, в российской научной среде принято понимать под организационным конфликтом ситуацию, причиной которой послужило противоречие позиций двух сторон по поводу ценностей, целей и средств их достижения, и других организационных и личностных факторов. Тем не менее, существуют и другие подходы к трактовке организационного конфликта, как среди современных представителей отечественного направления исследования данной проблемы, так и в зарубежной литературе.

Так, например, в статье Цой Л. Н. и Товуу Н. О. встречается такое понятие как функциональный конфликт, которое характеризуется как «столкновение и открытое предъявление противоречий между функциями, взаимодействие которых, направлено на сохранение и развитие целого (структуры, организации, системы). Функциональный конфликт является необходимым этапом в развитии целостной структуры при переходе на новый уровень развития. Поэтому предметом противоречия в функциональном конфликте являются функциональные взаимосвязи и проблемы развития целостной организации. Субъектами функционального конфликта являются лица, занимающие определенные функциональные позиции, которые не в состоянии без согласования с другими функциями решать созревающие противоречия. Границы функционального конфликта четко определены производственной сферой».

Зарубежные авторы Barkland Hartwick (2001) приводят следующие концептуальные характеристики конфликта:

Взаимосвязь между сторонами (то есть каждая из сторон может оказывать какое-то влияние на другую).

Восприятие несовместимости между проблемами сторон (несогласие в чем-либо). Наличие разногласий определяется расхождением сторон по поводу потребностей, ценностей, интересов, мнений, целей или задач.

Формы взаимодействия. Главной формой считается вмешательство, которое характеризуется сопротивлением одной из сторон в достижении целей,

интересов другой стороны. Данный элемент рассматривается как наиболее важный в определении конфликтной ситуации.

Зарубежные исследователи М.Х. Мескон, М. Альберт и Ф.Хедоури определяют организационный конфликт как «отсутствие согласия между двумя или более сторонами, которые могут быть конкретными лицами или группами. Каждая сторона делает все, чтобы принята была ее точка зрения или цель, и мешает другой стороне делать то же самое». В статье Ховтепо и его коллег отмечается, что организационный конфликт относится ко всем организационным уровням, и его результаты влияют на многие кадровые и управленческие вопросы. При этом отмечается, что диапазон причин и предпосылок возникновения представлены как очевидными: нехватка ресурсов, неэффективные коммуникации, конкуренции, - так и менее очевидными, в виде тонких культурных различий, неоднозначных подотчетностей и ожиданий.

Современная точка зрения управленческой науки на характеристику организационного конфликта тяготеет к его представлению как функционального процесса, который может способствовать развитию и процветанию компании при правильном и эффективном управлении конфликтом.

В попытке объединить выше приведенные подходы зарубежных и российских авторов, в настоящей работе под организационным конфликтом будет пониматься открытая форма существования расхождений интересов и целей работников компании, возникающих в процессе их взаимодействия на рабочем месте.

В статье Луиса Понди были описаны три концептуальные модели, предназначенные для анализа основных классов конфликтных явлениях организации:

Переговорная модель- оптимальная мера конфликта между набором заинтересованных групп по расхождению в агрегированных требованиях и имеющихся ресурсах. Попытки урегулирования, как правило, сосредоточены на увеличении пула доступных ресурсов или на уменьшении потребностей другой стороны конфликта. Уолтон и МакКерси описывают такие конфликты как сложные отношения, которые включают в себя как интегративные (кооперативные), так и распределительные (конкурентные) процессы. Интегративный процесс в значительной степени связан с совместным решением проблем, а также с распределительным подпроцессом стратегических переговоров. Важной характеристикой конфликта по интересам группы является то, что переговоры часто ведутся посредством представителей, которые сталкиваются с двойной задачей. Во-первых, обеспечение консенсуса в отношении согласованного решения между соответствующими членами группы, а во-вторых, компромисс между требованиями для гибкости другой стороны и требования к жесткости по собственной группе (Новтсетап., 2010).

Бюрократическая модель характеризуется анализом конфликта по вертикали иерархии, и основывается на властном отношении и необходимости контроля. Вертикальные конфликты, в данном случае связаны с попытками руководства контролировать поведение подчиненных, и сопротивлению последних такому контролю. Потенциал для конфликта, таким образом, присутствует, когда начальник

и подчиненный имеют различные ожидания относительно зоны независимости. Многочисленные факторы влияют на цели и ценности по вертикальному разрезу организации, например размер организации, дифференциация целей и ценностей по иерархии, чрезмерная формализация процедур и т.д. Жесткость поведения, которое минимизирует конфликты в стабильных условиях, является основным источником конфликта, если ситуация требует адаптивности и гибкости.

Системная модель – её использование – целесообразно при рассмотрении конфликтов между сторонами с функциональной связью, и при проблемах координации в групповых проектах. Так например, если в проекте участвуют два подразделения, имеющие дифференцированные, но функционально взаимосвязанные цели, то существуют основания для возникновения конфликта. Поведение участников при таком конфликте не всегда характеризуется агрессивными действиями, так как существуют нормы и правила взаимодействия, а скорее представляется сотрудничеством и совместным процессом принятия решений.

Рассматривая эти три модели, сквозь призму связующих компонент, следует определить наиболее важные ориентации, а именно: каждая связь конфликта состоит из последовательных взаимодействий эпизодов конфликта; каждый эпизод демонстрирует последовательность развития и можно выявить устойчивые закономерности сторон, которые и проявляются через характер стратегии поведения в конфликте.

Важным аспектом анализа любого конфликта является его изучение как процесса, развитие которого зависит от поведения людей. Выбор участниками конфликта той или иной стратегии поведения создает условия для завершения конфликта в конструктивном или деструктивном ключе.

Список литературы

1. Решетникова КВ. Модель взаимосвязи организационных изменений и конфликтов // Менеджмент в России и за рубежом. – 2014. – №. 6. – С. 3-14.
2. Травин В.В., Дятлов В.А. Основы кадрового менеджмента.- М., 2013
3. Александрова Е.В. Трудовые конфликты на промышленных предприятиях: генезис, пути разрешения. Автореф. дне.... канд. социол. наук/Рос. Акад. упр. М., 2013. Стр.41-42.
4. Зинченко В. П., Мещеряков Б. Г. Большой психологический словарь. - 2014, 3-е издание, расширенное.
5. Анцупов А.Я., Шипилов А.И. Конфликтология.- М., 2014
6. Лапин Н.И. и др. Теория и практика социального планирования. М., 1975. Стр. 119.
7. Кибанов А.Я., Ворожейкин И.Е., Захаров Д.К., Коновалова В.Г. Конфликтология: Учебник / Под ред. А.Я. Кибанова. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2014. – С. 36-37.
8. Товуу Н.О., Цой Л.Н. Как различить профессиональные, межличностные и функциональные конфликты. // В контексте конфликтологии: диагностика и методология управления конфликтной ситуацией. Отв. ред. Т.М. Дридзе, Л.Н. Цой. М.: Институт социологии РАН. — 2013. — №3.

ПРИРОДА КОНФЛИКТОВ И СПОСОБЫ ИХ УРЕГУЛИРОВАНИЯ

Мозалевский Роман Константинович

Аннотация: В статье анализируется природа конфликтов и приведены способы их урегулирования. Конфликт – это особый тип взаимодействия субъектов (оппонентов), столкновение противоположных позиций, мнений, оценок и идей, которое люди пытаются разрешить с помощью убеждения или действий на фоне проявления эмоций. Основой любого конфликта является накопившиеся противоречия, объективные и субъективные, реальные и кажущиеся.

Слово «конфликт» происходит от латинского «*conflictus*», и означает «столкновение», «разногласие». Существует большое количество определений конфликта. Здесь указаны некоторые из них.

Фридрих Глазл, в своей книге «Конфликт-менеджмент. Настольная книга руководителя и консультанта», предлагает следующее определение:

«Конфликт – столкновение интересов, намерений или мотиваций» [10].

Психолог Флориан Гролман в своём труде «Как решать конфликты в коллективе» пишет: «Конфликты возникают, когда стороны имеют противоположенные цели и потребности. Это негативно отражается на поведении участников. Конфликт может носить социальный, политический, экономический характер» [9, стр. 11].

В качестве основного определения конфликта можно использовать термин Дмитриева А.В, российского социолога и одного из основателей конфликтологической науки в России: «Конфликт — это проявление объективных или субъективных противоречий, выражающихся в противоборстве сторон. Конфликт — это наиболее острый способ разрешения значимых противоречий, возникающих в процессе взаимодействия, заключающийся в противодействии субъектов конфликта и обычно сопровождающийся негативными эмоциями».

Существует ряд явлений, фактов, событий при которых может возникнуть конфликт. Наиболее общими причинами разногласий в коллективе являются:

- Недоразумения, логические ошибки;
- Несоответствия между ожиданиями и поступками людей;
- Столкновение различных темпераментов и характеров;
- Конфликты по причине ресурсов;
- Стресс на рабочем месте. Плохой психологический климат;
- Различные стили жизни, мировоззрения, интересы, цели, ценности, культуры;
- Конкурентная борьба в коллективе;
- Отсутствие информации. Плохо налаженные коммуникации.

Существуют также другие причины, по которым может возникнуть конфликт.

У работников компаний различное образование, разная культурная и социальная среда. Опыт и знания сотрудников не одинаковы, и их интересы иногда могут быть диаметрально противоположными. Соответственно, всегда существует скрытый потенциал конфликта в компании.

Чтобы суметь проанализировать конфликты, необходимо рассмотреть их классификацию. Она позволяет вывести меры, следуя которым можно предотвратить конфликт.

Так А.Г. Здравомыслов приводит следующую классификацию:

1. Межиндивидуальные конфликты.
2. Межгрупповые конфликты и их типы:
 - группы интересов;
 - группы этнонационального характера;
 - группы, объединенные общностью положения.
3. Конфликты между ассоциациями.
4. Внутри и межинституциональные конфликты;
5. Конфликты между государственными образованиями;
6. Конфликты между культурами или типами культур.

Также выделяют политические, социальные, экономические, организационные конфликты [2].

По субъектам конфликтного взаимодействия существуют: внутриличностные, межличностные, конфликты «личность-группа», межгрупповые конфликты.

Следуя теории австрийского эксперта Гехарда Шварца, существует приблизительно тринадцать видов различных конфликтов [9].

1. Конфликты сторон (парные конфликты);
2. Конфликты «треугольников»;
3. Групповые конфликты;
4. Организационные конфликты;
5. Преобразующие конфликты (конфликты изменений);
6. Конфликты норм;
7. Конфликты структур;
8. Конфликты, связанные репрезентацией и легитимностью;
9. Конфликты противоположностей;
10. Системные конфликты;
11. Виртуальные конфликты;
12. Конфликты, связанные с виртуальной реальностью;
13. Коммуникационные конфликты.

В данном случае будут более подробно рассмотрены только три основных вида.

1. Конфликт сторон характеризуется тем, что две стороны конфликта имеют различные представления, и следуют противоположным целям. Эти различия, как правило, содержат две проблемы:

- Проблема положения отдельной личности
- Проблема влияния независимых факторов на отношения в коллективе

2. Преобразующий конфликт или конфликт изменений (конфликт, возникающий в связи с изменениями, нововведениями и т.д.) происходит при разделении первоначальных структур. Существующая ситуация распадается из-за события, из которого следует новая ситуация с неизвестными факторами. Образуется новая среда, к которой люди должны адаптироваться, откуда и следует конфликты. Этот процесс содержит многократное расформирование, образование новых групп, перераспределяются роли и ответственность.

3. Конфликт противоречий проявляется в трёх различных направлениях:

1. Индивидуум и группа;
2. Старшее и младшее поколение;
3. Мужчины и женщины.

Структура конфликта.

Конфликт — это упорядоченная структура социального взаимодействия.

Под структурой любого объекта понимается совокупность его частей, элементов и связей, отношений между ними, обеспечивающих его целостность. Основными элементами конфликтного взаимодействия являются:

1. объект конфликта;
2. предмет конфликта;
3. субъекты конфликта;
4. среда конфликта.

1. Объект конфликта — это материальная (ресурс), духовная (идея, норма, принцип и т.д.) или социальная (власть) ценность, к обладанию или пользованию которой стремятся стороны конфликта

2. Предмет конфликта — это существующая или воображаемая проблема, служащая основой конфликта; противоречие, ради которого стороны вступают в противоборство.

3. Субъекты конфликта (в конфликтологической теории используются также термины оппоненты, участники конфликта, стороны конфликта). Главными участниками конфликта являются противодействующие стороны или противники, которых в конфликте минимум две. Они образуют стержень конфликта. При выходе из противоборства хотя бы одной из главных сторон конфликт прекращается.

Условно оппоненты могут быть разделены на три ранга. Рангом оппонента называется комплексная характеристика силовых ресурсов, с помощью которых ведется борьба. Самым слабым рангом оппонента является первый.

Оппоненты первого ранга — это отдельные личности, преследующие в конфликте свои собственные (личностные) интересы и цели, и опирающиеся на свои собственные силы и средства в конфликтном противостоянии. Чаще всего оппонентами первого ранга являются индивиды, участвующие в межличностных конфликтах.

Оппоненты второго ранга — социальные группы (или личности, выступающие от их имени), имеющие в конфликте надличностные (групповые) интересы и цели. Объем силовых ресурсов оппонентов второго ранга существенно больше объема силовых ресурсов оппонентов первого ранга, так как они опираются на групповые ресурсы в конфликтном противостоянии.

И, наконец, третий ранг оппонентов, который является самым высоким. Оппоненты третьего ранга представляют собой организации и социальные институты (или личности, выступающие от их имени). В конфликте оппоненты третьего ранга ориентируются на надгрупповые (общественные) цели, интересы и ценности. В этой связи объем силовых ресурсов оппонентов третьего ранга практически не ограничен.

Надо отметить, что ранги оппонентов не являются жестко фиксированными на протяжении всего конфликта.

Кроме главных сторон конфликта, могут быть и другие его участники, которые играют в нем второстепенные роли. Эти роли могут быть как существенными, так и малозначимыми, вплоть до ролей так называемых «людей из толпы». Роли участников конфликта неодинаковы. Они различаются как с социологической, так и с психологической точек зрения. С социологической точки зрения они могут существенно различаться по своей социальной значимости, силе, влиянию, что особенно ярко обнаруживается при столкновении отдельной личности с государством.

4. Среда конфликта — совокупность условий и обстоятельств, в которых зарождается и развивается конфликт.

По природе составляющих компонентов можно выделить три вида среды конфликта: физическую, общественно-психологическую и социальную.

1. Физическая среда конфликта — это совокупность физических, географических, климатических и экологических условий и факторов, в которых протекает противоборство.

2. Общественно-психологическая среда — это совокупность тех настроений, мнений, забот, чувств и переживаний, в которых развивается конфликт. Эти факторы являются объективными для участников конфликта, потому что они заданы ими изначально и не зависят от их воли, сознания и желаний.

3. Социальная среда представляет совокупность общественных условий, при которых возникает и развивается противоборство сторон. Самыми общими и фундаментальными факторами социальной среды конфликта являются тип цивилизации, общественно-экономические условия жизни и социально-политическое устройство общества.

Пример структуры можно рассмотреть на примере модели «Айсберг» [13].

С помощью модели «Айсберг» можно описать существующий конфликт между его участниками и разработать конкретные решения. Особенность модели «Айсберг» в том, что видны только около 1/5 от всего айсберга, пока большая его часть находится «под водой» и является невидимой, т.е. 20 процентов конфликта происходит по определённой причине, которая является очевидной, остальные 80 процентов этой причины составляют чувства и эмоции людей.

К видимой или известной части можно отнести содержание предмета конфликта и рациональную точку зрения на него, например факты, цифры, слова. В неизвестной, невидимой части располагаются отношения, эмоции и чувства, мотивы. Они не связаны напрямую с известным нам предметом конфликта. Следует отметить, что сама суть разногласия является лишь небольшой частью всего конфликта.

Таким образом, можно сделать вывод, что необходимо обратить внимание отношения между людьми. На их ценности, мотивы, цели, чувства, потребности, мировоззрения. И решать конфликт исходя из этих факторов [7, стр. 68].

Урегулировать такой конфликт можно только, в том случае, если решать проблемы «лежащие на его глубине». Например, можно урегулировать конфликт такого типа с помощью достижения взаимопонимания.

В разрешении конфликтов особенно важно, учитывать личные интересы и мотивы обеих сторон. Необходимо показывать им, что вы уважаете их мнения и чувства, и вам безразличны их проблемы. Конечно, это не значит, что нужно пренебрегать собственными интересами.

Взаимопонимание играет важную роль в разрешении конфликтов. Как сказал Стивен Кови в своём известном бестселлере «Семь навыков высокоэффективных людей»: «Сначала необходимо понять самому, затем быть понятым» [4].

Динамика конфликта — ход развития конфликта во времени под воздействием его внутренних механизмов и внешних факторов и условий; одна из основных составляющих понятийного анализа конфликта. Конфликт имеет определенные периоды и этапы, в ходе которых он возникает, развивается и завершается. Динамика конфликтов включает следующие периоды и этапы: латентный период (объективная проблемная ситуация, ее осознание субъектами, разногласия, предконфликтная ситуация); открытый период (инцидент; конфликтное взаимодействие, завершение конфликта); период послеконфликтной ситуации.

Немецкий профессор Майнулф Колб классифицирует процесс развития конфликта на основе четырёх основных этапов. Эти фазы звучат следующим образом: возникновение, нарастание, эскалация и наконец, усиление.

Сначала создаётся определённая ситуация, вследствие которой какой-то предмет или вопрос подвергается дискуссии, в которой стороны придерживаются разных взглядов и позиций. Это и является первой фазой – возникновение конфликта.

Следующий этап называется «Нарастание». Здесь образуется ситуация, в которой одна сторона не принимает аргументы другой. Первый сигнал тревоги символизирует начало серьёзного конфликта. Самая высокая точка находится в центре. Она является показателем того, что с этого момента характер обсуждений начинает меняться. Конфликт, который ранее был расположен на объективном уровне, будет проходить с использованием взаимных упрёков и обвинений, а также будет характеризоваться проявлением негативных эмоций [14].

На фазе эскалации конфликт продолжает движение в направлении вверх. Взаимопонимание между оппонентами нарушается из-за эмоционального напряжения. Предмет обсуждения отходит на задний план, так как целью сторон является причинение морального ущерба. И вся энергия направляется на максимальное достижение этой цели, так как ситуацией управляют эмоции и чувства. Основная проблема теряет свой смысл. Реальное восприятие ситуации нарушено. Участники используют в своём общении только те заявления и аргументы, которые подчеркнут их личное мнение и усилят их собственную

позицию. Все эти факторы способствуют значительному усилению конфликта, и переходу к его кульминации [8, стр. 35].

За всеми предыдущими этапами следует усиление конфликта. Хотя фаза эскалации закончилась, инцидент не теряет своей силы и актуальности. Большая часть этого этапа проходит без открытых конфликтов. Из-за молчания обеих сторон атмосфера для самих участников и для окружающих становится тяжёлой, изнурительной и напряжённой. В таких условиях производительность труда может снизиться. Поэтому необходимо разрешить конфликт и наладить психологический климат в коллективе [6].

С помощью модели эскалации конфликта, описанного австрийским конфликтологом Фридрихом Глазлем, можно проанализировать, оценить конфликт и принять необходимые меры по его урегулированию.

Модель имеет девять ступеней эскалации, распределённых в три фазы.

Важной особенностью является то, что Глазл не ставит самый пик конфликта, самую напряжённую его часть вверх, он оставляет его в самом низу, указывая на то, что там используются самые низкие и примитивные бесчеловечные формы противостояния [1].

На первом этапе оба участника ещё могут использовать стратегию «Выигрыш-Выигрыш» (Win-Win), в то время как на второй фазе одна из сторон теряет, а другая выигрывает «Выигрыш-Проигрыш» (Win-Lose). Третья фаза характеризуется тем, что оба участника терпят неудачу – стратегия «Проигрыш-Проигрыш» (Lose-Lose) [5, стр. 234].

1 Фаза «Выигрыш-Выигрыш» (Win-Win).

1.1 Усиление.

Происходит столкновение интересов и твёрдых убеждений. Этап усиление является нормальным процессом и не знаменует начало конфликта. Тем не менее, осознание грядущей напряжённости вызывает скованность, благоприятствующую появлению конфликта. На этой ранней стадии нет жестких партий или лагерей, стадия контролируема, и есть возможность избежать серьёзного конфликта.

1.2 Дебаты и полемика.

Несходство взглядов приводит к спору, а также сопровождается поляризацией мышления, эмоций и чувств.

1.3 Дела вместо слов.

Обсуждения прекращаются и стороны переходят к действиям, доказывающим собственную правоту. Утрачивается сочувствие по отношению к собеседнику. Оппоненты проявляют вербальное давление и словесное насилие. Начинается борьба за первенство.

2 Фаза «Выигрыш-Проигрыш» (Win-Lose).

2.1 Образы и коалиции.

Включаются стереотипы, образцы, усиливающие противостояние. Участники придают друг другу негативный образ, и дальнейшие их действия направлены на борьбу скорее с этим негативным образом, чем с человеком.

2.2 «Потеря лица».

Полностью искажается собственный образ и образ противника. Враждеб-

ное поведение сторон на прошлых этапах воспринимается как совместная воля к дальнейшему развитию конфликта.

2.3 Стратегии угроз.

Участники конфликта применяют угрозы и демонстрируют власть над соперником. Усиливается паника, напряжение. Все стратегии действий необдуманны, стороны действуют исключительно на эмоциях.

3 Фаза «Проигрыш-Проигрыш» (Lose-Lose).

3.3 Ограниченные уничтожающие удары.

Соперник переходит в категорию «вещь». Используются бесчеловечные методы воздействия друг на друга.

3.4 Разгром.

Целью является уничтожить противника морально, физически, эмоционально или душевно.

3.5 Вместе в пропасть.

Главная цель — уничтожение врага любой ценой, в том числе самоуничтожением.

Таким образом, можно сделать вывод, что конфликт – это особый тип взаимодействия субъектов (оппонентов), столкновение противоположных позиций, мнений, оценок и идей, которое люди пытаются разрешить с помощью убеждения или действий на фоне проявления эмоций. Основой любого конфликта является накопившиеся противоречия, объективные и субъективные, реальные и кажущиеся.

Список литературы

1. Гришина Н.В. Психология конфликта / Н.В. Гришина. – СПб.: Питер, 2001. – 464 с.
2. Здравомыслов А.Г. Социология конфликта: учебное пособие для студентов / А.Г. Здравомыслов. – М.: Аспект-Пресс, 1996. – 317 с.
3. Козырев Г.И. Введение в конфликтологию / Г.И. Козырев – М.: Владос, 2000. – 176 с.
4. Кови С. Семь навыков высокоэффективных людей / С. Кови. – М.: Альпина Паблишер, 2015. – 250 с.
5. Фишер Р. Путь к согласию, или переговоры без поражения / Р. Фишер, У. Юри. – М.: Наука, 1981. – 158 с.
6. Челдышева Н.Б. Шпаргалка по социальной психологии / Н.Б. Челдышева. – М.: Издательство «Экзамен», 2007. – 48 с.
7. Berner, Winfried Konflikteskalation: Wie die Unversöhnlichkeit stufenweise wächst [Электронный ресурс] // - 2006 – Режим доступа: <http://www.umsetzungsberatung.de/konflikte/konflikteskalation.php> (дата обращения: 25.12.2018)
8. Fildhaut, Brigitta Das Eisbergmodell nach Freud [Электронный ресурс] // - 2015 – Режим доступа: <http://www.fildhaut-consult.de/eisbergmodell-erklart.php>, (дата обращения: 27.03.2019)

9. Gabler Wirtschaftlexikon Модерация [Электронный ресурс] // - 2015 – Режим доступа:<http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Archiv/85804/moderation-v7.html> (дата обращения: 18.05.2018)
10. Gabler Wirtschaftlexikon Посредничество [Электронный ресурс] // - 2015 – Режим доступа: <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Archiv/58408/mediation-v9.html> (дата обращения: 07.04.2019)
11. Glasl, Friedrich Konfliktmanagement – Ein Handbuch für Führungskräfte, Beraterinnen und Berater Haupt Verlag Bern, 8. Auflage, 2002
12. Grolmann, Florian Konfliktphasen Konflikte im Team effektiv lösen [Электронный ресурс] // - 2015 – Режим доступа: <https://organisationsberatung.net/konfliktphasen-konflikte-im-teamloesen/#Diskussion> (дата обращения: 09.12.2018)
13. Kolb, Meinulf Personalmanagement – Grundlagen und Praxis des Human Resources Management Gabler Verlag, 2. Auflage, 2010
14. König, Rainer / Hasselmann, Uwe Konflikte managen am Arbeitsplatz Vandenhoeck & Ruprecht Verlag, 1. Auflage, 2014
15. Ley, Ulrike Konfliktgespräche konstruktiv führen Georg Thieme Verlag, 1. Auflage, 2014

ЭЛЕМЕНТЫ, ВИДЫ И ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ КАДРОВОЙ ПОЛИТИКИ

Морандарте Марджорие Никита Силвестре

Аннотация: В статье анализируются элементы, виды и основные направления кадровой политики. Следует подчеркнуть, что кадровая политика представляет собой составную часть всей управленческой и производственной деятельности предприятия, целью которой является формирование объединенных, высококвалифицированных и высокоэффективных работников, достижение нормального баланса обновления и постоянства качественного и количественного состава, исходя из потребностей предприятия, требований действующего законодательства и состояния трудового рынка.

Термин кадровая политика можно рассматривать в широком и узком смысле. В широком смысле под кадровой политикой понимается определенно спроектированная система норм и правил в области организации кадровой работы, приводящая в действие трудовые ресурсы в соответствии со стратегией предприятия. Чаще всего в данном понимании большое внимание уделяется на стиле руководства и особенностях реализации управленческих полномочий, отражающихся в философии предприятия, правилах внутреннего распорядка [7, стр. 317].

В узком смысле под кадровой политикой понимают совокупность определенных правил, принципов, методов в области взаимоотношения работников и организации.

Таким образом, кадровая политика – это формирование стратегии кадровой работы, установление целей и задач, определение принципов подбора, расстановки и развития персонала, совершенствование форм и методов работы с персоналом в конкретных рыночных условиях на том или ином этапе развития организации.

Кадровая политика предприятия подразделяется на следующие основные элементы:

- политику занятости, обеспечивающей предприятие высококвалифицированными кадрами, а также формирующей привлекательные условия труда и обеспечивающей безопасность труда и возможный карьерный рост работников;
- политику обучения, формирующую соответствующую базу обучения для повышения уровня квалификации кадров, повышающую возможность профессионального продвижения работников;
- политику оплаты труда, заключающуюся в предоставлении более высокой оплаты труда по сравнению с другими предприятиями, опираясь на способности, опыт и ответственность работника.
- политику благосостояния, обеспечивающую более масштабный диапазон услуг и льгот в сравнении с другими работодателями с учетом взаимной выгоды социальных условий труда для работников и для предприятия в целом;
- политику трудовых отношений, устанавливающей определенные процедуры для разрешения трудовых конфликтов.

Существует огромное количество кадровых политик различных предприятий. При этом можно выделить два основных структурообразующих фактора их группировки.

Первое основание базируется на осознании взаимосвязи норм и правил кадровых мероприятий и управленческого аппарата. По данному основанию можно выделить четыре типа кадровой политики: пассивная, реактивная, превентивная, активная.

Пассивная кадровая политика представляет собой кадровую политику, при которой отсутствует строго сформированная программа действий со стороны руководства предприятия относительно работников, а кадровая политика проявляется в ликвидации негативных последствий при помощи диагностирования кадровой обстановки в целом. Руководство действует только при образовании конфликтов, которые стремится аннулировать различными средствами, не проводя при этом полноценного анализа причин и возможных последствий. Для данного предприятия характерно отсутствие кадрового прогнозирования, оценки эффективности труда, а также диагностирование кадровой обстановки в целом [6, стр. 108].

Реактивная кадровая политика представляет собой кадровую политику, характеризующуюся контролем негативных моментов работы с персоналом и владением ситуации прогрессирующего кризиса. Предприятия осуществляют контроль за появлением потенциальных причин образования конфликтов, наличием у работников соответствующей квалификации для реализации поставленных задач, отсутствия интереса к высокоэффективному труду. Руководство принимает все необходимые для устранения конфликтной ситуации меры, изучает причины, способствующие образованию проблем с персоналом. Очень часто у кадровых служб таких предприятий есть в наличии средства диагностики существующей ситуации и быстрого аннулирования кризисной ситуации. Однако, несмотря на то, что кадровые проблемы выделяются и изучаются специально, главные сложности возникают при среднесрочном прогнозировании.

Превентивная политика – это кадровая политика предприятия, реализуемая при наличии у руководства обоснованных прогнозов развития ситуации. Следует отметить наличие у кадровой службы средств диагностирования персонала и средств, необходимых для составления прогноза кадровой ситуации на средний период. В то же время, следует отметить отсутствие средств для влияния на ситуацию. В программы развития предприятия включено прогнозирование качественной и количественной кадровой потребности в кадрах на коротко срочный и среднесрочный период, а так же сформулированные задачи по развитию персонала. Главная проблема такого предприятия - разработка целевых кадровых программ.

Активная политика – это кадровая политика, характеризующаяся наличием у руководства различных спроектированных антикризисных кадровых программ, проведением мониторинга ситуации, корректировкой программ. Однако, в зависимости от используемых механизмов в анализе ситуации, основания для прогноза и программ могут быть рациональными и нерациональными.

Нерациональные основания плохо поддаются алгоритмизации и описанию.

Таким образом, можно разделить активную кадровую политику на два подвила: рациональную и авантюристическую.

Рациональная кадровая политика характеризуется тем, что у руководства предприятия есть и качественные результаты анализа, и аргументированный прогноз развития ситуации. У кадровой службы предприятия есть не только средства оценки кадров, но и методы составления кадровых планов на средний и долгий срок. Программы развития предприятия содержат прогнозы потребности в кадрах на короткий, средний и долгий срок. Также составным элементом плана служит программа кадровой работы с различными вариантами ее реализации.

Рациональная кадровая политика предполагает:

- способность организации внутри предприятия стратегии управления персоналом, способной мобильно реагировать на изменения направлений деятельности;

- обеспечение способности специалистов мобильно и эффективно решать различные задачи на определенных стадиях воплощения проекта [11, стр. 227].

Авантюристическая кадровая политика отличается отсутствием качественного анализа, обоснованного прогноза развития ситуации. Зачастую у предприятия отсутствуют средства для составления прогнозов ситуации с кадрами и оценки персонала. При авантюристической кадровой политике работа с кадрами базируется на эмоциональные, неаргументированные представления о целях работы с персоналом. Следует отметить, что в случае усиления влияния не включённых ранее факторов, обстановка на предприятии может сильно измениться.

Вторым основанием для разделения кадровых политик является направленность ориентации на собственный персонал или на внешний персонал, степень открытости по отношению к внешней среде при формировании кадрового состава. По этому основанию традиционно выделяют два типа кадровой политики – открытую и закрытую.

Под открытой кадровой политикой понимают такую кадровую политику, характеризующаяся тем, что предприятие прозрачно для всех потенциальных работников на любом уровне. Предприятие способно взять на работу любого специалиста необходимого уровня квалификации, опыта работы. Открытая кадровая политика чаще всего характерна для новых предприятий, ведущих активную политику завоевания рынка.

Закрытая кадровая политика отличается от открытой тем, что предприятие в основном направлено на найм нового работника только на низший должностной уровень, а замещение реализуется только с помощью работников предприятия. Данная кадровая политика в основном присуща компаниям, стремящихся создать конкретную корпоративную культуру, а также предприятиям при недостатке кадровых ресурсов [2, стр. 81].

Кадровая политика реализуется в направлениях, совпадающих с направлениями кадровой работы на конкретном предприятии. Каждому предприятию свойственно свое направление кадровой политики. Однако, в

большинстве случаев, выделяют следующие важнейшие направления кадровой политики:

1) Совершенствование системы найма и отбора персонала:

- планирование текущей и перспективной потребности в персонале с учетом развития производства, уходом на пенсию и несоответствия занимаемым должностям, по результатам оценки работы;

- постоянное изучение ситуации на рынке труда города, области, региона и разработка планов своевременного реагирования на изменения;

- создание условий для закрепления трудовых династий и развития преемственности поколений;

- ориентация при подборе и найме на вакантные должности руководителей и специалистов и на внутренние резервы, на развитие, обучение персонала и на внешний найм;

- ориентация при отборе на перспективные молодые кадры посредством сотрудничества с учебными заведениями и привлечения молодежи для работы на предприятии;

- индивидуальный подход к каждому кандидату на трудоустройство при приеме на работу;

- подготовка работников из числа несовершеннолетней молодежи;

- пополнение кадрового состава специалистов и руководителей из числа кандидатов с высшим образованием и опытом работы в соответствующей сфере деятельности.

2) Совершенствование управления процессом адаптации персонала:

- знакомство работников с традициями предприятия, организационной культурой и основными нормативными документами предприятия;

- развитие наставничества;

- создание морально-психологического климата в коллективах, способствующего выполнению производственных заданий с максимальной выгодой для производства;

- проведение социально-психологических исследований по изучению морально-психологического климата, удовлетворенности трудом работников предприятия и проведение корректирующих мероприятий по результатам исследований;

- управление процессом профессионального развития работников

- создание условий для повышения квалификации перспективным работникам предприятия;

- организация планомерной и систематической работы по подготовке и повышению квалификации персонала;

- организация планомерной, систематической работы с молодыми специалистами предприятия;

- профориентационная работа с учащимися школ и молодыми работниками;

- учет индивидуальных особенностей при организации профессионального обучения;

- создание условий для повышения квалификации перспективным работникам;

- планирование и систематизация работы по подготовке, переподготовке и повышению квалификации персонала;

- мониторинг результативности и эффективности обучения;

- разработка и реализация индивидуальных планов развития персонала.

3) Совершенствование системы мотивации и стимулирования труда:

- изучение причин неудовлетворенности трудом;

- использование материальных и нематериальных методов поощрения и признания работников за результаты деятельности;

- мотивация работников через возможность карьерного роста, профессионального развития, повышения квалификации, социальных льгот.

4) Управление карьерой работников:

- работа по формированию, подготовке, стажировке и обучению кадрового резерва предприятия;

- работа над индивидуальными планами карьерного роста сотрудников предприятия;

- оценка персонала с целью выявления потенциала работников и возможностью его эффективного использования.

5) Совершенствование системы оценки персонала:

- периодическое проведение аттестации работников;

- совершенствование системы оценки персонала при отборе, приеме на работу, перемещениях, формировании кадрового резерва, организации стажировок молодых специалистов (тестирование, интервью).

6) Создание условий для вовлечения персонала в процесс управления предприятием:

- привлечение работников предприятия к участию в корпоративных мероприятиях;

- вовлечение в процесс управления персоналом руководителей подразделений с использованием современных персонал-технологий;

- совершенствование системы оперативной, объективной информированности трудовых коллективов;

- выработка системы быстрого, справедливого и эффективного решения индивидуальных проблем работников.

Таким образом, следует подчеркнуть, что кадровая политика представляет собой составную часть всей управленческой и производственной деятельности предприятия, целью которой является формирование объединенных, высококвалифицированных и высокоэффективных работников, достижение нормального баланса обновления и постоянства качественного и количественного состава, исходя из потребностей предприятия, требований действующего законодательства и состояния трудового рынка. По способу реализации стратегии управления персоналом выделяют пассивную, реактивную, превентивную и активную кадровую политику. В зависимости от степени открытости предприятия к внешней среде выделяют открытую и закрытую кадровую политику. В качестве основных направлений кадровой политики организации чаще всего выделяет подбор, отбор и найм работников, обучение, адаптация и обучение

кадров, организация возможности карьерного роста, повышение квалификации, эффективная оценка кадрового потенциала сотрудников, мотивация, социальное обеспечение.

Список литературы

1. Андрейчиков А.В. Системный анализ и синтез стратегических решений в инноватике. Концептуальное проектирование инновационных систем / Андрейчиков А.В., Андрейчикова О.Н. – М.: Ленанд, 2016. – 432с.
2. Асмолова М.Л. Деловые комплименты: управление людьми при внедрении инноваций / Асмолова М.Л. – М.: ИНФРА-М, 2014. – 155с.
3. Архипова Н.И. Управление персоналом организации / Архипова Н.И. – М.: Проспект, 2017. – 214с.
4. Бабосов Е.М. Управление персоналом: учеб. пособие / Бабосов Е.М., Вайнилович Э.Г., Бабосова Е.С. – Минск: ТетраСистемс, 2014. – 288с.
5. Базаров Т.Ю. Управление персоналом: учебник / Базаров Т.Ю. – М.: Academia, 2015. – 224с.
6. Баранов В.В. Исследование систем управления / Баранов В.В., Зайцев А.В., Соколов С.Н. – М.: Альпина Паблишер, 2014. – 216с.
7. Беляцкий Н.П. Управление персоналом / Беляцкий Н.П. – М.: Современная школа, 2012. – 448с.
8. Веснин В.Р. Управление человеческими ресурсами / Веснин В.Р. – М.: Проспект, 2017. – 688с.
9. Ветлужских Е.Н. Мотивация и оплата труда / Ветлужских Е.Н. – М.: Альпина Паблишер, 2017. – 150с.
10. Видякина О.В. Система подготовки кадров для инновационной России / Видякина О.В., Дмитриева Е.М. – М.: Проспект, 2016. – 110с.
11. Гарнов А.Б. Экономика предприятия / Гарнов А.Б. – М.: Юрайт, 2016. – 304с.

ВОЗНИКНОВЕНИЕ ТРУДНОСТЕЙ У ЗАКАЗЧИКА ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ЗАКУПКИ У ЕДИНСТВЕННОГО ПОСТАВЩИКА НА СУММУ ДО СТА ТЫСЯЧ РУБЛЕЙ

Муратова Светлана Игоревна
ОЧУ ВО «Московская международная академия»

Аннотация: В настоящей статье автором рассмотрены основные проблемы, которые могут возникнуть у заказчика при выборе неконкурентного способа закупки у единственного поставщика на сумму до 100 тысяч рублей. Раскрыты установленные законом ограничения при выборе данного способа осуществления закупки. Указан правильный способ определения лимита закупок у единственного поставщика при делегировании центральным аппаратом полномочий учреждениям. Отражена позиция по «искусственному дроблению» закупок путем проведения закупки у единственного поставщика на сумму до 100 тысяч рублей.

Автором в статье отведена весомая роль государственной власти, поскольку ведущим механизмом решения данной задачи в настоящее время является институт государственных и муниципальных закупок. Система государственных и муниципальных закупок является одним из методов взаимодействия государства и бизнеса, целью которого является удовлетворение потребности государства в товарах, работах и услугах необходимых для решения государственных вопросов и вопросов местного значения с одной стороны и развитие добросовестной конкуренции с другой стороны.

Ключевые слова: закупка у единственного поставщика на сумму до 100 тысяч рублей, совокупный годовой объем закупок, искусственное дробление закупки, делегирование полномочий

THE DIFFICULTIES FOR THE CUSTOMER AT THE PROCUREMENT FROM A SINGLE SUPPLIER AMOUNTING TO ONE HUNDRED THOUSAND RUBLES

Svetlana Muratova

Annotatio: In this article, the author considers the main problems that may arise from the customer when choosing a non-competitive method of purchase from a single supplier in the amount of up to 100 thousand rubles. The restrictions established by the law when choosing this method of procurement are disclosed. The correct way to determine the limit of purchases from a single supplier when delegating authority by the Central office to agencies is specified. Reflects the position on “artificial fragmentation” of the procurement by procurement from a single supplier in the amount of 100 thousand rubles. The author of the article assigned a significant role of state power, as the leading mechanism for solving this problem is currently the Institute of state and municipal procurement. The system of state and municipal procurement is one of the methods of interaction between the state and business, the purpose of which is to meet the needs of the state in goods, works and services necessary for the solution.

Keywords: purchase from a single supplier in the amount of up to 100 thousand rubles, the total annual volume of purchases, artificial splitting of procurement, delegation of authority

В последние годы наблюдаются активные процессы по выработке возможных финансовых стратегий развития отношений между поставщиками и клиентами. Акцент ставится на определенность постоянства, экономии, удержания стабильности и расширения возможных перспектив развития и сотрудничества.

В большинстве случаев при подготовке финансовой стратегии советом директоров финансовый директор играет роль консультанта и координатора всего процесса.

Однако крайне нежелательно, чтобы за процесс разработки финансовой стратегии несли ответственность лишь финансовая служба. В этом случае деловые интересы организации могут быть принесены в жертву цели максимизации финансовых результатов.

Взаимодействие финансовых сделок и экономических отношений целесообразно осуществлять при участии государства.

Одним из первостепенных условий системы функционирования государственной власти является ее ресурсное обеспечение. От его качества напрямую зависит эффективность властного влияния, степень гарантирования прав и свобод граждан. В условиях рыночной экономики организовать такое обеспечение зачастую непросто, учитывая необходимость эффективно соотносить потребности государства в ресурсах и имеющиеся в наличии бюджетные средства. Ведущим механизмом решения данной задачи в настоящее время является институт государственных и муниципальных закупок. За период становления и развития современной государственности Российской Федерации правовая регламентация данного института претерпела существенные изменения, однако, очевидно, что до настоящего времени не является идеальной.

Система государственных и муниципальных закупок является одним из методов взаимодействия государства и бизнеса, целью которого является удовлетворение потребности государства в товарах, работах и услугах необходимых для решения государственных вопросов и вопросов местного значения с одной стороны и развитие добросовестной конкуренции с другой стороны.

Государственные и муниципальные закупки, в рамках экономической и правовой теории, интерпретируются как сложное и многоаспектное понятие.

Как известно, закупка у единственного поставщика – это неконкурентный метод осуществления закупок заказчиком. Как правило, он используется для закупки товаров, работ, услуг в случае крайней необходимости, для того, чтобы быстро и своевременно заказчик смог удовлетворить свои потребности. Так как при выборе данного способа закупки происходит ограничение конкуренции, то законодательство Российской Федерации о закупках установлены особые требования к закупке у единственного поставщика на сумму до 100 тысяч рублей, а именно, согласно пункту 4 части 1 статьи 93 Федерального закона от 05.04.2013 № 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» (далее – Закон

о контрактной системе), годовой объем закупок, при котором заказчик вправе осуществить закупку у единственного поставщика на сумму до 100 тысяч рублей, не должен превышать два миллиона рублей или не должен превышать пять процентов совокупного годового объема закупок заказчика и не должен составлять более чем пятьдесят миллионов рублей.

Заказчик, не выполнивший требования, предусмотренные пунктом 4 части 1 статьи 93 Закона о контрактной системе, понесет ответственность в виде штрафа, предусмотренную частью 1 статьи 7.29 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП РФ), за принятие решения о способе определения поставщика (подрядчика, исполнителя), в том числе решения о закупке товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд у единственного поставщика (подрядчика, исполнителя), с нарушением требований, установленных законодательством Российской Федерации о контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд.

Для того, чтобы не нарушить положения Закона о контрактной системе при проведении закупок у единственного поставщика на сумму до 100 тысяч рублей нужно уметь правильно рассчитывать совокупный годовой объем закупок (далее – СГОЗ). Основной вопрос в данном случае возникает при передаче центральным аппаратом (далее – Финансовый агент) денежных средств для исполнения обязательств по переданным полномочиям учреждениям. Как правильно рассчитать СГОЗ в такой ситуации?

Для ответа на этот вопрос необходимо обратиться к Закону о контрактной системе, согласно которому, СГОЗ – утвержденный на соответствующий финансовый год общий объем финансового обеспечения для осуществления заказчиком закупок в соответствии с настоящим Федеральным законом, в том числе для оплаты контрактов, заключенных до начала указанного финансового года и подлежащих оплате в указанном финансовом году.

Также, согласно Письму Министерства экономического развития от 21 декабря 2016 г. № Д28и-3403 по вопросу совокупного годового объема закупок при закупках у единственного поставщика (подрядчика, исполнителя) на сумму, не превышающую 100 тыс. руб., СГОЗ представляет собой сумму средств по:

- контрактам, заключенным в предыдущих финансовых годах, в части, подлежащей оплате в текущем финансовом году;
- контрактам, заключенным в текущем финансовом году и полностью исполняемым и подлежащим оплате в текущем финансовом году;
- контрактам, заключенным в текущем финансовом году и исполняемым в текущем и последующих годах, в части, подлежащей оплате в текущем финансовом году.

В соответствии с частью 6 статьи 15 Закона о контрактной системе в случае, если в соответствии с Бюджетным кодексом Российской Федерации государственные органы, органы управления государственными внебюджетными фондами, органы местного самоуправления, Государственная корпорация по атомной энергии «Росатом» или Государственная корпорация по космической деятельности «Роскосмос», являющиеся государственными или муниципальными заказчиками,

при осуществлении бюджетных инвестиций в объекты капитального строительства государственной, муниципальной собственности и (или) на приобретение объектов недвижимого имущества в государственную, муниципальную собственность передали на безвозмездной основе на основании соглашений свои полномочия государственного или муниципального заказчика бюджетным учреждениям, автономным учреждениям, государственным, муниципальным унитарным предприятиям, такие учреждения, такие унитарные предприятия в пределах переданных полномочий осуществляют от лица указанных органов или государственных корпораций закупки товаров, работ, услуг в соответствии с положениями настоящего Федерального закона, которые регулируют деятельность государственного и муниципального заказчиков.

Исходя из вышеизложенного, имеются следующие основания учитывать расходы по переданным полномочиям в СГОЗ Финансового агента:

Во-первых, согласно определению СГОЗ, изложенному в Законе о контрактной системе и в Письме Министерства экономического развития, при расчете СГОЗ учитываются расходы по контрактам исполнение которых, происходит в текущем или текущем и последующих финансовых годах вне зависимости от того, был ли заключен контракт в предшествующем или текущем финансовом году.

Во-вторых, в Законе о контрактной системе не содержится исключения из числа закупок расходов по переданным полномочиям при расчете СГОЗ.

В-третьих, при передаче полномочий Финансового агента, учреждения осуществляют от лица органов или государственных корпораций закупки, в пределах переданных им полномочий.

В-четвертых, оплата по переданным учреждениям полномочиям осуществляется из средств и со счета центрального аппарата.

Таким образом, расходы по переданным полномочиям необходимо учитывать в СГОЗ Финансового агента, что позволит правильно оценить объем закупок у единственного поставщика на сумму до 100 тысяч рублей, который можно осуществить, не нарушая требований Закона о контрактной системе.

Следующий вопрос, который возникает у заказчиков при закупке у единственного поставщика – это вопрос искусственного дробления закупки. Почему данный вопрос настолько актуален? Дело в том, что статьей 15 утратившего силу Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» устанавливалось требование по искусственному дроблению закупки.

Критериями для определения искусственного дробления являлись: закупка у одного и того же поставщика, единый предмет закупки, единая дата осуществления закупки, место исполнения контракта по результатам закупки. Все это в совокупности свидетельствовало о том, что происходило ограничение конкуренции, и заказчик, злоупотребляя своим правом на проведение закупки у единственного поставщика, препятствовал осуществлению права участия в данной закупке возможных участников закупки.

В действующем Законе о контрактной системе отсутствует определения «искусственное дробление закупки», а также не установлены критерии «дробления». Однако это не значит, что проведение неконкурентным способом

закупок у единственного поставщика может осуществляться беспрепятственно и бесконтрольно. Законодатель решил данную проблему путем установления ограничений, предусмотренных статьей 93 Закона о контрактной системе, а именно закупки у единственного поставщика на сумму до 100 тысяч рублей:

- закупки у единственного поставщика на сумму до 100 тысяч рублей
- годовой объем закупок не должен превышать 2 миллиона рублей или 5% СГОЗ и не должен составлять более 50 миллионов рублей.

Также данная позиция отражена в письме Министерства экономического развития Российской Федерации от 20.10.2015 № Д28и-3179. Таким образом, заказчик при осуществлении закупок у единственного поставщика на сумму до 100 тысяч рублей должен соблюдать лимит объема закупок у единственного поставщика, установленного пунктом 4 части 1 статьи 93 Закона о контрактной системе.

На основании вышеизложенного, можно сделать вывод о том, что осуществление закупки у единственного поставщика на сумму до 100 тысяч рублей неконкурентным способом лишь на первый взгляд кажется простым и понятным, но на самом деле при выборе данного способа необходимо учитывать все требования, установленные Законом о контрактной системе в целях реализации полномочий государства по поддержке конкуренции, иначе за неисполнение или ненадлежащее исполнение положений законодательства Российской Федерации в сфере закупок последует привлечение к административной ответственности в соответствии с КоАП РФ. Перечисленные проблемы являются основанием для возникновения и воздействия рисков. Таким образом, задачей организации является разработка и реализация превентивных мероприятий, направленных на повышение эффективности деятельности организации. Система государственных закупок является неотъемлемым рычагом воздействия государства на экономику.

Государственные закупки - это совокупность разнообразных функций и операций, которые направлены на увеличение централизованной управляемости, снижение расходов государственного бюджета, контроль над материальными потоками и предоставление нужд государственных учреждений. Госзакупки занимают довольно ощутимую часть бюджета нашей страны, и поэтому требуют совершенствования управления системой для эффективного использования бюджетных средств, расширения возможностей участников.

Следует отметить, что результативная деятельность системы государственных закупок оказывает существенное экономическое влияние (как показывает практическое ее использование) на все стороны жизнедеятельности государства, общества, и, конечно же, бизнеса (предпринимательства, особенно малого и далее среднего), как в целом, так и регионально. Также влияние государственных закупок отображается и на экономическую безопасность страны в целом и по регионам. Система госзакупок должна стать эффективным инструментом экономического регулирования, стабильности в экономике, концентрации трудовых материальных ресурсов, а также промышленного и научного потенциалов.

Все этапы закупочного процесса в целом представляют собой закупочный цикл, который сопровождается мониторингом, контролем и аудитом, также происходит определение адекватности затраченных средств достигнутому

результату, предупреждение и пресечение нарушений на всех стадиях замкнутого закупочного цикла.

Нельзя не отметить и принципы, на которых основывается контрактная система в сфере закупок:

- открытость и прозрачность информации (обеспечивается открытость и прозрачность информации, путем ее размещения в единой информационной системе; информация, размещенная в единой информационной системе, должна быть полной и достоверной);

- обеспечение конкуренции (создаются равные условия между участниками закупок);

- единство контрактной системы в сфере закупок (основывается на единых принципах и подходах, предусмотренных настоящим ФЗ);

- ответственность за результативность обеспечения государственных и муниципальных нужд, эффективность осуществления закупок (при планировании и осуществлении закупок должностные лица заказчиков несут персональную ответственность за соблюдение требований, установленных законодательством РФ).

Подводя итоги вышеизложенному, хотелось бы отметить тот факт, что суть проводимой реформы системы госзакупок в России заключается в том, что наиболее важным вопросом становится не процесс выбора победителя процедуры закупок, целесообразнее, чтобы он являлся надежным и постоянным, с которым заключается контракт на долгосрочном стратегическом формате, а также с результатом наибольшее количество обеспечения социальных, коммерческих и государственных и муниципальных нужд. Меняются основные принципы и задачи системы госзакупок. Процесс закупки товаров для государственных и муниципальных нужд становится более открытым, прозрачным, более эффективным. Ранее это было развитие конкуренции и экономия бюджетных средств, теперь же это эффективность и ответственность за полученный результат.

Добавим, что сравнительно недавно было закреплено в Постановлении Правительства РФ от 08 февраля 2017 года № 145 «Об утверждении Правил формирования и ведения в единой информационной системе в сфере закупок каталога товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд и Правил использования указанного каталога», которое относится к 44-ФЗ.

Для ведения предпринимательства и финансово-экономических и правовых отношений между поставщиком, заказчиком (в лице клиента), генеральным директором фирмы или организации удобно обращаться к каталогу и использовать его в практической деятельности.

Под каталогом товаров, работ, услуг для обеспечения предпринимательских, частных, гражданских, государственных и муниципальных нужд (далее - каталог) понимается систематизированный перечень товаров, работ, услуг, закупаемых для обеспечения государственных и муниципальных нужд, сформированный на основе Общероссийского классификатора продукции по видам экономической деятельности... и включающий в себя коды каталога, соответствующие указанным кодам товары, работы, услуги, являющиеся объектами закупки, единицы измерения количества товара, объема выполняемой работы, оказываемой услуги и иную информацию. Данный каталог был разработан для:

- единообразного указания наименований товаров, работ и услуг с целью исключения случаев, в которых заказчик скрывает информацию о закупках посредством некорректного наименования товара, работы или услуги;
- нормирования характеристик товаров, работ и услуг с целью избежания закупок с завышенными потребительскими свойствами;
- обеспечения сопоставления цен для упрощения процедур закупок посредством перехода к оценке эффективности произведенных закупок.

Также стоит отметить, что функции органов власти по формированию каталога распределены между Министерством экономического развития Российской Федерации и Казачеством России. К функциям Минэкономразвития относятся:

- определение методологии по формированию и ведению каталога;
- формирование и направление в казначейство России функциональных требований к ЕИС, которые будут обеспечивать ведение и использование каталога;
- обеспечение подготовки и включения контента в каталог;
- поддержка каталога в актуальном состоянии;
- обеспечение мониторинга функционирования каталога и подготовка рекомендаций по его развитию и совершенствованию.

К функциям Казначейства России относится обеспечение создания и развития ЕИС по ведению и использованию контента на основании требований Минэкономразвития России.

Каталог будет состоять из двух взаимосвязанных частей: 1) каталога объектов закупок (будет включать в себя рамочные описания товаров, работ и услуг без указания торговых марок и формироваться Минэкономразвития России) и каталога конкретных товаров (будет включать в себя конкретные товары и торговых марок, производителей, а также характеристик и цен; формируется в личных кабинетах поставщиков ЕИС и включается в каталог оператором каталога).

В ходе проведенного исследования, мы провели ракурс в поле финансового обеспечения грамотности населения по сфере госзакупок, где имеются свои ограничения, но и возможности, о которых необходимо знать, помнить и соблюдать, в частности:

- закупки у единственного поставщика на сумму до 100 тысяч рублей
- годовой объем закупок не должен превышать 2 миллиона рублей или 5% СГОЗ и не должен составлять более 50 миллионов рублей.

Следует также внимательно отнестись к формированию прогнозных форма и анализ финансовых отчетов организации. Это необходимо с целью выявления рисков, условий оптимального функционирования, сильных и слабых сторон организации.

Ключевыми факторами будет являться выполнение и реализация всех финансово-правовых договорённостей, соблюдение всех норм и реализация оговоренных в контракте и договоре соглашений. Соблюдение всех обозначенных ключевых факторов и действий приведёт к успеху, особенно на развитие малого инновационного предпринимательства, который в последние годы становится некой платформой (площадкой) для новой конкурентоспособной экономики. На

сегодняшний момент, например, можно проследить ряд интересных тенденций развития малого инновационного бизнеса: это прежде всего, переход в виртуальное пространство, которое позволяет минимизировать стартовые затраты на проект и быстро перевести его в активную стадию жизнедеятельности, когда он может начать приносить прибыль.

Другой тенденцией в сфере малого бизнеса являются новые услуги. В инновационном малом бизнесе это, как правило, создание информационных платформ, позволяющих найти необходимого специалиста, а также получить консалтинговую поддержку, не выходя из офиса (удаленно), что также значительно сокращает затраты на персонал и на административные функции (например ведение бухгалтерской отчетности, юридическое сопровождение).

Интернетизация рынка пока набирает обороты, однако ее плюсы очевидны, поэтому данный процесс прогрессирует и в будущем повлияет на мобильность малого бизнеса. Однако в условиях новой информатизированной сетевой экономики, главную роль продолжают играть взаимоотношения между различными государственными, коммерческими и некоммерческими институтами, поэтому приоритетом для государства в настоящее время является создание эффективной инновационной инфраструктуры для поддержки малого бизнеса, в основе которой лежит наукоемкая разработка.

При четко слаженном механизме работы системы государственных и муниципальных закупок, как важного метода взаимодействия государства и бизнеса, целью которого является удовлетворение потребности государства в товарах, работах и услугах необходимых для решения государственных вопросов и вопросов местного значения, с одной стороны, и развитие добросовестной конкуренции, с другой стороны, - будут более слажено решаться круг вопросов и реже возникать трудности у заказчика при осуществлении закупки товаров и услуг.

Список литературы

1. Федерального закона от 05.04.2013 № 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд».

2. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях.

3. Федеральный закон от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции».

4. Письмо Минэкономразвития России от 21.12.2016 № Д28и-3403 «О совокупном годовом объеме закупок при закупках у единственного поставщика (подрядчика, исполнителя) на сумму, не превышающую 100 тысяч рублей».

5. Письмо Минэкономразвития России от 21.11.2016 № Д28и-3179 «Об обосновании по объекту (объектам) закупки и внесении изменений в план-график размещения заказов».

6. Доронин С.Н., Рыхтикова Н.А., Васильев А.О. Госзакупки: законодательная основа, механизмы реализации, риск-ориентированная технология управления. – М.: Форум, 2013. – 232 с.

7. Рыхтикова Н.А. Анализ и управление рисками организации. – М.: Форум, 2015. – 240 с.

АНАЛИЗ ОСОБЕННОСТЕЙ ГЕНДЕРНЫХ СТЕРЕОТИПОВ

Мусихин Владислав Владимирович

Аннотация: В статье дается описание гендерных стереотипов, их главных функций. Раскрываются и объясняются их основные определения. Важность исследования гендерных стереотипов определяется необходимостью дать наиболее четкое представление о данных стереотипах.

Гендерные стереотипы появились много лет назад. Их истоки зародились еще в Древней Греции. Еще древние философы вели разговоры о неодинаковом поведении мужчин и женщин. Женщина представлялась как слабая, милосердная, эмоциональная, понимающая, в то время как мужчина – добытчик, сильный, смелый, храбрый. В современном мире гендерные стереотипы занимают важное место в осознании индивидом не только окружающего его мира, но и в первую очередь себя как личности.

Гендерные стереотипы затрагивают социальные образы фемининности и маскулинности. Тем не менее, в определениях гендерных стереотипов не существует единства. Большое количество лингвистов в определениях “гендерных стереотипов” делают акцент на индивидуальные характеристики женщин и мужчин («гендерные или полоролевые стереотипы — это схематизированный набор представлений о персональных характеристиках мужчин и женщин» [Ashmore, Del Boca, p. 222]. В основе стереотипов этого типа лежит различное в зависимости от пола поведение личностей в обществе.

В структуре гендерных стереотипов возможно выделить два уровня: персональный уровень (личные представления) и культурный уровень (социально-разделяемые представления) [См.: Vasow, p. 3]. На персональном уровне отражается личное понимание гендерных стереотипов. Социально-разделяемые представления – это такие представления, которые включают в себя индивидуальные, физические качества женщин, мужчин, т. е. качества, которые присущи конкретной личности.

Необходимо отметить, что большой интерес к проблеме гендерных стереотипов возник в 70-е годы в западной социологии, распространен и существует до сих пор. В 70-е годы исследователи поставили перед собой вопрос, ответ на который необходимо было найти: действительно ли существуют данные различия между представителями женского и мужского пола либо это всего лишь чьи-то предрассудки?

Первые появившиеся изучения гендерных стереотипов были чрезвычайно интересными. Ученые обнаружили, что мужчины являются мастерами своего дела, они обладают высокими знаниями своей профессии, рост по карьерной лестнице является их главной целью. Представительницы женского пола в большинстве случаев добивались успеха абсолютно случайно.

Следует помнить о том, что и женщины, и мужчины видят мир по-разному. Они по-разному воспринимают, анализируют то, что происходит вокруг них.

Гендерные стереотипы подразумевают, что мужчина является ведущим, в то время как женщина – ведомая.

И в своей статье мы поднимаем такой вопрос: почему же существуют гендерные стереотипы? Ученые разных времен говорили и об исторических, и о социальных факторах, которые повлияли на возникновение гендерных стереотипов. Отталкиваясь от наиболее известной теории, можно сделать вывод, что по мере развития тяжелых трудовых работ, появлялась большая необходимость в грубой силе, которая была у представителей мужского пола. Женщины не в силах были взвалить на себя весь труд тяжелой работы. Работы по строительству, в полях нуждались в огромной силе.

В доказательство данной теории существует факт, который подтверждает, что в конце 20 века гендерные стереотипы подверглись более глубокому изучению.

В конце 20 века детально начали исследоваться характерные черты поведения представительниц женского пола. Образ девушки описывался как доброжелательной, открытой, хозяйственной, чрезвычайно эмоциональной личности.

Развитие стереотипов подразумевает, что общество одно и то же поведение понимает по-разному, это зависит от того, от кого оно исходит: от мужчины либо от женщины. Исходя из этого поведения и формируется представление социума о мужчинах и женщинах.

Далее вопрос, которым мы задались, звучит следующим образом: по какой причине гендерные стереотипы до сих пор существуют, если они так неэффективны? Одним из главных факторов является распределение власти. Мужчина – это лидер. Он является главным не только в семье, но и на работе, и даже в обществе. Самым лучшим организатором является мужчина, самый лучший руководитель – мужчина. Вместе с этим, на представителей мужского пола накладывается огромная ответственность, не зависимо от того, готовы ли они к ней.

Гендерные стереотипы являются ядром изучений в гендерной лингвистике. Под гендерным стереотипом подразумевается частный случай социального стереотипа. Сам социальный стереотип – это стандартизированный, устойчивый, эмоционально насыщенный, ценностно определенный образ (см. [ФЭС 1989: 626]). Понятия предубеждения, предрассудка часто выступают синонимами стереотипа.

Гендерные стереотипы являются общеизвестными в обществе установками о поведении представителей различных гендеров, прежде всего мужчин и женщин. Для гендерных стереотипов характерны нижеприведенные свойства: 1) они показывают конкретные оценки, принимающие во внимание внутригрупповую систему ценностей; 2) они постоянны, однако и подвергаются некоторому преобразованию по мере развития социальных представлений и норм; 3) их отличает большая степень единства представлений; 4) в любой культуре мужчинам и женщинам навязываются определенные модели поведения.

Таким образом, гендерные стереотипы, в сущности, являются социальными нормами [Eagly 1987].

В отечественной социальной психологии существуют три типа гендерных стереотипов. В первом типе затрагиваются семейные и профессиональные роли в зависимости от пола. Для женщин основные социальные роли – семейные (мать,

хозяйка), а для мужчин — профессиональные роли. Для второго типа характерны расхождения в трудовой деятельности. Третий тип — это стереотипы маскулинности – фемининности. Мужчинам и женщинам присваиваются конкретные качества и свойства личности. Обыденное сознание склонно абсолютизировать психофизиологические и социальные различия полов, отождествляя маскулинность с активно-творческим началом, а фемининность — с пассивно-репродуктивным, природным.

Все стереотипы осуществляют конкретные функции. Разберем функции гендерных стереотипов. Данный вид стереотипов выполняет следующие функции: объяснительная функция; регулятивная функция; дифференцирующая функция; ретрансляционная функция; защитная или оправдательная функция.

Объяснительная функция – это функция, которая используется для раскрытия поведения женщины или мужчины в обществе, применяя известные гендерные стереотипы о качествах мужчин и женщин.

Регулятивная функция связана с различиями, проявляемыми в поведении как мужчин, так и женщин. Например, зарубежные ученые пришли к выводу о том, что мужчины и женщины ведут себя неодинаково при переходе дороги на красный свет. Женщины чаще переходили дорогу на красный свет, находясь в потоке людей. Такое поведение обусловлено тем, что представительницы женского пола подвержены давлению со стороны общества.

Дифференцирующая функция – это функция, относящаяся ко всем социальным стереотипам. Она помогает снизить уровень различий между людьми из одной группы и как можно больше увеличить различия между людьми из разных групп. Если мужчин и женщин изучать как разные социальные группы, которые обладают разными статусными позициями, то мужчин относят к высокостатусной группе, а женщин к низкостатусной.

Таким образом, различия между этими группами значительно увеличиваются. Для высокостатусных мужчин характерны карьерный успех, компетентность, а с низкостатусными женщинами связываются такие качества, как доброта, милосердие, понимание. Тем не менее, как считают некоторые западные исследователи, все положительные черты женского стереотипа (доброта, душевная теплота) являются всего лишь обычной компенсацией за недостаток успехов в “силовой позиции”. В обычной жизни данная функция гендерных стереотипов достаточно четко прослеживается в анекдотах, в различных шутках о мужчинах и женщинах.

Ретрансляционная функция воспроизводит роль институтов социализации – семьи, сверстников, искусства, литературы в формировании, распространении полоролевых стереотипов. Через вышеперечисленные социальные институты общество предъявляет к индивиду конкретные надежды по поводу того, каким следует быть, чтобы подходить представлениям о своем поле.

С точки зрения некоторых ученых, защитная или оправдательная функция – это одна из наиболее отрицательных функций гендерных стереотипов, которая связана со стремлением оправдать и защитить настоящее положение вещей, а именно фактическое неравенство между полами. Как считает Э. Аронсон, ведущий американский социальный психолог, достаточно благоприятным являет-

ся понимание женщин, как более склонных к работе по дому, когда общество, в котором главная роль относится к мужчине, хочет и дальше держать женщин привязанными к пылесосу.

Гендерные стереотипы осуществляют ряд функций, которые связаны с потребностью разьяснения отличий между женщинами и мужчинами. Гендерные стереотипы способствуют формированию наших ожиданий по поводу поведения женщин и мужчин.

Таким образом, с нашей точки зрения, гендерные стереотипы будут существовать во все времена. Их изучением будет заниматься ни одно поколение ученых.

Список литературы

1. Ashmore R.D., Del Boca F.K. The Social Psychology of Female-male Relations: A Critical Analysis of Central Concepts. N.Y., 1986.
2. Basow S. A., Gender stereotypes and roles. Pacific Grove, 2010.
3. Eagly, A. H., Gender and social influence: A social psychological analysis, 1983.

ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ КОММЕРЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ СКВОЗЬ ПРИЗМУ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ

Мыльцина Полина Витальевна

Аннотация: В данной статье рассматривается проблема современного взгляда на конкурентоспособность компаний на рынке, различие их политики относительно своей сферы деятельности. На примере отдельной компании будет рассмотрена её политика поведения на рынке, так же будут рассмотрены альтернативные варианты развития компании, для повышения её конкурентоспособности.

Один из наиболее важных принципов рыночной экономики – свободная конкуренция на рынке, среди поставщиков различных услуг, например таких как предоставление необходимых покупателю определённых платных сервисов. Особенно важными станут трудности создания конкурентоспособности компании, разнообразные проблемы, непосредственно связанные с конкурентоспособностью различных продуктов и услуг, увеличение конкурентоспособных преимуществ в современных экономических взаимоотношениях.

В современном мире, конкуренцию между поставщиками различных платных и бесплатных услуг можно наблюдать на каждом шагу. Компаний, которые производят или предоставляют потребителю одинаковый продукт на современном рынке огромное множество. Между такими компаниями существует огромная конкуренция за постоянного потребителя, который будет покупать производимый товар только у одной из компаний, которая будет отвечать всем требованиям покупателя.

Для России проблема обеспечения конкурентоспособности на рынке является наиболее важной задачей на текущее время. Сам бизнес становится всё более сложным и разноплановым с каждым годом. Технологические процессы, общество, информация, денежные средства и сама концепция маркетинга изменяются гораздо быстрее, чем это было раньше. Для поиска своего постоянного клиента компаниями приходится не только заниматься производством товара, но ещё и находить неординарный подход к клиенту. Компании проводят различные программы для предоставления скидок, проводят опросы покупателей, для повышения качества собственных услуг. В то время, когда компании конкурируют друг с другом, такие предприятия как общественный транспорт, телевидение и система образования для собственного блага поддерживают конкуренцию на рынке. Основа конкуренции – всегда идти наравне с техническим, технологическим, информационным прогрессом и не отставать от постоянно меняющихся условий.

Рассматриваемая тема на данный момент недостаточно развита, поэтому особенно трудно удержаться на рынке и быть на порядок выше других компаний. Получить информацию о целом рынке или же об отдельно взятой компании, какой стратегией она пользуется и каких успехов добивается, практически невозможно. По этой причине я считаю, что и сама тема достаточно актуальна для современного бизнеса.

Целью данной работы является определение особенностей современного рынка и путей повышения конкурентоспособности компании, занимающейся определенной деятельностью в условиях современного рынка.

В данной статье рассматривается проблема современного взгляда на конкурентоспособность компаний на рынке, различие их политике относительно своей сферы деятельности. На примере отдельной компании будет рассмотрена её политика поведения на рынке, так же будут рассмотрены альтернативные варианты развития компании, для повышения её конкурентоспособности.

Значительный вклад в развитие научной концепции конкурентоспособности организации в условиях изменения вектора трансформации экономики внесли работы Г.Л. Азоева, И. Ансоффа, Д. Дзя, В.С. Ефремова, Р. Каплана, Дж. Б. Куинна, И.М. Лифица, Н.К. Моисеевой, Д. Нортона, М. Портера, А.И. Татаркина, Р. Уотермена, Р.А. Фатхутдинова и др. В их трудах составлены важные части, составляющие сущность конкурентоспособности компании, выявлены отдельные закономерности ее развития. П. Завьяловым, И.М. Лифицем, Х.А. Фасхиевым и другими авторами предоставлены количественные методы оценки состояния конкурентоспособности компании. Важное значение в исследовании маркетинговых аспектов повышения конкурентоспособности предприятий имеют научные разработки, теоретические и практические выводы Г.Л. Багиева, Е.П. Голубкова, Т.П. Данько, П. Дойля, Ф. Котлера, И.В. Котляревской, В.А. Лазарева, Ж.-Ж. Ламбена, Н.А. Нагапетьянца, О.К. Ойнер, И.И. Пичурина, Е.В. Попова, О.А. Третьяк, Дж. О'Шонесси, А.А. Яковлева и др.

Изначально слово «конкуренция» вошло в экономическую теорию из бытового языка и в течение длительного времени обозначало только независимое соперничество двух или более лиц [Стиглер Дж. 2000: 300] . сама конкуренция рассматривалась как внутреннее состояние человека, которым он обладает с ранних лет своей жизни , что непосредственно влияет и на экономическое поведение людей, которые стремятся получить свою выгоду.

Впервые А. Смит в работе «Исследование о богатствах народов» попытался внести ясность в определение конкуренции. Он писал о том, что «конкуренция сейчас же начнется среди покупателей, если произойдет сокращение предложения, что повлечет за собой повышение цен», но когда предложение слишком велико, цена будет падать тем ниже, чем больше конкуренция между продавцами, «или, смотря по тому, насколько окажется для них быстрее сбыть этот товар» [Смит А. 1997: 58] . А. Смит отождествлял конкуренцию с «честным соперничеством между продавцами за более выгодные условия продажи своих товаров», с «невидимой рукой» рынка – рыночными ценами, формирующимися под влиянием конкурентных сил. Сущность конкуренции, по мнению А. Смита, представляет собой совокупность взаимосвязанных попыток продавцов установить контроль на рынке в долгосрочной перспективе. Следовательно, конкуренция – это процесс реакции на новую силу и способ достижения нового равновесия, сущностью которого является борьба конкурентов за относительные преимущества³ . При этом основным методом конкурентной борьбы служит изменение цен.

Конкурентоспособность организации – это способность компании проектировать, производить и реализовывать на рынке товар и услугу, которая будет

наиболее качественной, соответствовать всем требованиям клиента по сравнению с компанией конкурентом, выполнять все потребности рынка и тем самым будет гарантировано получение прибыли, расширенное производство, экономическое и социальное развитие Меры по повышению конкурентоспособности предприятия включают в себя разработку ряда экономических, коммуникационных и социальных целей [Алексейчева Е. Ю., Магомедов М. Д., Костин И. Б 2016: 97].

В качестве экономических целей можно выделить:

- достижение лидирующей позиции на рынке спроса
- удержание собственных позиций в своей сфере и развитие малоразвитых сервисов;
- улучшение качества не только собственного продукта, но и грамотное его представление;
- увеличение продаж, для получения более высоких прибылей;
- обеспечение и развитие организации в долгосрочном периоде.

Условиями увеличения конкурентоспособности компании с учётом отличительных особенностей современного рынка, несомненно, являются:

- Широкий ассортимент предлагаемой продукции.

Нынешний предприниматель должен уделять особое внимание тому, что на современном рынке огромное количество предприятий, занимающиеся производством однотипных услуг или товаров. Благодаря большому выбору своей продукции компания будет стремиться дать своему клиенту широкий выбор на предоставляемую услугу, благодаря чему он может не только сохранить своего действующего потребителя, но и привлечь к своим услугам нового клиента, которому будет необходим определённый вид товара [Царев В.В, Кантарович А.А., Черныш В.В. 2012: 377].

- Сотрудники как механизм. Согласно современным концепциям управления, люди являются одним из важнейших экономических ресурсов предприятия, влияющих на ее доход, конкурентоспособность и развитие. Благодаря качественно обученным сотрудникам, которые будут не только механически выполнять поставленные перед ними задачи, но и показывать клиентам свою лояльность и оказывать непосредственную помощь в их проблемах, компания будет выигрывать в конкурентной борьбе с идентичными компаниями. Так как если коллектив на рабочем месте будет работать как единый механизм, не только качество но и общественное мнение о компании будут склоняться в положительную сторону.

К сожалению, в наши дни, этот фактор является самым слабым звеном в деятельности российских компаний. Существуют единицы компаний, которые уделяют должное внимание своему кадровому составу, улучшению условий труда и постановлению мотивационных программ для своих сотрудников.

- Постоянное усовершенствование продаваемых на внутреннем рынке услуг или товаров отечественных производителей и дальнейшее их расширение на международном рынке. В данную категорию можно отнести такие пункты, как выявление требований клиентов, поиск компаний предоставляющих идентичный товар или услуги, и дальнейшее выявление их недостатков, с целью улучшения качества собственного продукта, соответственно эти улучшения для повышения лояльности клиентов и удовлетворению их нужд, проведение изучения политики

компании конкурента с идентичным товаром, изменение или проведение акций на влияющих на изменение ценовых факторов продукции. И конечно же проведение различным рекламных акций, предоставление денежного кредита для оплаты товара и расширение собственного спектра услуг или товаров для более широкого ассортимента.

На это условие влияет факт, что при повышении ценности товара в глазах клиента, он готов заплатить за нужный товар более высокую цену. Вместе с тем, повышение цены, которое является приемлемым для покупателя, должно быть больше повышения издержек предприятия на производство и поддержание элемента дифференциации.

- **Ценовое лидерство.** Данное условие предназначено для уменьшению расходов для изготовления товара или услуги. Это касается непосредственно производства. Компания должна обращать своё внимание не только на своих сотрудников на производстве, но и на изучение и установку современного оборудования, поддерживать стабильность финансовых вложений на различные исследования, контролировать своих расходы на производство. Снижение издержек базируется на использовании «кривой опыта», а также выведенном на её основе «законе опыта». (Закон опыта гласит: «Издержки на единицу продукции при получении добавленной стоимости применительно к стандартному товару, измеренные в постоянных денежных единицах, уменьшаются на фиксированный процент при каждом удвоении продукции».)

Так же для достижения определённых целей, компания может выбрать одну из существующих моделей поведения или же выбор стратегии [Горбашенко Е.А. 2010: 104]:

Стратегия – Характеристика

«Захват рынка» - Предполагает увеличение спроса на продукцию путём поиска новых клиентов либо же достижение ценового лидерства.

«Защита рынка» – Влияние на действующих клиентов путём рекламных акций и различных бесплатных услуг.

«Блокировка рынка» – Эта стратегия основывается на том, что компания, которая её выбрала, пытается не допустить, чтобы конкуренты получили какие-либо преимущества, например ценовая политика.

«Атака в лоб» («фронтальная атака») – Использование преследователем достигнутого над лидером превосходства для установления конкурентного преимущества

«Прорыв» («фланговая атака») – Использование какой-либо одной слабой стороны лидера

«Окружение» – При выборе данной стратегии, необходимо выявить слабые стороны лидера, и с их помощью улучшить/увеличить свою конкурентоспособность

«Следование по курсу» – Минимизация риска ответных действий лидера, например в ценовой политике.

«Сохранение позиций» – Сохранение постоянства. Нейтральная позиция, целью которой является отсутствие внимания со стороны конкурентов.

«Атака в лоб» («фронтальная атака») – По достижению определенного пре-

восходства над лидером на рынке установить должную конкуренцию и удерживать данную позицию в дальнейшем.

«Прорыв» («фланговая атака») – использование какой-либо одной слабой стороны лидера

«Окружение» – При выборе данной стратегии необходимо выявить слабые стороны лидера и с их помощью улучшить или увеличить определенные риски лидера.

В качестве достоверного примера увеличения конкурентоспособности на рынке услуг и товаров можно привести компанию ООО «ВОД». Данная компания ведёт свою активную деятельность на рынке уже более 17 лет. С момента основания компания занимается оптовой и розничной продажей элитной сантехники и отделочных материалов для ванной комнаты. Основной целью компании ООО «ВОД» является содействие экономическому развитию и благосостоянию как юридических, так и физических лиц, обслуживаемых компанией, путем предоставления клиентам и компаниям качественных товаров и услуг, таким образом, и в таком объеме, которые соответствуют

Главной проблемой исследуемой компании являются ее прямые конкуренты в данной области. Также потеря постоянных клиентов грозит сильнейшим ударом выручке компании. Как правило, потеря клиентов связана с завышенными ценами относительно прямых конкурентов. Отсутствие необходимого клиентам товара или услуги, доверие более известным брендам, политическая ситуация в стране. В данном вопросе компания выигрывает за счет качественного изучения ситуации на рынке, индивидуальному подходу к каждому своему клиенту, осуществлению доставки заказа по регионам России и оформление предварительного заказа через интернет. По итогам можно предположить, что компании необходимо использовать стратегию, которая будет отвечать за качественное умение предлагать свой товар.

Одной из составляющей конкурентной среды является клиент. Целью исследований клиентов является выявление их структуры и предпочтений.

Были проведены исследование клиентов фирмы. По результатам кабинетных исследований выявлена структура покупателей. В структуре покупателей преобладает доля юридических лиц – 73%, остальные физические лица – 27%.

Среди клиентов был проведен опрос, который показал, что большинство клиентов довольны обслуживанием фирмы – 85%, 12% – не очень довольны, 3% – не довольны. Изданных видно, что работа в сфере обслуживания клиентов хорошего качества. Так же фирмой был задан вопрос «Порекомендовали бы Вы фирму ООО «ВОД»». 87% опрошенных ответил, что да, 13%, что нет. На вопрос «Откуда Вы узнали о нашей фирме», 43% опрошенных ответили, что из интернета, 52% от знакомых и 5% из печатного материала.

В результате исследований можно отметить, что на рынке огромное количество конкурентов, но несмотря на это фирма обладает хорошими конкурентными преимуществами, которые позволяют фирме развиваться и не терять позиций на рынке.

Конкурентоспособность компании является более широким понятием,

чем та же конкуренция, направленная на непосредственное удовлетворение нужд потребителей.

Конкурентные преимущества следующие:

- Большой опыт торговли в сфере элитной сантехники;
- Широкий выбор продукции на предпочтения покупателя;
- Высококвалифицированные сотрудники;
- Быстрые сроки выполнения заказа;
- Гарантия не только от производителя, но и от салона, в котором проходила

продажа;

- Собственная клиентская база;

- Продажа осуществляется не только по Москве и Московской области, но и есть услуги доставки товара в другой регион.

Все эти преимущества необходимо использовать для повышения уровня фирмы и увеличения продаж. Благодаря данному исследованию стало видно, что в преимуществах данной фирмы отсутствует пункт, связанный с рекламой и маркетингом, поэтому для увеличения количества клиентов и улучшения положения среди конкурентов необходимо уделить больше внимание на данный пункт.

На сегодняшний день, в России складывается экономическая ситуация, которая вызывает к жизни совершенно новые понятия конкуренции, которые в свою очередь сильно влияют на деятельность не только мелких, но и крупных предпринимателей. Сама конкуренция, конкурентоспособность компании, качественное производство, проблемы спроса, возможности реализации производимой продукции, разбитие рынка на сегменты – это меньшая часть возможных экономических ситуаций. В связи с этим, правильный подход к управлению своей компанией и возможности осваивать новые техники продаж и подходы к ним, сильно повышают конкурентоспособность компании на рынке. У рассматриваемой компании, на текущее время, на рынке существует огромное количество конкурентов, но для того, чтобы не потерять позицию лидера по продажам, фирма стремится укрепить свою позицию и ставит перед собой более высокие цели.

На основе вышеизложенного анализа компании можно сделать определенные выводы и дать возможные предложения для поднятия конкуренции между однотипными компаниями.

Так как конкуренция ни что иное как основа развития и процветания современного рынка товаров и услуг, она требует к себе пристального внимания со стороны руководства компании. Конкуренция включает в себя сочетание технических, экономических и социальных пунктов. Так как отсутствие конкуренции на рынке услуг может привести к частичной остановке развития экономики страны, из-за чего будет значительно падать уровень жизни на территории данной страны. Благодаря присутствию конкуренции на рынке, компании стремятся к постоянному развитию, увеличению качества собственного продукта. В противном случае, компания, которая не уделяет внимания собственному развитию, в скором времени может быть вытеснена своими конкурентами, которым она не сможет противостоять из-за вышеуказанных пунктов.

Конкурентоспособность компании и экономические характеристики прямо влияют на состояние друг друга. От этих показателей зависит само качество

предоставляемой продукции, ценовая политика компании экономическое и общественное положение на рынке, широкий ассортимент и другие факторы.

Каждая компания также должна уделять внимание и системе маркетинга. У рассматриваемой выше компании, данная система имеет плохой уровень развития, он направлен непосредственно на продажу, направленную в основном на имеющуюся клиентскую базу. Это сильно влияет на системный сбор информации о развитии рынка и принятию правильных управленческих решений. В данной фирме необходимо либо усовершенствовать существующую систему, либо создать новую, которая будет адаптирована под устройство современного рынка, которая будет решать комплекс проблем компании. Данные проблемы не связаны с квалификацией персонала или производимыми процессами, а с отсутствием продуманной системой маркетинга. Развивать систему маркетинга необходимо в сторону наиболее актуальных и реализуемых товаров и услуг компании. Это крайне сильно повысит конкурентоспособность компании на рынке.

Благодаря проведенному анализу конкурентоспособности продукции можно выделить достаточно важные методы к оценке конкурентоспособности компании:

- количественные методы (такие как оценка своего положения на рынке, оценка конкурентоспособности продукции, учет показателей компании);
- качественные методы (такие как SWOT анализ, метод Boston Consulting Group)
- смешанные методы (такие как оценка стратегических позиций предприятия)
- оценка уровня собственного производства относительно уровня своих конкурентов
- необходимо выявить и устранить даже самые мелкие недостатки собственной продукции.

Перечень данных действий и методов позволит компании не только повысить свое положение на рынке относительно своих конкурентов, но и укрепить уже существующую позицию. Эти же методы позволят уменьшить капиталовложения в неконкурентоспособную продукцию.

Список литературы

- 1.Алексейчева Е. Ю., Магомедов М. Д., Костин И. Б. Экономика организации (предприятия): учебник Издательско-торговая корпорация «Дашков и К^о» 2016. 291 с.
- 2.Горбашко Е.А. Менеджмент качества и конкурентоспособности. — СПб.: СПбГУЭФ, 2013. 197с.
- 3.Смит А. Исследование о богатствах народов. М.: Ось-89, 1997. С. 164 с.
- 4.Стиглер Дж. Совершенная конкуренция: исторический ракурс // Вехи экономической мысли: теория фирмы: В 3 т. / под ред. В. М. Гальперина. СПб.: Экон. шк., 2000. Т. 2. 300 с.
- 5.Царев В.В, Кантарович А.А., Черныш В.В. Оценка конкурентоспособности предприятий (организаций). Теория и методология: учебное пособие. М.: Юнити-Данаю 2012. 799 с.

ДИДАКТИЧЕСКИЕ ПРИНЦИПЫ И ПОДХОДЫ В ФОРМИРОВАНИИ ЛЕКСИЧЕСКИХ НАВЫКОВ

Назимкина Альбина Анатольевна

Аннотация: Статья раскрывает понятие дидактических принципов формирования лексических навыков при изучении иностранного языка детьми младшего школьного возраста. Проанализированы особенности современных трактовок принципов в условиях новых технологий и повышенного уровня требований к освоению иностранной лексики. Показано, что смысл дидактических принципов формирования лексических навыков у детей младшего школьного возраста приобретает современный, инновационный характер в связи с появлением новых технологий, меняющихся условий преподавания и требований к уровню освоения лексики. Обоснована необходимость учета дидактических принципов в работе современного образовательного учреждения.

Принципы обучения представляют собой своего рода исходные правила, которые позволяют повысить качество и успех освоения материала. Принципы вытекают из закономерностей процесса обучения, которые показывают, как меняется сам процесс обучения при изменении одного или другого компонента системы обучения. За процессом обучения наблюдают великие педагоги, начиная с основоположника научной педагогик в России Ушинского К.Д., В своей работе он придерживался принципа демократизации народного образования и народного воспитания. Его мысли нашли отражение в «Журнале народного просвещения», в котором он был редактором и идейным вдохновителем передовых технологий.

В наши дни мало что изменилось в подходах и принципах обучения, в том числе формирования лексических навыков. Однако их смысл приобретает современный, инновационный характер в связи с появлением новых технологий, меняющихся условий преподавания и требований к уровню освоения лексики.

Соблюдение в работе дидактических принципов крайне необходимо для эффективного процесса обучения. Они представляют собой определенные закономерности.

Принцип наглядности – это основополагающий принцип обучения лексике. Он подразумевает использование различных пособий и технических средств. В качестве пособий могут выступать схемы, плакаты, картинки, карточки. Современные технические же средства – это всевозможные презентации, слайды, мульти-медийные средства. Надо отметить, что современная жизнь диктует свои правила и технические средства все больше заменяют пособия. Это связано с тем, что выросло поколение учеников, которые с раннего детского в основном воспринимали информацию через мульти и медиа-средства. Для школьников наших дней этот способ восприятия информации более естественный и интересный. Современные образовательные учреждения теперь оснащены электронными доскам, позволяющими проводить интерактивные задания как индивидуального характера, так групповые. Для эффективности наглядные средства следует применять вместе со словесным описанием представленного.

На практике различают следующие виды наглядности:

Натуральная – это реальные процессы или предметы, с которыми можно познакомить учеников в естественной среде. Можно подготовить раздаточный материал для знакомства на уроке или посетить экскурсию в музее по заданной теме. Что в последнее время стало значительно проще. С появлением Московского городского проекта «День в музее» ученики в учебное время имеют возможность изучать различные предметы используя музейные экспонаты.

Объемная – это наглядность, которую можно представить ученикам на макетах, муляжах. Детям предоставляется интерпретация предмета, путем представления его реального (уменьшенного) вида и свойств в заданной педагогом модели. К примеру, на уроках иностранного языка можно изучать тему «Части тела» используя современные макеты человека.

Изобразительная наглядность – плакаты, рисунки, графики, картинки. При изучении иностранного языка преподаватели часто прибегают к такому виду наглядности. Все грамматические правила легко и удобно представляются в виде таблиц и схем. Тоже модно сказать, когда ученики запоминают неправильные глаголы. Как показывает практика, плакат на стене кабинета, плакат на стене дома - это самый действенный способ выучить все формы неправильных глаголов.

Проекционно-интерактивная – самая мотивационная наглядность, так как она представлена кинофильмами, обучающими слайдами, интерактивными заданиями и упражнениями. Ученики с большим удовольствием выполняют задания такого типа, так как они имеют интерактивность и предполагают как индивидуальную так коллективную работу.

Звуко-наглядная (словесная) наглядность – это аудио материалы, которые модно воспроизводить на различных средствах. При изучении иностранных языков аудирование является неотъемлемой частью обучения. До недавнего времени это был единственный способ услышать чистую речь на иностранном языке. Но и сегодня такой вид деятельности очень важен, так как ученики не отвлекаются на картинку (как при просмотре видео материала), а сосредоточены только на аудио информации.

Принцип наглядности помогает ученикам сформировать правильное представление о предмете или действии. Применение наглядности необходимо не только для создания у ребенка правильных образных представлений, но и для формирования понятия об изучаемом предмете, а также, для понимания связей и зависимостей.

Принцип активности приобретает важную роль в силу того, что успешное овладение иностранным языком возможно только в случае, когда все участники процесса обучения занимают активную позицию. Преподаватель и ученики должны проявлять интерес и повышенную активность в работе. Естественно степень активности участников учебного процесса неодинаковая. Руководящая роль тут принадлежит учителю, одной из важнейших задач которого является стимулирование познавательной активности учащихся.

Активность обучаемых проявляется в степени усвоении материала, планировании организации своей самостоятельной работы.

Стимулирование этой активности преподаватель осуществляет путем формирования мотивов обучения, использования познавательных интересов, профессиональных склонностей, применение таких методов обучения, как деловые игры, дискуссии, элементы соревнования и т.п.

Вообще стоит отметить, что со стороны психологии активность рассматривается как основная характеристика процесса познания.

Активность может возникнуть только при определенных обстоятельствах, когда учащийся имеет и потребность в изучении этого предмета, и определенные предпосылки для удовлетворения такой потребности.

При изучении иностранного языка следует выделять:

- интеллектуальную активность;
- эмоциональную активность;
- речевую активность.

Интеллектуальная активность проявляется, когда перед учеником ставится задача, требующая проанализировать, обобщить, сравнить информацию, т.е. подключить мыслительный процесс.

Эмоциональная активность занимает особое место в процессе обучения. Дело в том, проявляется она, когда ученик не безразличен к выполнению задачи. Положительные эмоции, переживания обеспечивают успех, а отрицательные – затормаживают активность и плохо сказываются на успехе. Но есть такие волевые люди, у кого отрицательные эмоции наоборот стимулируют активность в нужном направлении.

Не менее важно развивать у учеников активное речевое поведение. Этого можно достичь, если во время занятий использовать различные виды речевой работы: работа хором, маленькими группами, в парах, индивидуально.

Принцип прочности усвоения материала требует, чтобы изученный материал надолго закреплялся в сознании учеников, чтобы он становился основой их поведения.

Этого можно достичь только путем проявления познавательной активности как со стороны преподавателя, так и учеников. Необходимо грамотно организовывать регулярное повторение материала, а также обеспечивать систематический контроль динамики и результатов обучения.

В наши дни в системе образования системный контроль проявляется в самом широком своем смысле. Созданы специальные центры качества образования. В их функционал входит мониторинг и диагностика образовательных достижений учащихся, организация и проведение конкурсов образовательных учреждений и учителей, организация и проведение курсов повышения квалификации педагогического состава образовательных учреждений, проведение федеральных и региональных конкурсов.

Отслеживание Ежегодные мониторинги качества образования в последние годы стали обычным делом как для учеников, так для преподавателей. Диагностика учебных достижений учащихся проводится трижды в учебном году: стартовые работы (в сентябре-октябре), рубежные (в январе-феврале) и итоговые (в апреле).

Принцип системности предполагает, что преподавание должно вестись в строгом определенном порядке, системе, чтобы было построено в логической последовательности.

В первую очередь это означает, что предоставляемый материал должен четко планироваться, делиться на логические разделы, модули, в каждой учебной теме следует устанавливать главные понятия, подчиняя им все другие части урока.

Во вторую очередь, необходимо помнить, что важным инструментом обеспечения принципа системности являются структурно-логические схемы, которые выстраивают иерархию понятий, систему знаний.

Несмотря на то, что успех занятия определяется его логикой, нельзя забывать, что логика всегда тесно сочетается с чувствами и эмоциями. Для этого нужно использовать яркие образы, которые должны быть плавно влетены в суть изложения, углублять и закреплять учебный материал, но ни в коем случае не отвлекать от процесса усвоения главного содержания.

Понятие систематичности включает в себя некую регулярность проводимых уроков и определенную систему в организации изучаемого материала. Речь идет о придании обучению стройности и целостности. При обучении навыкам учащегося, преподаватель включает следующие моменты - объяснение, показ, повторение, закрепление; параллельно им идет усвоение и внедрение в практику необходимых теоретических знаний. Все это требует приведения в систему, в единый логически выстроенный педагогический процесс обучения.

Принцип сознательности можно назвать одним из основополагающих принципов обучения иностранному языку. В современном преподавании этот принцип меняет свое значение. Если раньше он опирался исключительно на лингвистические знания и выражался в обсуждении на родном языке фактов и особенностей изучаемого языка, то в наши дни он реализуется в рамках коммуникативного подхода.

Сознательность применительно к изучению иностранного языка проявляется в полном осознании и правильном понимании содержания речи и правильном ее употреблении в различных ситуациях. Особенность заключается в том, что в процессе общения не происходит процесс осознания языковой формы. Сознательность в овладении иностранным языком предусматривает обязательное осмысление учащимися всего языкового материала, осознания им содержания высказываний при восприятии речи.

Суть принципа сознательности заключается в том, чтобы содержание любого вводимого и осваиваемого языкового явления было изначально осознано, чтобы обучающийся не использовал в речи языковые формы, значение которых он не знает или не понимает. Невозможно представить процесс обучения иностранному языку без принципа сознательности, языковые явления не должны восприниматься вслепую. Заучивание готовых предложений, фраз и их механическое воспроизведение не дают возможность обучающемуся общаться на иностранном языке. Изначально весь языковой материал должен быть осознанным.

Но естественно этот принцип ни в коем случае не отрицает необходимости в учебном процессе правил и инструкций. Они необходимы как ориентиры, как опора для учебных действий, чтобы привести в систему усвоенный материал.

Принцип научности можно считать основополагающим, если говорить про современные образовательные учреждения. Этот принцип требует, чтобы преподаватель опирался в своей работе на современные положения, программы и учебники, на самые актуальные данные. При изучении иностранного языка крайне важно представлять материал в соответствии с современными нормами, правилами и стандартам.

Крайне необходимо учитывать в работе принцип учёта возрастных особенностей. Помимо того, что каждый ученик уникален, еще уникален и возраст, в котором он находится. Каждому возрасту присущи свои особенности (скорость восприятия информации, глубина понимания значения слов, способность анализировать и т.д.). Каждой возрастной группе предъявляются свои требования. Ученикам раннего и младшего возраста следует подбирать задания с элементами игры, средней группе можно предложить задания познавательного плана, а старшей возрастной группе следует выбирать задания аналитического характера. Учитель должен остро реагировать на возрастные изменения группы учащихся чтобы обеспечить непрерывный рост знаний и интерес к предмету. Благодаря такому дифференцированному и индивидуальному подходу преподаватель стимулирует развитие каждого ученика.

Несмотря на огромный опыт, накопленный поколениями ученых педагогов прошлых лет, в наши дни вопрос изучения дидактических принципов и подходов в формировании лексических навыков вызывает огромный интерес для исследовательской работы.

Список литературы

1. Гаджева П.Д. Методы обучения в современной общеобразовательной школе. / Гаджаев П.Д., - Махачкала: «ДГПУ», 2015г.
2. Гез Н.И. История зарубежной методики преподавания иностранных языков: Учебное пособие для студентов лингвистических университетов и факультетов иностранных языков высших педагогических учебных заведений / Гез Н.И., Фролова Г.М.- М.: Издательство Академия, 2008г. 254с.
3. Загвязинский В.Н. Методология и методика дидактического исследования. / Загвязинский В.Н.// -М.: Педагогика, 1982г. 160с.
4. Зарубна Ю.И. Технология формирования лексических навыков на уроках иностранного языка. / Зарубина Ю.И.// Международный научных журнал «Инновационная наука» - 2017 – № 03-2 с.
5. Подласый И.П. Педагогика. Новый курс. В двух книгах. Книга 1. Общие основы процессов обучения./ Подласый И.П. // -М.: Владос, 2003г. 574с.
6. Шамов А.Н. Методика преподавания иностранных языков: Общий курс: Учебное пособие. 2-е изд. / Шамов А.Н., - М.: Издательство Восток-Запад АСТ, 2008г. 253с.

ИНТЕРНЕТ-ПРОСТРАНСТВО КАК НОВАЯ МАРКЕТИНГОВАЯ СРЕДА

Николаев Я.О.

*Образовательное частное учреждение высшего образования
«Московская международная академия»*

Аннотация: В статье охарактеризованы основные принципы функционирования маркетинговых коммуникаций в сети Интернет, обоснована актуальность применения инструментов интернет-маркетинга в коммерческой деятельности, обобщены и систематизированы основные интернет-технологии маркетинговой деятельности. Представлена сравнительная характеристика подходов и методов в традиционном и интернет-маркетинге. Выявлены основные тенденции развития маркетинговых инструментов в сети Интернет.

Ключевые слова: интернет-маркетинг, маркетинговые коммуникации, поисковое продвижение, контекстная реклама, таргетированная реклама, ремаркетинг

THE INTERNET SPACE AS A NEW MARKETING ENVIRONMENT

Yan Nikolaev

Abstract: The article describes the basic principles of functioning of marketing communications in Internet, substantiates the relevance of Internet marketing tools in commercial activities, summarizes and systematizes the basic Internet technologies of marketing activities. The author presents a comparative description of approaches and methods in traditional and internet marketing. The main trends in the development of marketing tools in the Internet are identified.

Keywords: Internet marketing, marketing communications, search promotion, contextual advertising, targeted advertising, remarketing

В современном мире происходят стремительные изменения практически во всех сферах общественной жизни. Не последнюю роль в этих динамичных процессах играют современные информационные технологии, кардинально меняющие структуру сегодняшних экономических и социальных систем.

Безусловно, ведущим стимулом для изменения коммуникаций в современном обществе является развитие интернет-технологий. По данным международного аналитического агентства We Are Social, сегодня во всем мире Интернетом пользуется более 4 миллиардов человек [6]. Безусловно, столь интенсивные темпы развития онлайн-среды оказали существенное влияние на трансформацию коммуникаций в современном обществе.

Согласно новому прогнозу международного аналитического агентства ZenithOptimedia, в 2018 году именно Интернет превратится в наиболее крупный медиаканал с точки зрения рекламных и PR-коммуникаций. Прогнозируется, что на его долю придется до 30% международных расходов на маркетинг [7].

Согласно официальной статистике российской Ассоциации коммуникативных агентств (АКАР), уже в 2017 году финансовые вложения отечественных компаний в организацию маркетингового продвижения товаров и услуг в сети Интернет превысили цифру 90 млрд. рублей, что фактически составляет третью часть от емкости рекламного рынка в России.

Коммуникационные процессы в сети Интернет имеют определенные специфические характеристики (по сравнению с традиционными формами коммуникаций). Главным отличительным признаком глобальной информационной сети от традиционных медиаканалов является уникальный принцип коммуникационного взаимодействия, который можно охарактеризовать как «многие-многим». Помимо этого, специфика интернет-канала заключается в активной позиции аудитории, которая не только получает запрашиваемую информацию, но и принимает участие в ее генерации и распространении.

Наиболее важные характеристики сети Интернет как уникального канала для организации маркетинговых коммуникаций представлены в таблице 1.

Таблица 1

Сравнительный анализ маркетинговых коммуникаций в сети Интернет и в традиционных медиа

Критерии	Традиционные медиаканалы	Интернет
Модель коммуникационного взаимодействия	Один источник информации – много получателей информации	Множество источников, создающих информацию, и широкая аудитория получателей
Модель организации маркетинговых коммуникаций	Субъект коммуникаций (компания) генерирует информацию о своих товарах и услугах	Потребители осуществляют самостоятельный поиск по интересующим их товарам и услугам
Аудитория маркетинговых коммуникаций	Массовая аудитория (не таргетированная)	Развитие коммуникаций в сторону максимальной персонификации
Интерактивность	Односторонняя передача информации	Двустороннее взаимодействие с представителями целевой аудитории
Брендинг	Ассиметричная модель продвижения бренда, участие потребителей не предполагается	Максимальная вовлеченность целевой аудитории в бренд-коммуникации

Выбор маркетингового подхода в коммуникациях	Маркетинг, ориентированный на производство	Маркетинг, ориентированный на потребительский спрос
Роль потребителя в создании продукта	Потребитель как объект маркетингового воздействия	Покупатель как субъект, участвующий в эволюции бренда
Подход к определению целевой аудитории	Сегментация и позиционирование	Таргетирование аудитории Персонафикация коммуникаций
Географические характеристики маркетинговых коммуникаций	Локальные коммуникации, ограниченные рынком и медиаканалом	Глобальные коммуникации

Составлено авторами по материалам исследования

Цифровая культура изменила путь покупателя. Находясь в офлайн магазине, люди сравнивают цены в Интернете и изучают отзывы о продукте. Согласно данным исследования Consumer Barometer, современные потребители собирают информацию о товаре, до того, как принять решение о покупке. При этом 12% потребителей начинают изучение товара и сбор информации о нем за несколько недель до покупки, 14% – за несколько дней и 26% – за несколько часов до покупки [8].

В процессе сбора информации о товаре 18% современных потребителей используют исключительно онлайн-каналы, 63% – отдают предпочтения онлайн источникам в сочетании с офлайн каналами. Можно констатировать, что каждый пятый покупатель принимает сегодня решение о покупке на основании информации, полученной исключительно в сети Интернет [8]. Для более, чем 60% покупателей онлайн-канал становится важным источником информации, влияющим на процесс принятия решения о покупке, что позволяет говорить о неизбежности смещения маркетинговых коммуникаций товаров и брендов в онлайн-среду (см. рис. 1).

Таким образом, актуальность применения инструментов интернет-продвижения в современных бизнес-практиках обусловлена высоким уровнем информатизации современных коммерческих процессов, а также возрастающей вовлеченностью потенциальных и реальных потребителей компании в использование интернет-канала.

На сегодняшний день интернет-маркетинг становится объектом пристального внимания российских и зарубежных ученых, которые делают попытки определить сущность и содержание данного понятия. Однако универсального определения интернет-маркетинга в настоящее время не выработано.

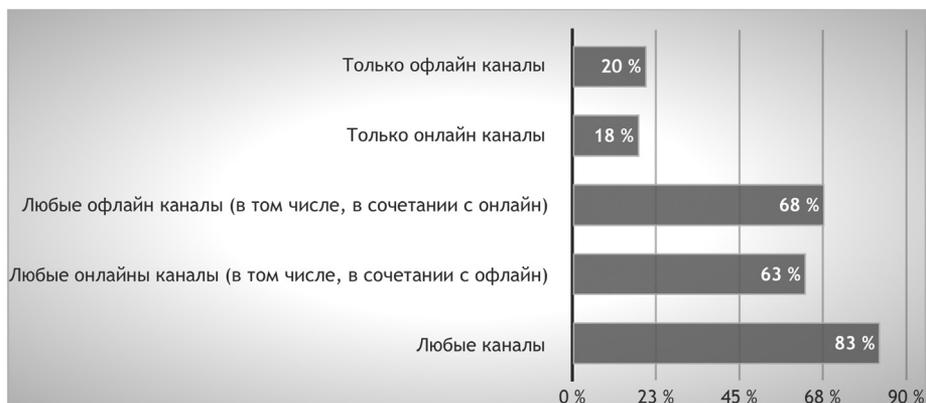


Рис. 1. Основные каналы поиска информации современными потребителями [8]

Профессор РЭУ Т.П. Данько определяет интернет-маркетинг как «разновидность цифрового маркетинга, таким образом, соотнося их как часть и целое. Цифровой же маркетинг представляет собой технологии взаимодействия с клиентами и бизнес-партнерами посредством электронных и цифровых устройств» [3, с. 261].

Один из научных подходов определяет интернет-маркетинг как совокупность различных маркетинговых технологий, реализуемых в глобальной сети Интернет, направленных на привлечение внимания к реализуемому компанией товару или услуге, а также на популяризацию созданного сайта для возможности его успешного продвижения с целью осуществления продаж [5, с. 18].

Также в научных публикациях встречается точка зрения, при которой интернет-маркетинг определяется как практика применения различных инструментов и подходов традиционного маркетинга, используемых в электронных каналах. Ключевой целью маркетинговых технологий в сети Интернет при данном подходе является максимизация эффективности коммуникационного взаимодействия с потребителями и их конверсия в статус реальных покупателей [1, с.59].

По сути, интернет-маркетинг предполагает достижение аналогичных задач, что и традиционный маркетинг, однако, разница заключается в применяемых для этой цели методах, которые в интернет-маркетинге являются «цифровыми». Главные элементы маркетингового комплекса (ценовая и продуктовая политика, политика продаж и продвижения) сохраняют свою актуальность и в интернет-маркетинге.

В то же время нельзя не отметить, что у элементов маркетингового микса в интернет-маркетинге есть определенная специфика, которая проявляется в следующем:

- непрерывность маркетинговой деятельности, обусловленная масштабом распространения интернет-коммуникаций, а также их оперативностью и доступностью 24 часа в сутки;
- многоканальность, которая проявляется в функционировании разнообразных интернет-каналов: интернет-сайты, электронная почта, социальные сети и сервисы и т.д.

Обобщая и систематизируя основные свойства и характеристики интернет-маркетинга, целесообразно провести сравнительный анализ маркетинговой деятельности в традиционных каналах и в сети Интернет (см. таблицу 2).

Таблица 2

Результаты сравнительного анализа интернет-маркетинга и традиционного маркетинга

Критерий оценки	Интернет-маркетинг	Традиционный маркетинг
Скорость и охват маркетинговых коммуникаций	Скорость передачи данных может быть практически мгновенным. Охват – максимально глобальный.	Расстояние до потребителя возрастает по мере укрупнения и развития бизнеса предприятия
Возможности взаимодействия с потребителем	Коммуникации дифференцируются и персонализируются. Есть возможность вступать в прямой диалог с потребителем при отсутствии физического контакта.	Возможность персональной коммуникации реализуется только через личные продажи. Другие традиционные инструменты маркетинга носят характер массового воздействия.
Маркетинговые исследования	Временные и географические ограничения практически отсутствуют. Уровень затрат снижается, оперативность и полнота информации – возрастают.	Высокозатратные и ресурсоемкие исследования. Сложность в изучении потребителей, находящихся на отдаленном географическом расстоянии.
Затраты на организацию рекламного продвижения	Затраты невысокие, т.к. продвижение осуществляется предельно точно на целевую аудиторию или же ее отдельные сегменты	Затраты очень высоки, т.к. используются каналы массового информирования (ТВ, печатные СМИ, событийный маркетинг).

Эффективность маркетинговой деятельности	Эффективность легко выявляется с помощью специальных аналитических систем и счетчиков, позволяющих определить объем трафика и конверсию в продажи.	Эффективность сложно измерима и остается дискуссионным вопросом. Имеющиеся методы плохо структурированы и неоднозначны.
--	--	---

Составлено авторами по материалам исследования

Итак, мы приходим к выводу, что глобальная информационная сеть Интернет позволяет выстраивать процессы маркетингового продвижения товаров и услуг более эффективно за счет повышения интерактивности взаимодействия с целевыми аудиториями, более точечного таргетирования и максимального вовлечения реальных и потенциальных потребителей в жизнь бренда. Именно интерактивность и возможность точечного таргетирования выступают главными преимуществами интернет-коммуникации.

Технологии современного маркетинга в сети Интернет отличаются большим разнообразием и динамичными темпами развития. Перечень коммуникационных инструментов, применяемых интернет-маркетологами, пополняется ежегодно. Однако, базовый набор коммуникационных методов продвижения составляют чаще всего SEO (продвижение в поисковых системах), различные виды контекстной и медийной рекламы, а также SMM (маркетинг в социальных сетях и сетевых сообществах).

В работах американского автора Э. Энжа поисковое продвижение определяется как оптимизация контента сайта под ключевые поисковые запросы пользователей [6]. Результатом данного процесса является продвижение ресурса компании в поисковых сервисах и системах. Преимуществом данного инструмента интернет-маркетинга является высокий уровень доверия целевой аудитории, отсутствие отторжения, свойственного традиционным видам рекламы, а также высокие показатели конверсии.

К ограничениям данного метода интернет-продвижения можно отнести длительный период достижения результата, необходимость постоянной оптимизации контента интернет-ресурса под поисковые запросы, а также зависимость от часто меняющихся алгоритмов поисковых сервисов.

Не менее популярный сегодня инструмент продвижения товаров и услуг в Сети – контекстная реклама. Для многих сфер бизнеса контекстная реклама является ключевой технологией продвижения в Интернете, что подтверждает статистика рекламного рынка: ежегодно сегмент контекстной рекламы демонстрирует динамику до 60%, а в денежном выражении его емкость составляет несколько десятков миллиардов рублей [2, с. 5]. Технологии контекстной рекламы являются достаточно разнообразными. В настоящее время выделяют несколько видов контекстной рекламы, которые целесообразно рассмотреть более подробно.

Поисковая реклама представляет собой тип контекстной рекламы, демонстрируемый в блоке в ответ на определенные поисковые запросы

пользователей. Данная реклама демонстрируется под поисковой строкой, в которой вводится интересующий пользователя запрос или же с правой стороны страницы. Поисковая реклама гарантирует самое надежное попадание в целевую аудиторию: «в нужное время и в нужном месте», когда потенциальный покупатель сам ищет информацию о товаре или услуге и находится в высокой стадии готовности к принятию решения о покупке.

Тематическая реклама – это еще один вид контекста, который размещается на разнообразных ресурсах, сходных по тематике с товаром или услугой, которые предлагаются в рекламном обращении. Чаще всего тематическая реклама публикуется на ресурсах новостной тематики, отраслевых порталах, форумах, блогах, имеющих высокую посещаемость.

Медийная контекстная реклама – это рекламный блок, имеющий текстовое и графическое содержание. Данный вид рекламы размещается чаще всего на страницах поисковых ресурсов в ответ на определенные поисковые запросы пользователей, а также на партнерских ресурсах поисковых сервисов.

Особенность медийной контекстной рекламы заключается в том, что она интегрирует в себе характеристики как медийной, так и контекстной рекламы. Так, с медийной рекламой ее сближает тот факт, что она позволяет решать некоторые задачи интернет-брендинга, поскольку содержит в себе эффективней визуальный компонент, что в конечном итоге способствует повышению узнаваемости бренда. В то же время данный вид рекламы применяет главный принцип контекста – стремление использовать актуальную потребность целевой аудитории, выраженную в поисковом запросе, для продвижения конкретного товара, услуги или бренда [4, с. 28].

Наконец, таргетированная реклама представляет собой рекламное обращение, ориентированное на конкретную аудиторию целевых потребителей, что достигается с помощью специальных настроек. Таргетированная реклама настраивается по различным критериям и признакам: географическому, временному, социальному, демографическому. Также аудиторию можно таргетировать по типу устройства, применяемого для выхода в Интернет, по интересам, увлечениям и т.д.

Необходимо отметить, что в эпоху современных технологий механизмы таргетирования претерпевают значительные изменения и усовершенствования, становясь более точечными и результативными. К примеру, таргетинг целевой аудитории в Google может осуществляться в соответствии со следующими параметрами:

1. демографические данные. Таргетирование аудитории на основании демографических характеристик предполагает демонстрацию рекламы тем пользователям, которым будут особенно интересны товары и услуги, с учетом пола, возраста, местонахождения и типа устройств;
2. интересы аудитории. Рекламодатели, которые проводят кампании на телевидении, могут также размещать рекламу в Интернете, чтобы охватить пользователей в Google Поиске и контекстно-медийной сети. В настоящее время возможно и более точечное таргетирование за счет определения особых категорий

интересов, что позволяет учитывать специфику бренда.

3. заинтересованность аудитории. Таргетированная кампания, основанная на данном принципе, предполагает обращение к потенциальным покупателям, которые искали товары и услуги определенной категории;

4. намерения аудитории. Данный подход предполагает выбор ключевых слов и фраз, релевантных для пользователей, которые с наибольшей вероятностью будут совершать действия на сайте компании и покупать то, что предлагается. Также можно добавлять URL сайтов, приложений и роликов YouTube, интересных определенной аудитории;

5. схожесть аудитории. На основании этого принципа таргетированная реклама демонстрируется тем пользователям, которые не искали конкретные товары и услуги, но могут быть также заинтересованы в них на основании общего круга интересов с представителями заинтересованной аудитории.

Отметим, что инструменты контекстной рекламы постоянно обновляются и становятся все более совершенными. Сегодня блоки контекстной рекламы, демонстрируемые в сети Интернет, отличаются визуальной эстетикой, ненавязчивостью, грамотной стилистикой.

Термин «контекстная реклама» уже не отражает в полной мере того, чем на самом деле она является. На данный момент это понятие включает в себя не только контекст, но и таргетинг, а также оно становится все более медийным. То есть контекстная реклама представляет собой целый набор инструментов, с помощью которых можно получить высокую конверсию благодаря правильной настройке и глубокой аналитике. В этой связи следует отметить новые возможности контекстной рекламы, которые появились в 2017 году:

Видеодополнения. С их помощью можно превратить обычное текстовое объявление в видеоролик, используя видео из архива или библиотеки.

Интерактивные рекламные объявления. Они представляют собой рекламу, при просмотре которой пользователю достаточно кликнуть на номер телефона, чтобы сделать звонок.

Смарт-баннеры. Эти графические объявления, которые формируются по «фиду» (файлу со списком товаров). Они показывают пользователю только ту продукцию или услугу, которую он действительно искал. Поэтому смарт-баннеры более эффективны, чем обычные объявления.

Динамичные баннеры. Объявления в виде динамических изображений не только интересны быстрой сменой элементов – они также позволяют отразить на ограниченном рекламном месте больше информации.

Новые возможности получила контекстная реклама с появлением сервиса «Яндекс. Аудитории». Он позволяет настраивать объявления под разных пользователей, даже если ими был введен одинаковый поисковый запрос. Причем сформировать сегменты аудитории можно несколькими способами, к примеру, путем загрузки собственных данных. Для этого необходимо залить электронные адреса клиентов в приложение, после чего оно само найдет их в сети и сформирует список анонимных адресов.

Наконец, еще одна действенная технология интернет-маркетинга – это ремаркетинг. Ремаркетинг позволяет демонстрировать рекламу аудитории, которая ранее посещала веб-ресурс предприятия. Ремаркетинг позволяет обращаться к заинтересованной аудитории и воздействовать на потенциальных клиентов, которые интересовались компанией ранее, но так и не приняли положительного решения о сотрудничестве.

Таким образом, маркетинговая деятельность в сети Интернет подразумевает широкий и разнообразный инструментарий, применимый к различным аспектам деятельности организаций и предприятий. Ресурсы и инструменты глобальной сети Интернет способствуют реализации товарной и распределительной политики фирмы, позволяют выстраивать дистрибуцию и осуществлять маркетинговое продвижение.

На сегодняшний день инструментарий и технологии только традиционного маркетингового аппарата уже не могут обеспечить успешное функционирование дистрибуции и продвижения различных организаций и предприятий, особенно – в сфере онлайн-торговли. Современные интернет-коммуникации позволяют компаниям быть более эффективными, предоставляя возможность оптимизации финансовых и временных затрат на продвижение, поскольку именно в глобальной сети скорость, охват и эффективность рекламных коммуникаций значительно возрастают.

Список литературы

1. Багаутдинова, Н.Г. Значимость интернет-маркетинга на современном этапе развития экономики / Н.Г. Багаутдинова, Н.С. Беликов // Казанский экономический вестник. – 2016. – № 4 (24). – С. 58-61.
2. Брейкина, Е.А. Интернет-маркетинг и его основные трендовые направления / Е.А. Брейкина // Studium. – 2016. – № 4-2 (41). – С. 5-9.
3. Данько, Т.П. Вопросы развития цифрового маркетинга / Т. П. Данько // Проблемы современной экономики. – 2013. – № 3 (47). – С. 261-265.
4. Закриева, З.А. Интернет-маркетинг / З.А. Закриева // Наука среди нас. – 2017. – № 4 (4). – С. 27-29.
5. Кензина, Ц.З. Интернет-маркетинг: понятие и актуальность / Ц. З. Кензина // Молодой ученый. – 2016. – № 27-2 (131). – С. 18-20.
6. Интернет 2017–2018 в мире и в России: статистика и тренды [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.web-canape.ru/business/internet-2017-2018-v-mire-i-v-rossii-statistika-i-trendy/> (дата обращения: 09.12.2018).
7. Прогноз ZenithOptimedia / АКАР [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.akarussia.ru/press_centre/news/id6044 (дата обращения: 09.12.2018).
8. What online or offline research did people do prior to their recent purchase? // Consumer Barometer with Google [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.consumerbarometer.com/en/graphbuilder/?question=S17&filter=country:russia> (дата обращения: 09.12.2018).

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТОРГОВОЙ КОМПАНИИ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ

Николаев Я.О.

*Образовательное частное учреждение высшего образования
«Московская международная академия»*

Аннотация: Интернет-торговля стремительно развивается во всем мире, в том числе и в России, где она осуществляется через интернет-магазины и социальные сети. Очевидно, что с учетом особенностей развития современных информационных технологий, необходим принципиально новый подход к организации сбытовой деятельности компаний. В статье представлен анализ эффективности маркетинговой деятельности интернет-магазина «Нано Рефлектор», определены сильные и слабые стороны его маркетинговой стратегии. Выявлены основные факторы успеха в рыночном сегменте компании и разработаны рекомендации по совершенствованию применений технологий интернет-маркетинга.

Ключевые слова: электронная торговля, интернет-магазин, интернет-маркетинг, продвижение, трафик, конверсия

IMPROVING THE MARKETING ACTIVITY OF THE TRADING COMPANY IN THE INTERNET

Yan Nikolaev

Abstract: Internet commerce is developing rapidly all over the world, including Russia, where it is carried out through online stores and social networks. It is obviously, that a fundamentally new approach to the organization of marketing activities of companies is needed. The article presents an analysis of marketing activities of the online store, identifies the strengths and weaknesses of its marketing strategy. The main success factors in the company's market segment are identified. The recommendations for improving the applications of Internet marketing technologies are proposed.

Keywords: e-commerce, online store, online marketing, promotion, traffic, conversion

Интернет-торговля стремительно развивается во всем мире, в том числе и в России, где она осуществляется через интернет-магазины и социальные сети. Торговля интернет-магазина предусматривает выполнение таких бизнес-задач, как организация рекламной деятельности, закупка-отгрузка товаров, работа с заявкой клиента, выполнение процедуры расчета, организация отгрузки заказчику, получение обратной связи от клиента [1, с. 25]. Преимущества этой модели торгового процесса обусловлены снижением издержек на организацию продаж – не нужно арендовать торговые помещения, а также содержать большой штат сотрудников. Помимо всего, онлайн торговля позволяет поддерживать более конкурентоспособные цены за счет сокращения затрат на дистрибуцию и продвижения товара.

Для обеспечения эффективной работы торговой площадки в сети Интернет требуется выполнение таких основополагающих функций, как снабжение, информационное сопровождение бизнес-процессов, складская и транспортная логистика, а также финансовая и юридическая поддержка.

При открытии торговой площадки в сети Интернет основным критерием его развития и жизнедеятельности является правильно рассчитанный бизнес-план, вне зависимости от категории продаваемого продукта. Самым первым шагом при работе над проектом является расчет всех денежных показателей и процессов, которые будут происходить в интернет-магазине и только потом капиталовложения в разработку. Принимая решение о том, какой все-таки товар продавать, нужно помнить, что главным критерием для отбора является отсутствие требований к специальным условиям транспортировки и возможности описать характеристики товара [4, с. 19].

Все бизнес-процессы электронной торговли – планирование, снабжение, логистика, финансовое и юридическое обеспечение, техническая поддержка играют огромную роль в работе и развитии онлайн-магазина. Тем не менее, основным процессом управления деятельностью интернет-магазина в современных условиях высококонкурентной среды выступает формирование комплекса маркетинга торговой онлайн-площадки, наиболее важными элементами которого является ассортиментная политика и политика продвижения [6, с.18].

Грамотное управление ассортиментной политикой электронной торговой площадки предполагает постоянный мониторинг и оценку потребительского спроса, анализ конкурентной ситуации на рынке, а также изучение и контроль затрат на продвижение продукта и его маржинальную доходность. В сфере электронной коммерции анализ спроса целесообразно производить на основе динамики поисковых запросов аудитории в сети Интернет [5, с. 28].

Анализируя статистику запросов и переходов, которую можно найти в Сети в открытом доступе, можно составить представление о наиболее релевантном и востребованном ассортиментном предложении.

Таким образом, во-первых, оптимальный подход к ассортиментной политике ориентирован на спрос целевых покупателей. Во-вторых, оптимизация подразумевает учет внутренних возможностей предприятия (ресурсы, производственные мощности и т.п.), что накладывает определенные ограничения при планировании ассортиментной политики. В-третьих, необходимо выбрать экономические показатели, которые будут служить ориентиром эффективности управленческих решений.

Ценовая политика, наряду с ассортиментной, является важным элементом комплекса маркетинга интернет-магазина. В процессе формирования ценовой политики необходимо определить ее цели, спрогнозировать спрос и емкость рынка, оценить экономическую эффективность производства. Далее следует провести мониторинг цен конкурентов, определиться с методом ценообразования и произвести расчет исходной цены. На заключительной стадии аккумулируются все дополнительные расходы, и рассчитывается окончательная цена.

Наконец, важнейшим компонентом комплекса маркетинга интернет-магазина выступает продвижение, которое, в условиях онлайн-среды, переживает значительные трансформации в плане используемых технологий и методов. Очевидно, что с учетом особенностей развития современных информационных технологий, необходим принципиально новый подход к организации сбытовой деятельности компаний. Требуются новые теоретические обоснования и практические подходы к организации сбытовой деятельности в сети Интернет.

Особую актуальность технологии интернет-торговли приобретают для небольших предприятий, которые не имеют возможности организации масштабной дистрибуции и рекламного продвижения в традиционных каналах в силу их высокой стоимости.

Интернет-магазин «Нано Рефлектор» является официальным представителем бренда «Нано Рефлектор» в Москве и Московской области. Продукция «Нано Рефлектор» производится компанией «Нанотэк Рус» и является первым в мире сверхгидрофобным продуктом, обладающим самой сильной износостойкостью из всех существующих водоотталкивающих и грязеотталкивающих покрытий.

В России универсальные гидрофобные покрытия нового поколения впервые стала производить компания «Нанотэк Рус». «Нано Рефлектор» производится с применением последних достижений в области нанотехнологий. Полимерный слой с нано частицами кремния, наносимый на любую поверхность, покрывает объект, и создает воздушный барьер на его поверхности. Барьер отталкивает воду, масло и практически любую жидкость. На сегодняшний день компания представляет на рынке гидрофобные средства для строительных материалов, автомобилей и текстиля. Так же компанией ведется разработка гидрофобных продуктов для лакокрасочных поверхностей, судостроительной отрасли, автомобильной промышленности.

Интернет-магазин «Нано Рефлектор» имеет три офлайн представительства на территории Москвы. Доставка продукции осуществляется несколькими удобными способами: курьерская доставка по Москве и Московской области, почтой России в любой регион, а также посредством самовывоза.

Вся административная и управленческая деятельность (закупки, продвижение, продажи, логистика, клиентские коммуникации) осуществляется руководителем проекта, который является собственником данного интернет-магазина. Об успешности дистрибуции интернет-магазина свидетельствует также тот факт, что «Нано Рефлектор» является лидером среди официальных дистрибьюторов бренда Nano Reflector на территории Москвы и Московской области.

Продвижение интернет-ресурса в сети является основным инструментом компании «Нано Рефлектор» в конкурентной борьбе. Коммуникационные каналы компании включают в себя инновационные рекламные и маркетинговые инструменты (интернет-коммуникации). Наиболее значимые инструменты интернет-продвижения – это контекстная реклама, а также продвижение в поисковых системах через органический поиск и специализированные сайты и сервисы.

Воронка интернет-продаж компании включает в себя несколько этапов: посещение ресурса; заявка или звонок; оформление заказа; доставка и оплата.

Следовательно, для того чтобы начать процедуру продажи, необходимо, чтобы потенциальный покупатель зашел на сайт. Именно на достижение этой цели направлены максимальные усилия рекламного продвижения. Затраты на рекламу интернет-ресурса представлены в таблице 1.

Таблица 1

Бюджет расходов на интернет-продвижение за 2017 год

Площадка	Показы	Клики	CTR (%)	Расход всего, руб.	Ср. цена клика
Яндекс	34506	4059	11,76	25883,79	6,38
Google	72976	488	0,67	15 996,98	5,83
VK	82017	177	0,22	2416,52	13,65
news.yandex.ru	9715	104	1,07	1571,29	15,11
go.mail.ru	1059	101	9,54	668,00	6,61
avito.ru	21119	89	0,42	942,00	10,58
yandex.ru	945	79	8,36	591,77	7,49
win.mail.ru	74867	77	0,10	1041,70	13,53
m.avito.ru	4036	75	1,86	775,33	10,34
pogoda.yandex.ru	3952	60	1,52	809,54	13,49
zen.yandex.ru	3263	59	1,81	780,82	13,23
mail.yandex.ru	46803	50	0,11	889,60	17,79

[Составлено авторами по материалам исследования]

Итого, общая сумма расходов на рекламу в течение года составила 52 367,34 рублей. Чтобы в полной мере оценить эффективность работы интернет-магазина, необходимо исследовать ключевые показатели его функционирования.

Согласно данным аналитической системы «Яндекс Метрика», ядро целевой аудитории интернет-магазина составляют посетители в возрасте 25-34 года (50% пользователей). Второй по значимости группой являются посетители в возрасте старше 45 лет (18,8%), третьей – 18-24 года (17,6%). Доминирование возрастной группы 25-34 года объясняется тем, что именно представители данной группы являются новаторами в сфере потребления и позитивно реагируют на инновационные продукты.

В соответствии со статистическими данными, динамика посещения интернет-магазина имеет разноплановый характер. Пик посещаемости интернет-ресурса приходится на период с октября по декабрь. Это связано, во-первых, с сезонностью бизнеса (продажи гидрофобных средств возрастают в осеннее время в следствие неблагоприятных погодных условий), а во-вторых, с более активным рекламным продвижением в сезон.

Важным аспектом веб-аналитики выступает оценка соотношений типов устройств, с помощью которых целевая аудитория интернет-магазина осуществляет выход в Интернет и посещает веб-ресурс. Анализируя данную статистику, можно прийти к выводу, что около 50% пользователей заходят на сайт «Нано Рефлектор», пользуясь стационарным компьютером. 44% пользователей используют для этой цели смартфон, а 6,5% осуществляют выход с помощью планшета, имеющего доступ в Интернет. Основываясь на данных показателях, можно сделать вывод о том, что мобильный канал имеет высокую значимость в вопросе продвижения интернет-магазина «Нано Рефлектор» и привлечения потенциальных покупателей на ресурс, поэтому необходимо приложить максимум усилий, чтобы данный сайт был адаптирован под мобильный канал.

Далее мы обратились к анализу эффективности применяемых для продвижения рекламных каналов, оценка которых производилась с помощью данных аналитической системы «Яндекс Метрика». Согласно статистике, в настоящее время наибольшую эффективность с точки зрения привлечения пользовательского трафика на сайт демонстрирует контекстная реклама. Около 45% потенциальных покупателей совершают переходы в интернет-магазин именно благодаря контексту. Это говорит о высокой эффективности данного рекламного инструмента и о целесообразности его дальнейшего применения.

Следующим по значимости рекламным каналом выступает поисковое продвижение, т. е. привлечение потенциальных покупателей в интернет-магазин «Нано-Рефлектор» с помощью органического поиска. В настоящее время более 30% пользовательского трафика обеспечивается благодаря поисковым системам и сервисам, что косвенным образом указывает на высокое качество контента интернет-сайта «Нано Рефлектор», его актуальность и полезность для целевой аудитории.

Наряду с этим наблюдаются низкие показатели социального трафика, т. е. количество пользователей, посетивших интернет-магазин в результате перехода из социальных сетей и сервисов, – незначительное. Данная картина говорит не столько об общей неэффективности SMM-маркетинга, сколько о проблемных аспектах организации маркетингового продвижения площадки «Нано Рефлектор» в социальных сетях.

Итак, на сегодняшний день активное продвижение в поисковых агрегаторах наряду с эффективным применением контекстной рекламы позволяет интернет-магазину «Нано Рефлектор» привлекать стабильный покупательский трафик и иметь удовлетворительный уровень посещаемости. Отметим, что среди поисковых систем самые высокие показатели по привлечению пользователей демонстрирует Яндекс (см. таблицу 2).

Таблица 2

Показатели функционирования интернет-магазина «Нано Рефлектор», 2017 год

Источник трафика	Визиты	Посетители	Отказы	Глубина просмотра	Время на сайте
Яндекс	3477	2675	12%	1,14	2:26

Google	2327	1628	12,8%	1,17	2:22
Rambler	26	14	19,2%	1	1:54
Mail.ru	9	5	11,1%	1,33	2:51
Yahoo	2	2	0%	1,5	1:45

[Составлено авторами по материалам исследования]

Ключевые поисковые запросы привлекают в интернет-магазин «Нано Рефлектор» большую долю потенциальных покупателей. Мониторинг и анализ поисковых запросов необходимо осуществлять на постоянной основе, поскольку это позволит руководству магазина поддерживать высокую эффективность контекстной рекламы и обеспечить регулярное обновление контента сайта качественными и полезными материалами, имеющими высокий отклик у целевой аудитории. В совокупности данные факторы смогут обеспечить выход ресурса в топ выдачи поисковых систем.

Следующим этапом исследования были проанализированы показатели конверсии интернет-магазина «Нано Рефлектор». Конверсия продаж является ключевым критерием эффективности маркетинговой стратегии торговой площадки в сети Интернет. Данный показатель позволяет оценить соотношение между всеми посетителями веб-ресурса и его реальными покупателями. Таким образом, она показывает, какой процент посетителей сайта в итоге сделали заказ и оплатили его.

На сегодняшний день в теории и практике электронной торговли нет единого понимания, какие показатели конверсии являются оптимальными. Зачастую это зависит от типа интернет-магазина, представляемого продукта, особенностей рыночного сегмента, а также множества других факторов.

Тем не менее, ряд специалистов-практиков полагают, что при посещаемости ресурса 100 человек в день и менее (что отвечает статистике сайта «Нано Рефлектор») эффективной может считаться конверсия в 5% [5, с. 29]. Рассмотрим показатели конверсии интернет-магазина «Нано Рефлектор» (см. таблицу 3).

Таблица 3

Показатели конверсии продаж интернет-магазина «Нано Рефлектор»

Месяц	Количество посетителей	Новых	Заявки	Конверсия продаж
Январь	1072	902	54	5,04%
Декабрь	2717	2650	203	7,47%
Ноябрь	3347	3285	221	6,60%
Октябрь	2103	2059	120	5,71%
Сентябрь	1476	1447	91	6,17%
Август	863	844	31	3,59%
Июль	664	650	19	2,86%

Июнь	895	877	31	3,46%
Май	800	785	25	3,13%
Апрель	712	693	19	2,67%

[Составлено авторами по материалам исследования]

Как следует из данных таблицы 3, конверсия продаж с апреля 2017 г. по август 2017 г. была несколько ниже эффективного показателя. Однако, начиная с сентября 2017 и по январь 2018 г. включительно конверсия была выше 5%. Максимальный показатель конверсии продаж приходится на ноябрь-декабрь 2017 года, что связано с сезонностью продаж продукта, а также со значительным ростом трафика на ресурс.

Итак, подводя итог анализу текущей сбытовой и маркетинговой деятельности ресурса «Нано Рефлектор» в сети Интернет, целесообразно сформулировать следующие выводы и рекомендации:

Поисковые системы, такие как Яндекс, Google, Mail и т.д., являются эффективным каналом привлечения целевого трафика в интернет-магазин «Нано Рефлектор», поэтому данный канал продвижения требует особо внимательного подхода при планировании дальнейших маркетинговых коммуникаций в сети Интернет.

Возможности мобильного маркетинга используются электронной площадкой «Нано Рефлектор» не в полной мере. Учитывая, что более 40% всех посетителей сайта осуществляют заходы с помощью мобильного телефона, необходимо разработать план мероприятий по продвижению интернет-магазина в мобильных сетях;

Следует обращать больше внимание на корректировку поведенческих моделей посетителей интернет-магазина «Нано Рефлектор». В частности, необходимо направлять усилия на увеличение времени пребывания на сайте, снижение количества отказов, повышение глубины просмотра. Рост данных показателей в свою очередь приведет к росту показателей конверсии и повышению объемов продаж интернет-магазина «Нано Рефлектор».

На текущий момент наименее эффективным маркетинговым каналом в сети Интернет, с точки зрения привлечения аудитории на сайт компании, являются социальные сети, что свидетельствует о недостаточном использовании потенциала данного канала. Это обусловлено тем, что у интернет-магазина отсутствуют собственные площадки в социальных сетях, в то время как некоторые ближайшие конкуренты реализуют активные клиентские коммуникации в интернет-сообществах. Таким образом, требуется систематизация информационной политики в социальных медиа, а также разработка контент-плана.

Итак, анализ стратегии продвижения интернет-магазина «Нано Рефлектор» позволил сформулировать ключевые задачи совершенствования деятельности компании:

- привлечение дополнительного целевого трафика в интернет-магазин, в том числе – за счет оптимизации SMM-канала;

- сокращение количества отказов;
- развитие мобильного канала.

Для того, чтобы привлечь на сайт больше целевого трафика рекомендуется, прежде всего, поработать над оптимизацией внутренних параметров интернет-магазина. С этой целью был разработан комплекс рекомендаций по реализации маркетинговых мероприятий в сети Интернет.

Прежде всего, рекомендуется внедрение технологий реферального (рекомендательного) маркетинга, например, в форме публикации на сайте позитивных отзывов от покупателей и рекомендаций постоянных клиентов. Присутствие на сайте благоприятных отзывов и рекомендаций зачастую выступает решающим фактором для потенциальных заказчиков при принятии решения о покупке. Сейчас на ресурсе не предусмотрена возможность оставить отзыв, чтобы другие потенциальные клиенты могли с ним познакомиться. Между тем, этой технологией успешно пользуются ведущие российские интернет-магазины, а также ряд прямых конкурентов компании.

На наш взгляд, необходимо не просто внедрить данную опцию на сайт, но и провести мероприятия по созданию лояльного сообщества потребителей, например, посредством интерактивных конкурсов «Вопрос-Ответ», «Рекомендации экспертов Нано Рефлектор» и т.п.

Ключевая идея данных активностей заключается в том, что посетителям интернет-магазина будет предложено оставить отзыв, задать вопрос или, наоборот, подготовить ответ на вопрос другого посетителя. Продвижению акции будет способствовать специальная информационная кампания на сайте и в социальных сетях продукта. Наиболее значимым результатом данного проекта станет создание лояльного сообщества «Нано Рефлектор», участники которого могут стать источниками полезного и позитивного контента об интернет-магазине.

Важнейшим стратегическим направлением развития маркетинговых коммуникаций электронной площадки «Нано Рефлектор» в сети Интернет является SMM (коммуникации в социальных сетях и сетевых сообществах). Анализируя текущую стратегию продвижения торговой площадки «Нано Рефлектор», мы установил, что в настоящее время потенциал социальных сетей используется не в полной мере. Данное ограничение является тем более негативным, чем больше конкурирующих компаний ведут активную политику в массовых социальных сетях.

Данную практику следует использовать и компании «Нано Рефлектор». Для создания и эффективного функционирования сетевых сообществ интернет-магазина в социальных медиа рекомендуются следующие мероприятия.

При создании профилей в социальных сетях и разработке контент-стратегии, компании «Нано Рефлектор» следует принимать во внимание разработанную иностранными экспертами формулу «золото контента», которая подразумевает следующую оптимальную структуру аккаунта компании: 40% – интерактивные, вовлекающие публикации, 30% - рекламный или брендированный контент, 30% – образовательная информация, 10% – прямая реклама [3, с.8].

Интерактивные публикации могут включать в себя такие материалы, как викторины, конкурсы, активации и флешмобы. В качестве брендированного контента рекомендуется использовать тематическое видео с демонстрацией продукции бренда. Образовательный контент целесообразно представить в виде интервью с экспертами, советами покупателей по использованию продукции. Наконец, прямая реклама может содержать информацию об акциях, скидках, новинках и выгодных предложениях.

Наиболее эффективными площадками для продвижения интернет-магазина «Нано Рефлектор» следует рассматривать массовые социальные сети, такие как «Одноклассники», «ВКонтакте», Instagram, Twitter, Facebook.

Итак, обобщая представленные рекомендации, можно выделить следующие стратегические направления совершенствования интернет-маркетинга электронной торговой площадки «Нано Рефлектор»:

1. проведение мероприятий по повышению пользовательского трафика из социальных сетей;
2. улучшение ключевых статистических показателей ресурса: глубина просмотра, время посещения, конверсия и т.д.;
3. повышение цитируемости интернет-магазина «Нано Рефлектор» в поисковых системах и сервисах.

Данная программа совершенствования маркетинговой деятельности торговой компании «Нано Рефлектор» в сети Интернет интегрирует в себе комплекс разнообразных маркетинговых инструментов и будет способствовать повышению показателей коммерческой деятельности интернет-магазина, а также созданию лояльного сообщества постоянных клиентов и укреплению положительной репутации ресурса.

Список литературы

1. Бабкин Ф.В. Электронная коммерция и новые организационные формы компаний // Менеджмент в России и за рубежом. 2015. № 1. С. 23-27.
2. Багаутдинова, Н.Г. Значимость интернет-маркетинга на современном этапе развития экономики / Н.Г. Багаутдинова, Н.С. Беликов // Казанский экономический вестник. – 2016. – № 4 (24). – С. 58-61.
3. Брейкина, Е.А. Интернет-маркетинг и его основные трендовые направления / Е.А. Брейкина // Studium. – 2016. – № 4-2 (41). – С. 5-9.
4. Гречков В.Ю. Современное состояние и перспективы электронной коммерции: маркетинговый подход // Маркетинг в России и за рубежом. 2015. № 6. С 17-20.
5. Закриева, З.А. Интернет-маркетинг / З.А. Закриева // Наука среди нас. – 2017. – № 4 (4). – С. 27-29.
6. Кензина, Ц.З. Интернет-маркетинг: понятие и актуальность / Ц. З. Кензина // Молодой ученый. – 2016. – № 27-2 (131). – С. 18-20.

ЗНАЧЕНИЕ И ЦЕЛИ АНАЛИЗА ДЕЛОВОЙ АКТИВНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

*Осипова Д.М.,
магистр*

ОЧУ ВО «Московская международная академия»

Деловая активность является комплексной и динамичной характеристикой предпринимательской деятельности и эффективности использования ресурсов. Уровни деловой активности конкретного предприятия отражают фазы его жизненного цикла (зарождение, развитие, подъем, спад, кризис, депрессия) и показывают степень адаптации к быстро меняющимся рыночным условиям, а также качество управления. основополагающее влияние на деловую активность хозяйствующих субъектов оказывают макроэкономические факторы, под воздействием которых может формироваться либо благоприятный предпринимательский климат, стимулирующий активное поведение предприятия, либо, наоборот, предпосылки к свертыванию деловой активности. Достаточно значимы также факторы внутреннего характера, в принципе подконтрольные руководству предприятия: со-вершенствование договорной работы, улучшения образования в области менеджмента, бизнеса и планирования, расширение возможностей получения информации в области маркетинга и т. п. Значение анализа деловой активности заключается в формировании экономически обоснованной оценки эффективности и интенсивности использования ресурсов предприятия и в выявлении резервов их повышения.

В ходе анализа решаются следующие задачи: оценивается динамика показателей деловой активности; исследуется влияние основных факторов, обусловивших изменение показателей деловой активности и расчет их конкретного влияния; обобщаются результаты анализа, разрабатываются конкретные мероприятия по вовлечению в оборот выявленных резервов.

Деловая активность характеризуется качественными и количественными критериями

Коэффициенты деловой активности позволяют проанализировать, насколько эффективно предприятие использует свои средства. Как правило, к этой группе относятся различные показатели оборачиваемости.

Показатели оборачиваемости имеют большое значение для оценки финансового положения компании, поскольку скорость оборота средств, т.е. скорость превращения их в денежную форму, оказывает непосредственное влияние на платежеспособность предприятия. Кроме того, увеличение скорости оборота средств при прочих равных условиях отражает повышение производственно-технического потенциала фирмы.

Наиболее часто используются следующие показатели оборачиваемости:

Коэффициент оборачиваемости активов (коэффициент трансформации) характеризует эффективность использования предприятием всех имеющихся ресурсов независимо от источников их привлечения и представляет собой отношение выручки от реализации продукции ко всему итогу актива

баланса. То есть показывает, сколько раз в отчетный период совершается полный цикл производства и обращения, приносящий эффект в виде прибыли, или сколько денежных единиц реализованной продукции принесла каждая единица активов. Этот коэффициент варьируется в зависимости от отрасли, отражая особенности производственного процесса. При сопоставлении данного коэффициента для разных компаний или для одной компании за разные годы необходимо проверить, обеспечено ли единообразие в оценке среднегодовой стоимости активов.

Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности показывает, сколько раз в среднем дебиторская задолженность (только счета покупателей) превращалась в денежные средства в течение отчетного периода. Рассчитывается посредством деления выручки от реализации продукции на среднегодовую стоимость чистой дебиторской задолженности. Для анализа, данного коэффициента не существует другой базы сравнения кроме среднеотраслевых коэффициентов, поэтому этот показатель полезно сравнивать с коэффициентом оборачиваемости кредиторской задолженности, который показывает, сколько компании требуется оборотов для оплаты выставленных ей счетов и рассчитывается как частное от деления себестоимости реализованной продукции на среднегодовую стоимость кредиторской задолженности. Такой подход позволяет сопоставить условия коммерческого кредитования, которыми предприятие пользуется у других компаний, с теми условиями кредитования, которые предприятие предоставляет другим предприятиям.

Коэффициент оборачиваемости материально-производственных запасов отражает скорость реализации этих запасов и рассчитывается как частное от деления себестоимости реализованной продукции на среднегодовую стоимость материально-производственных запасов. В целом, чем выше показатель оборачиваемости запасов, тем меньше средств связано в этой наименее ликвидной статье оборотных средств, тем более ликвидную структуру имеют оборотные средства и тем устойчивее финансовое положение предприятия.

В некоторых случаях увеличение оборачиваемости запасов отражает негативные явления в деятельности компании, например, в случае повышения объема реализации за счет реализации товаров с минимальной прибылью или вообще без прибыли.

Длительность операционного цикла - по этому показателю определяют, сколько дней в среднем потребуется для производства, продажи и оплаты продукции предприятия; иначе говоря, в течение какого периода денежные средства связаны в материально-производственных запасах.

Коэффициент оборачиваемости основных средств (фондоотдача) рассчитывается как частное от деления объема реализованной продукции на среднегодовую стоимость основных средств. Повышение фондоотдачи, помимо увеличения объема реализованной продукции, может быть достигнуто как за счет относительно невысокого удельного веса основных средств, так и за счет их более высокого технического уровня. Разумеется, ее величина сильно колеблется в зависимости от особенностей отрасли и ее капиталоемкости. В общем, чем

выше фондоотдача, тем ниже издержки отчетного периода. Низкий уровень фондоотдачи свидетельствует либо о недостаточном объеме реализации, либо о слишком высоком уровне вложений в эти активы.

Коэффициент оборачиваемости собственного капитала рассчитывается как частное от деления объема реализованной продукции на среднегодовую стоимость собственного капитала.

Этот показатель характеризует различные аспекты деятельности: с коммерческой точки зрения - либо излишки продаж, либо их недостаточность; с финансовой - скорость оборота вложенного капитала; с экономической - активность денежных средств, которыми рискует вкладчик.

Если он слишком высок (при значительном превышении уровня реализации над вложенным капиталом), это влечет за собой увеличение кредитных ресурсов и возможность достижения того предела, за которым кредиторы начинают больше участвовать в деле компании, чем собственники. В этом случае увеличивается отношение обязательств к собственному капиталу, увеличивается риск кредиторов и предприятие может иметь серьезные затруднения, обусловленные уменьшением доходов или общей тенденцией снижения цен.

Низкий показатель означает бездействие части собственных средств. В этом случае показатель указывает о необходимости вложения собственных средств в другую, более подходящий в данных условиях источник доходов.

При изучении сравнительной динамики абсолютных показателей деловой активности оценивается соответствие следующему оптимальному соотношению, получившему название «золотое правило экономики организации»:

$$\text{Трчп} > \text{Трв} > \text{ТрА} > 100 \%,$$

где Трчп — темп роста чистой прибыли; Трв — темп роста выручки от продаж;

Трд — темп роста средней величины активов.

Выполнение первого соотношения (чистая прибыль растет опережающим темпом по сравнению с выручкой) означает повышение рентабельности деятельности (Рд):

$$\text{Рд} = \text{ЧП}/\text{В} \cdot 100.$$

Выполнение второго соотношения (выручка растет опережающим темпом по сравнению с активами) означает ускорение оборачиваемости активов (Од):

$$\text{Од} = \text{В}/\text{А} - 100.$$

Опережающие темпы увеличения чистой прибыли по сравнению с увеличением активов ($\text{ТрЧП} > \text{ТРА}$) означают повышение чистой рентабельности активов (ЧРА):

$$\text{ЧРА} = \text{ЧП}/\text{А} \cdot 100.$$

Увеличение средней величины активов в динамике означает расширение имущественного потенциала. Однако его необходимо обеспечить лишь в долгосрочной перспективе. В краткосрочной же перспективе (в пределах года) допустимо отклонение от этого соотношения, если, например, оно вызвано уменьшением дебиторской задолженности или оптимизацией внеоборотных активов и запасов.

Относительные показатели деловой активности характеризуют уровень

эффективности использования ресурсов предприятия, который оценивается с помощью показателей оборачиваемости отдельных видов имущества и его общей величины и рентабельности средств предприятия и их источников.

В общем случае оборачиваемость средств, вложенных в имущество, оценивается следующими основными показателями: скорость оборота (количество оборотов, которое совершают за анализируемый период капитал предприятия или его составляющие) и период оборота — средний срок, за который совершается один оборот средств.

Чем быстрее оборачиваются средства, тем больше продукции производит и продает предприятие при той же сумме вложений.

Длительность нахождения средств в обороте определяется совокупным влиянием ряда разнонаправленных внешних и внутренних факторов. К первым можно отнести сферу деятельности предприятия, отраслевую принадлежность, масштабы предприятия и т. п. На оборачиваемости активов сказываются экономическая ситуация в стране, система безналичных расчетов и связанные с ней условия хозяйствования предприятий. Так, инфляционные процессы, отсутствие налаженных хозяйственных связей с поставщиками и покупателями приводят к вынужденному накоплению запасов, что значительно замедляет оборот средств.

Однако следует подчеркнуть, что период нахождения средств в обороте в значительной степени определяется внутренними условиями деятельности предприятия, и в первую очередь эффективностью стратегии управления его активами.

Показатели рентабельности являются относительными характеристиками финансовых результатов и эффективности деятельности предприятия. Они измеряют доходность предприятия с различных позиций и группируются в соответствии с интересами участников экономического процесса.

Таким образом, основным эффектом ускорения оборачиваемости является увеличение продаж без дополнительного привлечения финансовых ресурсов. Кроме того, так как после завершения оборота капитал возвращается с приращением в виде прибыли, ускорение оборачиваемости приводит к увеличению прибыли. В то же время, чем ниже скорость оборота активов, прежде всего, текущих (оборотных), тем больше потребность в финансировании. Внешнее финансирование стоит дорого и имеет определенные ограничительные условия. Собственные источники ограничены, в первую очередь, возможностью получения необходимой прибыли. Таким образом, управляя оборачиваемостью активов, организация получает возможность в меньшей степени зависеть от внешних источников средств и повышать ликвидность.

Список литературы

1. Стржева В.И. Анализ хозяйственной деятельности в промышленности – Минск: Высшая школа, 2008;
2. Чернышева Ю.Г., Кочергин А.Л. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности. – Ростов н/Д: Феникс, 2007.;
3. Шерemet А.Д., Ионова А.Ф. Финансы предприятий: менеджмент и анализ: Учеб. Пособие. – 2-е изд., испрр. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2009. – 479 с.

ЭКСПРЕСС-АНАЛИЗ ФИНАНСОВО-ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

*Осипова Д.М.,
магистр*

ОЧУ ВО «Московская международная академия»

Анализ отчетности ни в коем случае не может сводиться к механическому расчету неких коэффициентов — не меньшее (если не большее) значение имеет понимание экономического смысла статей анализируемой отчетности, их динамики, возможных причин изменения той или иной статьи. Кроме того, исключительно важным является вынесение суждения о благоприятности или нежелательности имеющих место или складывающихся пропорций и тенденций. Все это обеспечивается знанием основной процедуры бухгалтерского учета, демонстрирующей последовательное прохождение сумм по счетам бухгалтерского учета как информационному сопровождению хозяйственных операций. Мы не излагаем эту процедуру, а ограничиваемся лишь общими сведениями^[9].

Современная бухгалтерия основывается на принципе двойной записи, когда любая хозяйственная операция отражается по двум счетам — как правило, дебету одного и кредиту другого. Благодаря такому способу ведения учета можно имущественное и финансовое положение фирмы представить в очень удобном виде — в форме баланса, в активе которого приводится имущество фирмы, а в пассиве — источники возникновения этого имущества. Подчеркнем; двойная запись представляет собой по сути квинтэссенцию современной бухгалтерии, но она все же не является инвариантом бухгалтерского учета как науки и практики в целом, поскольку, как известно, учет можно вести разными способами.

Исходной базой финансового анализа являются данные бухгалтерского учета и отчетности, аналитический просмотр которых должен восстановить все аспекты хозяйственной деятельности и совершенных операций в форме движения капиталов. Основной принцип аналитического чтения финансовых отчетов - это дедуктивный метод, т.е. от общего к частному, который должен применяться многократно. В ходе такого анализа воспроизводится историческая и логическая последовательность факторов и событий хозяйственной деятельности и их влияние на конечные результаты.

Под методикой анализа понимается упорядоченная последовательность процедур, которые необходимо и целесообразно проделать для получения желаемого результата. В финансовом анализе основными элементами методики являются: четко поставленная цель, информационная база, счетные алгоритмы, последовательность процедур.

Логика аналитической работы предполагает ее организацию в виде двухмодульной структуры:

- 1) экспресс-анализ финансово-хозяйственной деятельности
- 2) углубленный анализ финансово-хозяйственной деятельности

Особенность экспресс-анализа финансово-хозяйственной деятельности предприятия в том, что он применяется при ограниченной первичной информации

и в узких временных рамках. Несмотря на то что, любой финансовой отчетности присущи определенные ограничения, в открытом доступе чаще всего доступны данные, содержащиеся в форме №1 (бухгалтерский баланс) и форме №2 (отчет о финансовых результатах).

В экспресс-анализе финансово-хозяйственной деятельности предприятия можно выделить следующие этапы:

1 этап. Определение цели анализа. Данный этап является наиболее важным, так как от цели экспресс-анализа зависит глубина расчетов.

2 этап. Визуальный анализ. На этом этапе определяются проблемные статьи бухгалтерской отчетности, которым в дальнейшем следует уделить наиболее пристальное внимание.

3 этап. Расчет показателей, который включает в себя:

- горизонтальный анализ – сравнение каждой статьи с предыдущим периодом. Проводится при необходимости по некоторым статьям;
- вертикальный анализ или анализ структуры. Вертикальный анализ – определение структуры финансовых показателей с выявлением влияния каждой статьи на результат. Особое внимание уделяется выявленным на 2-м этапе проблемным статьям;
- расчет необходимых коэффициентов.

Цель экспресс-анализа – определить, насколько велики риски сотрудничества с данной компанией при продаже ей товаров с отсрочкой платежа. Для этого, в первую очередь, построим аналитический баланс, на основании данных финансовой отчетности условной компании.

Анализируя финансовые показатели, следует учитывать некоторые искажающие факторы, в частности инфляцию.

Бухгалтерский баланс, являясь основной аналитической формой, не свободен от ограничений. Например, он отражает постоянство в средствах и обязательствах предприятия на определенную дату (на конец месяца, квартала), но не отвечает на вопрос, за счет чего сложилось такое положение. Баланс - свод моментальных данных на конец отчетного периода и он *адекватно не отражает средств предприятия внутри отчетного периода*. Поэтому интерпретация балансовых показателей возможна только с привлечением данных об оборотах.

Рассчитанные аналитические показатели будут бесполезны, если их не будут сравнивать с показателями за ряд лет и показателями похожих предприятий и общих показателей по отрасли.

Финансовое положение предприятия и перспективы его изменения находятся под влиянием не только факторов финансового характера, но и многих факторов, вообще не имеющих стоимостной оценки. В их числе:

возможные политические и общеэкономические изменения,

- перестройка организационной структуры управления отраслью или предприятием,
- смена форм собственности,
- профессиональная и общеобразовательная подготовка персонала и т.п.

Итог баланса не отражает той суммы средств, которой реально располагает предприятие, т. е. его стоимостной оценки.

Годовой отчет

Одним из основных элементов экспресс-анализа является умение работать с годовым отчетом и финансовой отчетностью. Культура составления отчета является немаловажным фактором успешного ведения бизнеса.

Бухгалтерская отчетность с пояснительной запиской является основой годового отчета компании.

Основными компонентами годового отчета являются:

- подготовленная согласно нормативным документам отчетность,
- аналитические расшифровки и примечания к ней,
- прочая аналитическая информация, полезная для получения более полной и объективной картины об имущественном и финансовом положении предприятия.

Детальная структура годового отчета не регламентируется.

Типовая структура отчета может содержать следующие разделы:

- краткая характеристика деятельности предприятия
- обращение главы предприятия
- отчет администрации (характеристика производственной, коммерческой и инвестиционной деятельности, оценка финансового положения, характеристика научно-технического уровня предприятия, его природоохранная деятельность и др);
- бухгалтерская отчетность;
- пояснения к бухгалтерской отчетности (характеристика учетной политики, структуры и вида основных средств и нематериальных активов, финансовых вложений, дебиторской и кредиторской задолженности, издержек производства и обращения, ликвидности и финансовой устойчивости и т.д.);
- аудиторское заключение;
- данные о котировке ценных бумаг предприятия;
- прочая информация (состав высшего выборного органа управления, состав администрации, информация о наиболее существенных инвесторах и т.д.).

Чтение отчета (пояснительной записки) начинается с обзора основных показателей деятельности коммерческой организации.

В ходе этого обзора необходимо ответить на вопросы:

- каково имущественное положение коммерческой организации к началу отчетного периода?
- в каких условиях протекала работа коммерческой организации в отчетном периоде?
- какая хозяйственная работа проделана в течение отчетного периода?
- каких результатов достигла коммерческая организация за этот период?
- каково имущественное состояние коммерческой организации к концу

отчетного периода?

- каковы перспективы Финансово-хозяйственной деятельности коммерческой организации?

Ответы дадут бухгалтерская отчетность и пояснительная записка, причем, если годовой отчет хорошо структурирован и подготовлен надлежащим образом, дополнительные аналитические расчеты, как правило, не нужны.

Имущественное положение коммерческой организации на начало и конец отчетного периода характеризуется данными баланса. Сравнивая динамику итогов разделов актива баланса, можно выявить тенденции изменения имущественного положения.

Ответы на второй и третий вопросы можно найти в пояснительной записке (организационная структура управления, причины происшедших в ней изменений, открытие новых видов деятельности, особенности работы с контрагентами и др.). Результативность и перспективность деятельности коммерческой организации могут быть обобщенно оценены по данным анализа динамики прибыли, а также сравнительного анализа темпов роста средств коммерческой организации, объемов ее производственной деятельности и прибыли.

При беглом чтении отчетности необходимо обращать внимание прежде всего на так называемые «больные» статьи. Смысл этой проверки состоит в следующем.

Данные о недостатках в работе коммерческой организации могут непосредственно присутствовать в бухгалтерской отчетности в явном или завуалированном виде.

Первый случай имеет место, когда в отчетности есть «больные» статьи, которые условно можно подразделить на две группы:

- свидетельствующие о крайне неудовлетворительной работе коммерческой организации в отчетном периоде и сложившемся в результате этого плохом финансовом положении;
- свидетельствующие об определенных недостатках в работе коммерческой организации.

К первой группе относятся:

«Непокрытые убытки прошлых лет» (ф.№1),
«Непокрытый убыток отчетного года» (ф.№1),
«Кредиты и займы, не погашенные в срок» (ф.№5),
«Кредиторская задолженность просроченная» (ф.№5),
«Векселя выданные просроченные» (ф.№5).

Эти статьи показывают крайне неудовлетворительную работу коммерческой организации в отчетном периоде и сложившееся в результате этого плохое финансовое положение.

Причины образования отрицательной разницы между доходами и расходами по укрупненной номенклатуре статей можно проследить в форме N 2 (результат от реализации, результат от прочей реализации, результат от внереализационных операций).

Более детально причины убыточной работы анализируются в ходе

внутреннего анализа по данным бухгалтерского учета. Так, элементом статьи «Расчеты с кредиторами за товары и услуги» является задолженность поставщикам по не оплаченным в срок расчетным документам. Наличие такой просроченной задолженности свидетельствует о серьезных финансовых затруднениях у коммерческой организации.

Наличие сумм по статьям «Кредиты и займы, не погашенные в срок», означающих, что к моменту составления баланса коммерческая организация не смогла рассчитаться по предоставленным ей кредитам, следует оценивать в динамике. Если суммы по этим статьям присутствуют в балансах нескольких смежных периодов, это говорит о хронически неудовлетворительной работе коммерческой организации. Если в предшествовавших балансах суммы по данным статьям отсутствовали, то необходимо выяснить причины возникших финансовых затруднений, оценить их возможные последствия и принять меры к их устранению.

Ко второй группе относятся статьи, непосредственно представленные в балансе, либо элементы статей, которые могут быть выделены при помощи аналитических расшифровок в ходе внутреннего анализа. Об определенных недостатках в работе коммерческой организации можно судить также по некоторым неблагоприятным соотношениям между отдельными статьями.

Если анализ проводится только по данным годового отчета, то к статьям второй группы относятся:

«Дебиторская задолженность просроченная»,

«Векселя полученные просроченные»

«Дебиторская задолженность, списанная на финансовые результаты».

Значимость сумм по этим статьям в отношении устойчивости финансового состояния безусловно зависит от их удельного веса в валюте баланса.

Что касается их смысловой нагрузки, то она очевидна: коммерческая организация имеет проблемы со своими покупателями и клиентами. До определенного момента эти проблемы не являются критическими, однако ситуация может резко измениться при совпадении во времени ряда факторов. Иными словами, статьи этой группы могут быть в балансах не только убыточных, но и вполне рентабельных коммерческих организаций.

Данные статьи характеризуют величину иммобилизованных оборотных средств и потому независимо от общей оценки финансового состояния необходим, по возможности, подробный анализ динамики этих статей.

Не случайно в крупных западных компаниях, отчетливо понимая потенциальную опасность просроченной дебиторской задолженности, создают специальные кредитные отделы, разрабатывающие и анализирующие политику компании в отношении своих клиентов, в частности, на предмет предоставления тех или иных скидок и принятия действенных, а главное, своевременных мер в отношении неплательщиков.

Недостатки в работе в скрытом, завуалированном виде отражаются в ряде балансовых статей, что может быть выявлено в рамках внутреннего анализа с привлечением данных текущего учета.

Это вызвано не фальсификацией данных, а существующей методикой составления баланса, согласно которой многие балансовые статьи комплексные. В частности, это относится к статьям:

«*Расчеты с дебиторами за товары, работы и услуги*», которая может включать неоправданную дебиторскую задолженность в виде:

отгруженных товаров и сданных работ по расчетным документам, не переданным в банк на инкассо, по которым истекли сроки, установленные для сдачи документов в обеспечение ссуд (счета 62 и 45);

отгруженных товаров и сданных работ по расчетным документам, не оплаченным в срок покупателями и заказчиками (счета 62 и 45);

товаров, находящихся на ответственном хранении у покупателей ввиду отказа от акцепта (счета 62 и 45);

расчетов за товары, проданные в кредит и не оплаченные в срок (счет 62);

расчетов за товары, проданные в кредит, не оплаченные в срок и оформленные нотариальными подписями (счет 62);

векселей, по которым денежные средства не поступили в срок (счет 62);

«*Расчеты с персоналом по прочим операциям*», по которой может отражаться неоправданная дебиторская задолженность в виде расчетов с материально ответственными лицами по недостачам, порче и хищениям (субсчет 73/3);

«*Прочие активы*», которая может включать недостачи и потери от порчи товарно-материальных ценностей, не списанных с баланса в установленном порядке (счет 84);

«*Расчеты с кредиторами за товары и услуги*», в которую может входить неоправданная кредиторская задолженность в виде:

- расчетов с поставщиками по неоплаченным в срок расчетным документам (счет 60);
- расчетов с поставщиками по неотфактурованным поставкам (счет 60);
- расчетов с поставщиками по просроченным оплатой векселям (счет 60).

Суммы по элементам указанных статей в явном виде в балансе не выделяются, но их легко можно выявить в рамках внутреннего анализа по аналитическим расшифровкам к счетам:

45 «Товары отгруженные»,

60 «Расчеты с поставщиками и подрядчиками».

62 «Расчеты с покупателями и заказчиком»,

73 «Расчеты с персоналом по прочим операциям»,

84 «Недостачи и потери от порчи ценностей».

Причины возникновения этих сумм могут быть различными. Однако если наблюдается их рост в динамике, это свидетельствует о серьезных недостатках в организации учета и внутреннего контроля в коммерческом предприятии.

На определенные недостатки в Финансово-хозяйственной деятельности указывает также превышение суммы по статье «*Расчеты с работниками по полученным ими ссудам*» над суммой «*Ссуды для рабочих и служащих*» (соответствующие расшифровки могут быть получены в рамках

внутреннего анализа). Это говорит о том, что коммерческая организация не удержала очередные взносы в погашение задолженности с работников, но соответствующую сумму все же внесла в банк в погашение ссуд, т.е. имеет место неплановое использование средств.

Экспресс-анализ завершается выводом о целесообразности дальнейшего углубленного (детального) анализа Финансово-хозяйственной деятельности предприятия, и позволяет в кратчайшие сроки определить финансовое состояние предприятия.

Список литературы

1. Лысенко Д.В. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: Учебник для вузов. – М.: ИНФРА-М, 2010
2. Бочаров В.В. Финансовый анализ. – СПб. Питер, 2016
3. Шеремет А.Д., Ионова А.Ф. Финансы предприятий: менеджмент и анализ: Учеб. Пособие. – 2-е изд., испрр. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2017

ОСОБЕННОСТИ ОФИЦИАЛЬНО-ДЕЛОВОГО СТИЛЯ

Пахуридзе Саломе Михайловна

Аннотация: В статье анализируются характерные особенности официально-делового стиля речи. Особенно отмечается, что официально-деловой стиль речи используется при коммуникации в деловой среде между физическими лицами, различными организациями и государственными структурами, а также внутри организаций. Основная функция деловой речи — передача конкретной информации.

В современном мире всё большее значение приобретает международная коммуникация. Под этим термином понимается взаимодействие, охватывающее значительную часть населения в транснациональных масштабах по всему миру. Международные контакты посредством туризма, бизнеса, научного обмена и средств массовой информации диктуют необходимость унификации коммуникативных средств. В настоящее время английский язык используется в деловой среде как язык общения представителей различных культур во многих сферах деятельности [Кильдибекова 2011: 949]. На международном уровне действуют не только государства и транснациональные корпорации, но и относительно новые участники, деятельность которых постоянно расширяется: международные интеграционные союзы, биржи и аукционы, некоммерческие организации. Все эти участники оказывают влияние на характер и условия международных отношений. Взаимодействия как в коммерческой, так и в некоммерческой среде предполагают целый ряд процедур, таких как деловые встречи, переговоры и взаимные расчёты [Лалетина 2011: 41]. Эффективное проведение этих процедур требует профессиональных навыков делового общения.

Официально-деловой стиль речи используется при коммуникации в деловой среде между физическими лицами, различными организациями и государственными структурами, а также внутри организаций. Основная функция деловой речи — передача конкретной информации. В ней отсутствует оценочность и эмоциональность, сообщаемые факты характеризуются точностью, лаконичностью и стандартностью изложения [Буре 2015: 15]. Точность означает однозначность восприятия содержания и невозможность его неверного толкования. Лаконичность выражается в экономии языковых средств и высокой информационной насыщенности деловых текстов. Под стандартностью изложения понимается использование ограниченного набора лексических средств. Для письменных текстов стандартность проявляется в следовании определённым шаблонам оформления, определяющим структуру текста, наличие реквизитов и использование вводных фраз и клише.

В рамках официально-делового стиля речи различают следующие подстили: дипломатический, юридический и канцелярский, называемый также обиходно-деловым [Замуруева 2010: 120]. Письменная форма реализации преобладает над устной, так как в процессе деловых отношений информацию требуется фиксировать в письменном виде.

Дипломатический подстиль функционирует в области официальных международных отношений, он используется в государственных структурах и организациях, функционирующих в этой сфере. Основными видами письменных документов, при составлении которых используется данный подстиль, являются коммюнике, меморандумы, дипломатические ноты, памятные записки и частные письма полуофициального характера. В устной форме этот подстиль реализуется в протокольной речи [Подзолкова 2013: 51].

Юридический подстиль используется в правовой среде, в деятельности законодательных и исполнительных органов власти, в письменном виде представлен в правовых документах. Правовая наука, правотворчество и юридическая практика являются основными сферами функционирования данного подстиля. В зависимости от функции и сферы использования юридический язык подразделяется на следующие виды: язык закона, язык правовой доктрины, язык договоров, язык процессуальных актов и язык, используемый в профессиональной речи в области юриспруденции.

Канцелярский, или обиходно-деловой подстиль используется в ежедневной деятельности различных учреждений и организаций. Его применение включает составление распоряжений руководства и других документов, относящихся как к организации в целом (акт, протокол), так и к конкретным физическим лицам (заявление, доверенность). Данный подстиль также применяется в деловой переписке.

Письменные документы официально-делового стиля имеют строго определённую структурную схему. Она объединяет неизменные компоненты содержания документа (имя адресата, имя адресанта, дата, опись приложений) и содержательно-композиционную схему (расположение, последовательность и взаимосвязь реквизитов в документе). Последовательность расположения фрагментов текста обусловлена логически. Композиция текста выражается в системе цифровых заголовков и нумерации различных его сегментов (глава, параграф, пункт). Выбор жанра и формы документа определяется ситуацией, возникшей в сфере деловых отношений.

М. В. Марьева определяет композицию текста как схему, которая отражает упорядоченную структуру рассматриваемого текста, его составные элементы, их связность, а также порядок их следования. Для логической схемы документа последовательность её элементов различается в зависимости от его вида и цели создания. Для некоторых документов, таких как протоколы заседаний, важна хронологическая последовательность, в то время как для других, например для резюме соискателя, информация может располагаться по пунктам в зависимости от их значимости, или в обратной хронологической последовательности (опыт работы) [Марьева 2015: 2].

Реквизиты документа представляют собой элементы его оформления, примерами которых могут быть названия организаций, название самого документа, а также наличие специальных граф для дат, печатей или подписей. Совокупность реквизитов составляет реквизитную композицию документа, которая определяет их состав, последовательность и расположение на странице. Реквизитная компо-

зация входит в состав формальной композиции документа, элементами которой являются более крупные составные части документа, такие как абзацы, рубрики, заголовки, отступы, или графические элементы. Формальная композиция, как и логическая, зависит от вида документа и его предназначения.

Выделяется также информационная композиция документа, которая отражает общее его содержание и цель создания. Её элементы представлены содержательными компонентами текста, такими как обращение, обоснование, информирование, требование или благодарность. Для выделения информационных элементов часто используются устойчивые словосочетания.

Деловые тексты имеют некоторые особенности, которые можно выделить на лексическом и грамматическом уровнях.

С точки зрения грамматики, в качестве одной из особенностей деловых текстов можно выделить преобладание именных частей речи над глаголами. Для названий действий часто используются производные отглагольные существительные (например, «требуется пересмотрение» вместо «пересмотреть»). Также в деловых документах встречаются сложноподчинённые предложения, или простые, осложнённые однородными членами. Такие предложения повышают информационную насыщенность текста, так как объединяют содержание нескольких простых предложений в одно. Широко распространены пассивные глагольные конструкции, которые формируются с помощью возвратных глаголов и страдательных причастий («заседание решено отменить»). Их использование способствует лаконичности текста, так как акцент сделан на самом действии, в то время как менее значимая информация (производитель действия, обстоятельства) не указывается.

Предложения в официально-деловых текстах двусоставные, порядок слов прямой. Это способствует соответствию таким критериям, как последовательность, логичность и точность изложения информации, а также невозможность её неверного толкования. Сказуемое часто представляет собой сложную глагольную конструкцию, так как в текстах документов распространены модальные глаголы («обязан», «следует»), неопределённые формы глаголов («посылку следует доставить...») и слова, выражающие категории состояния («информацию необходимо передать»). Общие грамматические характеристики деловых документов могут варьироваться в зависимости от принадлежности текста к определённому жанру. Так, например, в деловых письмах чаще используются простые предложения [Зайцева 2014: 9]. В то же время в распорядительных документах встречается большое количество причастных оборотов и однородных членов, которые используются, например, для перечисления распоряжений.

Основной особенностью лексики официально-делового стиля является отсутствие эмоционально-окрашенных, просторечных слов, поэтизмов, диалектизмов и слов, вышедших из употребления, что обозначено в описании [Константинова 2012: 47]. Ещё одной важной чертой является употребление специальной лексики. К официально-деловому стилю относится понятие «специфической лексики», которое включает в себя особые категории слов: термины и профессионализмы. Термин определяется как слово или словосочетание, обозначающее

определённое понятие и воспроизводимое в ограниченной предметной области знаний. Термин имеет толкование в виде строгого логико-смыслового определения. Его значение общепринято и закреплено, например, в толковых словарях [Кушнерук 2011: 35]. Профессионализмы также, как и термины, употребляются в ограниченной профессиональной среде. Однако они отличаются от терминов тем, что не являются общепринятыми, их значение не закреплено. Широко распространены аббревиатуры, которые чаще всего обозначают названия организаций и их организационно-правовые формы («ОАО РЖД»), а также наименования государств (США). Термины также встречаются в виде аббревиатур (КПД, ВВП), которые представляют собой сокращения словосочетаний.

Ещё одной отличительной чертой является наличие набора стандартных синтаксических конструкций. Они возникли в результате длительного использования стандартных смысловых элементов, то есть частей текста определённого семантического содержания. Для разных документов имеется определённый набор таких конструкций, употребляемых в зависимости от цели сообщения («Доводим до вашего сведения», «С уважением»).

Таким образом, официально-деловой стиль речи используется для передачи информации в рамках отношений между государственными структурами, коммерческими и некоммерческими организациями и индивидами, а также внутри этих организаций. Передача сообщений не предполагает оценочных суждений и выражений эмоций, следовательно, в данном стиле речи отсутствуют какие-либо экспрессивные лексические средства. Деловой текст обладает высокой информационной насыщенностью. Он характеризуется точностью и лаконичностью, форма сообщения исключает возможность её неверного толкования.

В связи с продолжающимся процессом глобализации, развитием технологий и увеличением роли нематериальных активов, в мировой деловой среде повышается значение информации. Укрепляются международные связи, увеличивается влияние транснациональных корпораций и международных организаций. В связи с интернационализацией многих сфер деятельности, от сотрудников участвующих в международной деятельности организаций требуется не только знание английского языка как средства международного общения, но и следование принятым стандартам деловой коммуникации.

Таким образом, знание и правильное использование официально-делового стиля речи становится одним из основных навыков, способствующих эффективной работе и профессиональному росту сотрудников государственных структур, а также коммерческих и некоммерческих организаций.

Список литературы

1. Буре Н. А. Основы русской деловой речи. Учебное пособие для студентов высших учебных заведений/ Н. А. Буре [и др.]. - Санкт-Петербург.: Златоуст, 2015. - 448с.

2. Зайцева Т. Н. Основы деловой коммуникации Учебное пособие/ Т.Н. Зайцева, Н. В. Мартиросян – М.: Университет машиностроения, 2014. – 108 с.

3. Замуруева Н. А. Жанровые особенности официально-делового стиля речи/Н. А. Замуруева// Орёл: Ученые записки Орловского государственного университета. Серия: Гуманитарные и социальные науки, 2010 - №3-2 — с. 120-123
4. Кильдибекова Т. А. Лингвистический аспект глобализации// Т. А. Кильдибекова, А. С. Рябцева// Уфа: Вестник Башкирского университета, 2011- №3 — с. 949-953
5. Константинова Л. А. Деловая риторика. Учебное пособие/Л.А. Константинова, Е. П. Щенникова, С.А. Юрманова — М.: Флинта: Наука, 2012. - 304 с.
6. Кушнерук С.П. Документная лингвистика. Учебное пособие/ С.П.Кушнерук. - М.: Флинта: Наука, 2011. – 256 с.
7. Лалетина А. О. Глобализация как объект лингвистических исследований/ А. О. Лалетина// Нижний Новгород: Политическая Лингвистика, 2011 - №3 — с. 39-45
8. Марьева М. В. Композиция документа: аспекты рассмотрения и уровни построения/ М. В. Марьева // Мурманск: Концепт, 2015 – № 10 — с. 1-6
9. Подзолкова И. Р. Лингвостилистические и жанровые особенности официально-делового функционального стиля/И. Р. Подзолкова// Челябинск: Вестник Челябинского государственного университета, 2013 — Выпуск №77 — с. 49-54

УПРАВЛЕНИЕ РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИСТЕМОЙ И ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ФИНАНСОВЫХ ПРОГРАММ

Покатаев Илья Николаевич
ОЧУ ВО «Московская международная академия»

Аннотация: В статье рассматриваются результаты проведенного автором исследования системы оценки экономической эффективности государственных программ в регионах, а также сравниваются федеральный и региональный подходы в спектре финансового менеджмента. Вторая часть статьи освещает направления развития финансового менеджмента в регионах, автор затрагивает Республику Башкортостан, Республику Крым, Орловскую область и другие.

Ключевые слова: оценка эффективности, финансы, государственная программа региональная экономика, финансовый менеджмент, регионы, критерии, финансовые показатели регионов, Министерство экономического развития Российской Федерации, Министерство финансов Российской Федерации

MANAGEMENT OF REGIONAL ECONOMIC SYSTEM AND EVALUATION OF THE EFFECTIVENESS OF STATE FINANCIAL PROGRAMS

Pokataev Ilya

Annotation: The article considers the results of the author's study of the system of assessing the economic efficiency of state programs in the regions, as well as compares the Federal and regional approaches in the spectrum of financial management. The second part of the article covers the directions of development of financial management in the regions, the author touches upon the Republic of Bashkortostan, the Republic of Crimea, Orel region and others.

Keywords: performance evaluation, Finance, the state program on regional Economics, financial management, regions, criteria, financial performance of the regions, the Ministry of economic development of the Russian Federation, the Ministry of Finance of the Russian Federation

Большинство регионов России не являются в финансовом отношении самостоятельно обеспеченными, соответственно, они реципиенты или дотационные. На период 2019 года их насчитывается 73 субъекта Федерации и, соответственно 12 – доноры.

От многих позиций и факторов, а также инвестиционного развития будет видна перспектива экономического развития регионов. Управление финансовыми потоками, денежными и другими средствами должны учитываться в государственных программах.

Рассмотрим далее, что мы подразумеваем под государственными программами в условиях совершенствования финансового менеджмента на региональном уровне.

Государственные программы в финансовом обеспечении развития финансового менеджмента регионов России – это такие инструменты территориального планирования, которые позволяют увязать финансовые расходы и ожидаемые результаты, что составляет их основную ценность. Важным ключевым аспектом здесь могут являться и финансовые риски.

На помощь финансовому менеджменту в государственной региональной политике, начиная с 2012 года приходит государственное и муниципальное управление, которое вводит в практику государственные программы. Государственные программы позволяют комплексно взглянуть на деятельность ведомств и определить их роль и стратегическую миссию в экономическом развитии территорий, а также связать стратегию территории, бюджет и программы ведомств. При этом доля расходов бюджета в программной форме должна приближаться к 100%, но приведение расходной части бюджета в программную форму само по себе не означает выполнение принципа эффективности использования средств бюджета и достижение целей социально-экономической политики. Кроме того, программно-целевое планирование подразумевает ежегодную корректировку и уточнение сроков, целевых индикаторов, объемов финансирования государственных региональных программ. Изменения, вносимые в государственную программу по итогам года, должны быть обоснованными и произведенными на основе оценки эффективности государственной программы. Только такой подход позволяет органам власти использовать весь потенциал программно-целевых методов бюджетного планирования. В настоящее время, по мнению исследователей, единой методологии экономической оценки эффективности государственных программ нет. Каждый регион самостоятельно разрабатывает собственную финансовую методику, использование которой дает возможность отчитаться в большинстве случаев о высокой степени эффективности исполняемых программ, что не позволяет объективно оценить деятельность исполнительных органов власти и, соответственно, эффективно использовать бюджетные средства. Это актуализирует задачу разработки объективных методик оценки эффективности государственных программ на уровне региона. Данные методики позволяют оценить финансовую и управленческую деятельность ведомств, обеспечить общественный контроль за достижением результатов социально-экономической политики, определить «дефектные» элементы программ и принять решение о ее корректировке или прекращении, что будет способствовать эффективному использованию средств бюджета и созданию системы оплаты труда в зависимости от результатов работы органов власти.

К настоящему времени Министерством экономического развития Российской Федерации совместно с Министерством финансов Российской Федерации и с федеральными органами исполнительной власти проделана масштабная работа по внедрению госпрограмм, рассчитанная на сбалансированность финансового менеджмента региона.

Согласно Постановлению Правительства РФ от 02.08.2010 г. N 588 (ред. от 10.02.2017) «Об утверждении Порядка разработки, реализации и оценки эффективности государственных программ Российской Федерации» [1], госпрограмма – документ стратегического планирования, который содержит комплекс

планируемых мероприятий, взаимоувязанных по задачам, срокам осуществления, исполнителям и ресурсам, и инструментов государственной политики, которые обеспечивают в рамках реализации ключевых государственных функций достижение приоритетов и целей государственной политики в сфере социально-экономического развития и обеспечения национальной безопасности Российской Федерации (далее – РФ).

По мере усложнения и расширения задач госпрограмм, а также роста практической значимости, оценка программ выделилась в самостоятельную область знаний и профессиональной деятельности. Оценка экономической эффективности является достаточно сложным в финансовом отношении и неразрывным явлением, которое вмещает в себя финансовые показатели и критерии финансовой эффективности, набор инструментов.

Экономическая эффективность реализации госпрограмм в регионах в широком понимании включает в себя выбор верных целей, направлений и мероприятий политики, а также достижение поставленных целей с максимальным соотношением выгод и затрат на региональном уровне. Для целей оценки эффективности более полезным может быть более узкое определение, фокусирующееся на достижении поставленных целей и на соотношении выгод и затрат. Экономическая эффективность реализации госпрограмм в регионе – это результативность программ и мероприятий, которая характеризуется отношением полученного результата к затратам факторов, ресурсов, обусловившим получение этого результата. Оценка экономической эффективности реализации госпрограмм представляет собой экспертизу, направленную на анализ ряда сведений, представленных на рисунке 1.

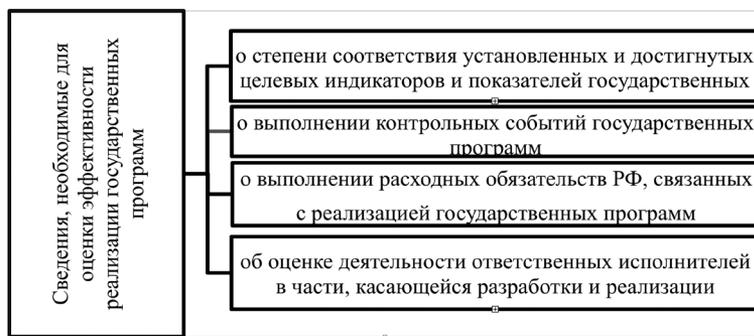


Рис.1. Сведения, необходимые для оценки экономической эффективности реализации государственных программ в регионе

Оценка экономической эффективности госпрограмм включает в себя ряд блоков интегральных показателей: оценка показателей (индикаторов), оценка экономической эффективности реализации основных мероприятий госпрограммы, оценка кассового исполнения, оценка экономической эффективности деятельности ответственного исполнителя.

Структура методики оценки экономической эффективности госпрограмм субъектов РФ, утвержденной приказом Минэкономразвития России от 16.09.2016 г. № 582 [2], представлена на рисунке 2.

Таким образом, метод интегральной оценки заключается в том, что направлениям реализации государственной программы присваиваются весовые коэффициенты. Можно говорить о том, что заданные направления определяют требования к государственной программе, управлению государственной программой и дают объективное представление о ее качестве. Но при рассмотрении методик оценки эффективности государственных программ субъектов РФ, можно заметить некоторые различия. Например, на региональном уровне Министерство экономического развития Республики Башкортостан также проводит оценку эффективности реализации государственных программ РБ по методике, утвержденной Постановлением Правительства Республики Башкортостан от 1 апреля 2015 года N 111[3].



Рис.2. Структура методики оценки экономической эффективности госпрограмм субъектов РФ, реализуемой Минэкономразвития России

Система комплексных критериев (K_i), используемых для оценки эффективности реализации госпрограмм РБ, включает четыре критерия (таблица 1).

Таблица 1

Система комплексных критериев (K_i), используемых для оценки экономической эффективности реализации государственной программы и их весовые коэффициенты

Комплексные критерии (K_i)	Описание критерия (K_i)
K1	Общая экономическая оценка достижения плановых значений показателей (индикаторов) госпрограммы (подпрограммы) в регионе
K2	Экономическая эффективность реализации мероприятий

К3	Оценка использования финансовых ресурсов с учетом Минэкономразвития России, где будут учтены все спектры и правовых норм
К4	Интегральный показатель экономической оценки качества оказания государственных услуг (выполнения работ), предусмотренных в государственной программе в регионах

При сравнении региональной системы оценки экономической эффективности государственных программ с федеральной, мы видим отсутствие в первой оценки экономической эффективности деятельности ответственного исполнителя.

Следует отметить, что долгосрочные и ведомственные целевые программы в последнее время активно используются при формировании и исполнении финансовых бюджетов всех уровней экономики от федерального до регионального и местного, однако существующий механизм несовершенен и не позволяет в полной мере использовать преимущества программ в качестве инструмента управления государственными финансовыми расходами и их управлением. Недостатками применения системы оценки экономической эффективности государственных программ на региональном уровне являются отсутствие системы оценки экономической эффективности деятельности ответственного исполнителя и дисбаланс между финансовыми показателями экономической эффективности государственных программ в регионах и финансовыми показателями достижения плановых значений целевых экономических индикаторов.

Для разработки рекомендаций по оценке экономической эффективности государственных программ в регионах необходимо определить, как в дальнейшем будут использоваться результаты оценки экономической эффективности государственных программ. Если исходить из принципов программно-целевого управления и необходимости повышения экономической эффективности используемых бюджетных средств, речь должна идти о корректировке государственных программ по содержанию и исследованию возможностей удешевления подпрограмм без потери финансовых результатов и качества. Оценка экономической эффективности должна предоставлять возможность ответить на следующие вопросы:

- обоснованы ли затраты на реализацию государственной программы и ее подпрограмм в регионах Российской Федерации?
- как соотносятся используемые ресурсы (прежде всего бюджетные средства) и полученные результаты (конечные и непосредственные) госпрограммы, подпрограмм?
- как повысить экономическую эффективность реализации государственной программы? Можно ли удешевить госпрограмму, подпрограмму без потери качества и финансовых результатов?

Важным актуальным звеном для стабилизации финансового положения региона является развитие в нем малого и среднего предпринимательства.

В соответствии с Федеральным законом от 24 июля 2007г. №209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в РФ» (далее – Закон №209-ФЗ) под субъектами МСП понимаются хозяйствующие субъекты - юридические лица или индивидуальные предприниматели (также хозяйственные общества, производственные (потребительские) кооперативы, крестьянские (фермерские) хозяйства) зарегистрированные в соответствии с законодательством Российской Федерации со среднесписочная численность работников – до 250 человек и доходом от предпринимательской деятельности – не более 2 млрд. рублей.

Актуальность государственной поддержки малого и среднего предпринимательства невозможно обосновать, ссылаясь лишь только на послания Президента Федеральному собранию или цифры Росстата. МСП - это, прежде всего, рабочие места, товары народного потребления и экономика массового сегмента. Это все то, с чем сталкивается каждый гражданин России в своей повседневной жизни, начиная от услуг перевозок грузов, заканчивая производством канцелярских товаров. Все это является малым и средним предпринимательством.

Развитие малого и среднего предпринимательства выступает мотором развития рыночных отношений, и в этой связи тема поддержки государством сектора МСП продолжает быть актуальной с того момента как Россия стала страной с рыночной экономикой.

Именно сектор МСП в большей части взаимодействует с конечным потребителем товара, причем неважно произведен ли данный товар в России или за рубежом. Все ошибочные меры государственного регулирования и негативные экономические факторы, которые оказывают давление на сектор малого и среднего бизнеса в конечном итоге «отзеркаливаются» повышением цен и некачественным товаром на простых покупателях – рядовых гражданах РФ.

Неравномерное развитие субъектов Российской Федерации, ставит под угрозу Конституцию РФ и ведение предпринимательства в регионах, поскольку согласно Конституции «все регионы России равноправны и имеют равные возможности», и это становится ключевой проблемой в системе регионального управления, о чем упоминает в своих многочисленных научных трудах доцент Р.Е. Торгашев [6; 7]. Данная проблема сказывается на все сферы стратегического развития регионов. Очевидно, тут идет речь о городе федерального значения Москве. Москва – не только город федерального значения, но и столица РФ, отсюда и максимальные возможности привлечения инвесторов.

Если для примера, рассмотреть Орловскую область, то она по уровню привлекательности вполне могла бы составить конкуренцию, но инвестиции вкладываются по принципу высокой и скорейшей отдачи от вложений. Весьма существенные для инвесторов условия ведения бизнеса: во-первых, на сколько скоро объект инвестирования может сориентироваться в соответствии с трансформациями рынка, во-вторых, немаловажно развитие инфраструктуры региона, в-третьих, еще одним фактором, воздействующим на экономический климат, является социальное неравенство, т.е. уровень занятости и доходов населения [1].

Необходимо усовершенствование перераспределения финансов, в целях минимизации неравенства между регионами. Большое внимание стоит уделить разработке программ развития отраслей на основе методов проектного управле-

ния, формируя пути взаимодействия факторов социально-экономической сферы, что будет способствовать формированию конкурентоспособности региона [2].

На местном уровне власти должны осуществлять свою политику с учетом основных аспектов, таких как надежды и ожидания населения, а для того, чтобы реанимировать социально-экономическую сферу необходимо привлечение инвестиций.

В современных условиях перед регионом раскрывается масса перспектив, происходят своевременные серьезные изменения в политике, социально-экономической сфере, но остается немаловажная проблема – неумение правильно пользоваться имеющимися возможностями.

Провести преобразования стоит в целом ряде направлений. В Орловской области имеются все условия для развития сельского хозяйства, а самое важное, это желание у жителей заниматься птицеводством, растениеводством, животноводством. Тем не менее, из СМИ поступает информация о том, что население не может реализовать себя в качестве производителей собственной продукции.

Для того, чтобы решить существующую проблему, необходимо создать условия для товаропроизводителей, при которых у них будет возможность поставки продукции на рынок, а задачей товаропроизводителей является удержание своих позиций путем производства качественных товаров и грамотной ценовой политики. Разработка программ поддержки малого предпринимательства, подразумевающих государственную помощь, безупречность нормативно-правовой базы, систему льготного налогообложения - является основным способом решения проблемы.

Орловская область обладает существенным культурным потенциалом. В регионе работают филармонии, театры, замечается рост количества мероприятий, которые проводятся на малых площадях театров, все это способствует большому пониманию местной культурной жизни. Так, например, проведение фестивалей межрегионального характера, будет одним из инструментов привлечения малого бизнеса в процесс развития туризма и расширения международных связей. Такие фестивали, конечно, проводятся, но крайне редко.

В Орловской области сохранились до нашего времени народное искусство. В их числе игрушки из глины (производятся в городе Новосиль и в городе Ливны), знаменитое Мценское кружево (производится в городе Мценск), в городе Ливны производится ливенская гармошка, а также в Орловской области существует гончарный промысел. Очень развита техника резьбы по дереву, изготовление предметов интерьера из лозы (лоза — это тонкая шкура молодых деревьев).

Мастеров, которые владеют знаниями и осуществляют их на практике, в области декоративно-прикладного искусства и народно-художественных промыслов, в каждом районе по несколько человек. Древние традиции сохранились в ряде районов, где по сей день работают частные мастерские. Чтобы развить культурное наследие региона необходимо привлечь внимание к народным промыслам, сохранившимся в глубинках, в целях передачи народных традиций будущему поколению. В 2018 году по статистическим данным, в Орловской области осуществляют свою деятельность около 315 библиотек, существенная часть которых находится в сельской местности. В таких библиотеках хранятся не только уни-

кальные произведения прошлых лет, но и современные произведения местных писателей города Орла и Орловской области, а также зарубежные произведения. Здания, в которых находятся библиотеки требуют реставрации, но, к сожалению, финансовая помощь данным объектам осуществляется редко и размер выплат на реставрацию минимальный. Для того чтобы своевременно поддерживать культурные объекты нужно разработать определённые программы по сохранности библиотечного фонда.

В Орловской области имеются музеи, которые также нуждаются в финансовой поддержке. Деятельность музеев в основном направлена на сохранение истории о жизни и творчестве писателей. Орловская область располагает неплохой ресурсной базой для формирования регионального туризма. В данной отрасли трудится ряд туристических агентств, компаний. В регионе 4 действующих санатория, 1 пансионат, 15 оздоровительных комплексов для детей.

Малоразвитость инфраструктуры региона, выраженная в отсутствии информации о турпродукте и плохих дорогах, является существенным препятствием в формировании туризма. Дорогам необходим ремонт, а рекламные организации оказывают не всегда качественные услуги.

Еще одним видом туризма является экотуризм, что на данном этапе востребованное и популярное направление. Местное население может принимать участие в развитии этого вида туризма, и это может оказать содействие во внесении чего-то особого в данный турпродукт. Население Орловской области очень гостеприимное и хлебосольное, поэтому развивать этот вид туризма можно с малейшими затратами. Знакомство с народными промыслами может придать определенную оригинальность данному виду туризма. Так как туристы всегда привозят из посещаемых ими мест сувениры, здесь они его смогут сотворить своими руками [1].

С экотуризмом напрямую можно связать еще один вид туризма как фототуризм. Орловская область очень красива своим пейзажами, извилистыми маленьким речками, неспроста многие жители проявляют свой талант в живописи. Для развития инфраструктуры абсолютно любой вид туризма требует определенных затрат. Необходима помощь инвесторов для развития объектов туризма, так как в регионе отсутствует база для развития туризма, отсутствуют туристические стоянки с благоустроенной территорией.

По сложившейся ситуации с формированием туризма в регионе, приходим к следующему выводу: возможности в регионе безграничны и необходимо пропагандировать сохранение культурного наследия.

Одним из эффективных методов решения проблем является разработка программ развития и поддержки малого бизнеса.

Например, в Орловской области еще можно развить такой вид туризма, как гастрономический, путем внедрения системы проектного управления. Область всё время славилась многообразием качественных хлебобулочных изделий. Зачастую по старинной рецептуре изготавливается особый хлеб в каждом районе и называется он также, как и сам район, но основным производителем является «Орловский хлебокомбинат». Можно было бы создать дегустационные залы на хлебопекарных мастерских, где была бы возможность попробовать многообразие

готовой продукции, а также можно осуществлять экскурсии по предприятию и создать музеи, где можно было бы рассмотреть инструменты, при помощи которых в прошлые века изготавливали хлеб. Это немаленькая возможность для малых предприятий оригинально отрекламировать себя и стать известным предприятием среди туристов не только в пределах Орловской области. Также благодаря этому можно решить и социально-экономические проблемы [2].

Хотелось бы отметить многофункциональный комплекс «ГРИНН», который стал главным местом формирования делового туризма. Данный комплекс обладает большой ресурсной базой для проведения международных и региональных конференций, семинаров, симпозиумов, международных и российских форумов. [2].

На сегодняшний момент для того, чтобы модернизировать региональную культурную политику нужно эффективно применять методы управления.

Финансовая стабильность регионов находится в тесной связи с управлением, управленческими решениями. Региональная политика – одно из основных направлений деятельности государства федеративного типа. Российская Федерация состоит из 85 субъектов, различных по уровню своего социально-экономического развития. Дифференциация уровня развития региона, специфика управления в условиях российского географического положения и стратегических приоритетов обуславливает актуальность исследования проблем совершенствования региональной политики России.

Источниками исследования послужили финансовые и законодательные и нормативно-методические акты Российской Федерации по стратегическому и региональному развитию Российской Федерации.

Государственная региональная политика привлекает внимание многих авторов. Она исследуется как в общих работах по государственному и муниципальному управлению [6; 7], так и в специальных работах по региональному управлению [7]. В них затронуты проблемы нормативного регулирования государственной региональной политики и финансового менеджмента, определены понятия, цели и направления ее развития. Также рассмотрена проблема обновления нормативной базы и понятийного аппарата о государственной региональной политике, что является актуальным для данного исследования. Однако работ, в которых исследуется формирование и реализация государственной политики регионального развития в контексте деятельности Министерства экономического развития Российской Федерации, нет. Этим также обуславливается актуальность предпринятого исследования.

В настоящий момент государственная политика регионального развития определяется как «система приоритетов, целей, задач, мер и действий федеральных органов государственной власти по политическому и социально – экономическому развитию субъектов Российской Федерации и муниципальных образований» [2].

Важное место в вопросе определения политики развития региона занимают документы стратегического назначения, в которых определены стратегические национальные приоритеты России. В рамках реализации деятельности по стратегическому планированию важную роль играют стратегии, прогнозы и программы.

В настоящее время на федеральном уровне действуют «Прогноз социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2030 года», «Прогноз социально-экономического развития Российской Федерации на 2017 год и на плановый период 2018 и 2019 годов», «Концепция долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года».

Стоит отметить, что обеспечение развития регионов требует соединения приоритетных направлений региональной политики. К ним относятся:

Стимулирование экономического развития путем создания новых центров экономического роста в регионах на основе конкурентных преимуществ.

Координация инфраструктурных инвестиций государства и инвестиционных стратегий бизнеса в регионах с учетом приоритетов пространственного развития и ресурсных ограничений, в том числе демографических.

Сокращение дифференциации в уровне и качестве жизни населения в регионах с помощью эффективных механизмов социальной и бюджетной политики [3].

В Российской Федерации функции по выработке государственной политики и нормативно-правовому регулированию в сфере социально-экономического развития субъектов Российской Федерации, федеративных и национальных отношений, развития районов Крайнего Севера и Арктики с 2004 по 2014 годы выполняло Министерство регионального развития Российской Федерации (Минрегион России). 8 сентября 2014 г. Министерство регионального развития было упразднено Указом Президента Российской Федерации N 612 «Об упразднении Министерства регионального развития Российской Федерации», а функции по выработке государственной политики и нормативно-правовому регулированию в сфере регионального развития (включая работы с районами Арктики и Крайнего Севера) были переданы Министерству экономического развития Российской Федерации [4]. Общие положения, полномочия и организация деятельности Минэкономразвития России определены в Постановлении Правительства Российской Федерации от 05 июня 2008 г. N437 «О Министерстве экономического развития Российской Федерации».

Минэкономразвития России осуществляет деятельность в следующих направлениях: стратегическое планирование, поддержка малого и среднего предпринимательства, внешнеэкономическая деятельность, инвестиционная политика, функционирование особых экономических зон, формирование целевых программ, оценка регулирующего воздействия, регулирование государственных закупок, обеспечение энергетической эффективности, экономика природопользования, аккредитация юридических лиц и предпринимателей, государственная регистрация и кадастр недвижимого имущества, управление государственным имуществом, экономика социальной сферы, социально-экономическое развитие регионов, геодезия и картография, формирование единого экономического пространства, интеллектуальная собственность, ведение государственной статистики [4].

Среди данных направлений наиболее важными для исследуемой темы являются стратегическое планирование, функционирование особых экономических зон, формирование целевых программ, экономика социальной сферы и социально-экономическое развитие регионов.

На сегодняшний день выделяют следующие инструменты развития территорий России: территории опережающего социально-экономического развития (ТОСЭР); особые экономические зоны (ОЭЗ); региональные ОЭЗ; свободная экономическая зона – Республика Крым и г. Севастополь; свободный порт Владивосток; индустриальные парки; промышленные кластеры; инновационные территориальные кластеры; технопарки в сфере высоких технологий; зоны территориального развития; туристические кластеры; инновационный центр «Сколково»; специальные инвестиционные контракты (СПИК); поддержка инвестиционных проектов на Дальнем Востоке и Байкальском регионе. Разработанный Министерством инструментарий развития территорий представляет собой своеобразный набор льгот, которыми могут воспользоваться субъекты. Каждый из инструментов дает территории преимущество в ведении бизнеса, налогообложении, государственной поддержке [4].

Наиболее успешный механизм развития территорий, а также единственный на сегодня механизм, вышедший на путь окупаемости по привлеченным инвестициям – это особые экономические зоны. Создание и функционирование ОЭЗ реализуется в рамках масштабного проекта «Россия. Особые экономические зоны» (РОСОЭЗ). Проект направлен на развитие регионов путем привлечения российских и иностранных инвестиций в высокотехнологичные отрасли экономики, импортозамещающие производства, судостроение и туризм.

Федеральным законом от 28 июня 2014 г. № 172-ФЗ «О стратегическом планировании в Российской Федерации» предусматривается подготовка принципиально нового для России типа документа, сочетающего в себе подходы стратегического и территориального планирования – Стратегии пространственного развития Российской Федерации. Планируется, что итогами реализации Стратегии пространственного развития, разрабатываемой в рамках «новой региональной политики» станут: экономическая специализация развития регионов, грамотное размещение производственных сил, развитие инфраструктуры и системы расселения, с учетом потребности в трудовых ресурсах, а также создание новых информационных условий для ведения бизнеса и инвесторов [1].

Основными недостатками в работе Министерства являются: отсутствие системного подхода к размещению инструментов территориального развития; невозможность использования единого стандартного подхода к развитию территорий; отсутствие достаточной информированности регионов о возможностях получения государственной поддержки в области регионального развития, а также слабое взаимодействие федерального центра с регионами по вопросу стратегического планирования регионального развития. Особый интерес здесь представляет вопрос осуществления Минэкономразвития России функций по выработке государственной политики и нормативно-правового регулирования в сфере функционирования особой экономической зоны на территориях Республики Крым и города федерального значения Севастополя. В связи с тем, что значительная часть мирового сообщества не признает Республику Крым и город Севастополь в качестве российской территории, созданная в данном регионе ОЭЗ нуждается в поиске оптимальных решений по привлечению иностранных инвесторов.

В качестве шагов по совершенствованию деятельности Минэкономразви-

тия России по осуществлению государственной политики регионального развития могут быть предложены следующие меры:

Проведение подробного анализа инвестиционного потенциала субъектов Российской Федерации.

Распространение практики применения «опорных зон» для развития территорий с тяжелыми климатическими условиями.

Создание межведомственной рабочей группы при Минэкономразвития России по направлению «Комплексные проекты развития регионов».

С целью информационного обеспечения означенных мер можно добавить на официальный сайт Минэкономразвития России раздел «Господдержка» с картой географического размещения основных инструментов регионального развития.

Подводя итог исследования, необходимо отметить, что совершенствование системы формирования и реализации государственной политики регионального развития обеспечит сбалансированность территориальных изменений, сокращение уровня межрегиональной дифференциации, повышение уровня качества жизни, повышение конкурентоспособности экономик регионов, самостоятельность регионов в выборе механизма развития, а также развитие межбюджетных отношений федерального центра и субъектов Российской Федерации.

Список литературы

1. Постановление Правительства Российской Федерации от 02.08.2010 № 588 «Об утверждении Порядка разработки, реализации и оценки эффективности государственных программ Российской Федерации».

2. Приказ Минэкономразвития России от 16.09.2016 N 582 (ред. от 15.03.2017) «Об утверждении Методических указаний по разработке и реализации государственных программ Российской Федерации»

3. Постановление Правительства Республики Башкортостан от 1.04.2015 № 111 «О порядке оценки эффективности реализации государственных программ Республики Башкортостан»

4. Афанасьев Мстислав Платонович, Шаш Наталия Николаевна Инструментарий оценки эффективности государственных программ // Вопросы государственного и муниципального управления. 2013. №3 С.48-69

5. Теоретико-методологические подходы к определению эффективности. URL: http://be5.biz/upravlenie/effektivnost_gosudarstvennogo_upravleniia.html (дата обращения: 04.03.2019).

6. Торгашев Р.Е. Государственная региональная политика и стратегическое управление экономикой региона. - Учебник для вузов. – Ульяновск. Изд-во: «Зебра». – 131 с.

7. Торгашев Р.Е. Государственное стратегическое управление, прогнозирование и планирование. - Учебник для вузов. – М.: Перо. - 2017. – 99 с.

ИННОВАЦИОННОЕ, ЭКОНОМИЧЕСКОЕ И УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ РЕГИОНОВ

Попов Роман Вячеславович

Аннотация: Территория региона как объекта государственного управления является подсистемой Российской Федерации, состоит из отдельных разнонаправленных разноплановых структурных элементов, социальной, правовой, экономической, производственной, экологической, образовательной и другой деятельности, которые при участии муниципалитетов призваны обеспечивать собственную жизнедеятельность региона и его развитие.

Ключевые слова: региональное, устойчивое, экономическое и инновационное развитие, управление, регион

На современном этапе социально-экономическое развитие экономики Российской Федерации невозможно без учета территориальных особенностей, в частности сильных и слабых сторон функционирования региональных экономических систем, благоприятных и негативных тенденций развития регионов. Это обусловлено наличием значительной дифференциации в обеспечении необходимыми экономическими и социальными ресурсами. Именно на уровне регионов решаются вопросы воспроизводства производительных сил, реализуются проекты социально-экономического развития, удовлетворяются ключевые социальные нужды населения, а показатели развития региональной экономики является критерием определения уровня экономического развития государства в целом. Поэтому обоснование теоретико-методологических аспектов управления устойчивым развитием региона становится чрезвычайно важной научно-практической задачей, а вопросы, связанные с определением проблем и изучением перспектив социально-экономического развития регионов Российской Федерации, актуальны и своевременны.

Существующие в управлении региональным развитием проблемы обуславливают его неустойчивость, а методологическое основание, на котором формируются механизмы регионального развития недостаточно для их эффективного функционирования. К тому же подходы, средства, инструменты управления не полностью отвечают современным тенденциям и не обеспечивают устойчивое развитие экономики. Поэтому управление региональным развитием в условиях модернизации почти во всех сферах жизнедеятельности в стране, которая должна обеспечить качественное обновление общества, является актуальной, но сложной проблемой, решение которой зависит от многих условий и факторов. Актуальность указанных проблем определила выбор темы, цель и задачи исследования, результаты которого приведены в данной статье.

Исследования ученых относительно методологических основ, принципов и перспектив реализации стратегии устойчивого развития отражены в большом количестве научных работ, в которых эти вопросы рассматриваются не только с точки зрения реализации ноосферной концепции развития человечества, но и на основе которой формируется политика в области государственного управления

международных отношений и практическое ее применение в отношении эколого-сбалансированного социально-экономического развития страны и отдельных регионов.

В системе регионального управления в качестве управляющего органа (субъекта управления) выступает совокупность институтов – государственных, общественных и хозяйственных субъектов управления, благодаря которым осуществляется внешнее и внутреннее взаимодействие всех органов системы управления. Иначе говоря, управление осуществляется органами государственной власти местного самоуправления, хозяйствующими субъектами и населением. Орган управления несет полную ответственность за социально-экономическое положение в регионе перед своим населением и федеральным центром государства, что указывает на то, что регион в свою очередь сам является объектом государственного управления. Отсюда вытекает необходимость осуществления контроля в системе государственного управления регионом, от результативности которого во многом зависит эффективность функционирования всей системы управления.

Примечательно, что государственное управление в определённом смысле, также является региональным, так как оно на фоне укрепления самостоятельности регионов увязывает интересы страны с интересами конкретного региона. Проблемы регионов решаются и на уровне общегосударственного управления в соответствии с Конституцией РФ как социального государства, политика которого сосредоточена на создании условий, обеспечивающих достойную жизнь и свободное развитие человека¹.

В связи с этим, региональное управление направлено на повышение степени удовлетворения социально-экономических потребностей населения на основе эффективного использования местных природных, финансовых и трудовых ресурсов, комплексного развития социальной инфраструктуры, динамичного развития региона, качества жизни граждан, проживающих на территории конкретного региона.

Любой регион РФ является объектом решения возникающих противоречий, внутренних проблем и общегосударственных задач.

Региональный аспект инновационного развития предполагает адекватную интерпретацию многообразных условий социального, экономического и организационного характера. При этом одним из ключевых факторов развития дальнейшего экономического роста в промышленности многих регионов является ориентация на инновационный путь развития, что определяет необходимость создания инновационной инфраструктуры.

¹ Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993) (с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30 декабря 2008 г. № 6-ФКЗ, от 30 декабря 2008 г. № 7-ФКЗ, от 5 февраля 2014 г. № 2-ФКЗ, от 21 июля 2014 г. № 11-ФКЗ) // Собрание законодательства РФ. – 2014. – № 31. – Ст. 7.

Таким образом, региональное экономическое развитие России позволит созданию инновационной инфраструктуры для формирования высокотехнологичных конкурентоспособных отраслей, позволяющих отойти от экспортно-сырьевой направленности, и превратить Россию в серьезного игрока на рынке высоких технологий и инноваций. Решение этой задачи невозможно без использования инновационно-технологического базиса для динамичного развития промышленных комплексов российских регионов.

Список литературы

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993) (с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30 декабря 2008 г. № 6-ФКЗ, от 30 декабря 2008 г. № 7-ФКЗ, от 5 февраля 2014 г. № 2-ФКЗ, от 21 июля 2014 г. № 11-ФКЗ) // Собрание законодательства РФ. – 2014. – № 31. – Ст. 7.
2. Гусейнова Х.М. Основные аспекты влияния регионального экономического развития // НАУКА И МИР: Международный научный журнал. 2014. № 8 (12). 345с.
3. Регионы России: факторы устойчивости и институциональные предпосылки развития в условиях глобализации: Монография/А.А.Чуб - М.: ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2015. – 232 с. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=492039> (дата обращения: 28.03.2019).
4. Гаделшина Л.А. Совершенствование региональной системы управления межрегиональными кооперационными связями субъектов Российской Федерации (на примере Республики Татарстан) // Проблемы современной экономики. – 2014. [Электронный ресурс]–Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/sovershenstvovanie-regionalnoy-sistemy-upravleniya-mezhregionalnymi-kooperatsionnymi-svyazyami-subektov-rossiyskoy-federatsii-na> (дата обращения: 27.03.2019).

СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА УПРАВЛЕНИЯ СФЕРОЙ КАПИТАЛЬНОГО РЕМОНТА МНОГОКВАРТИРНЫХ ДОМОВ В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ

Попов Роман Вячеславович

В 2017 году было утверждено Постановление Правительства Российской Федерации № 18 от 17.01.2017г. «Об утверждении Правил предоставления финансовой поддержки за счет средств государственной корпорации – Фонда содействия реформированию жилищно-коммунального хозяйства на проведение капитального ремонта многоквартирных домов». Согласно вышеуказанным Правилам, собственники многоквартирных домов могут рассчитывать на финансовую помощь от государства в проведении капитального ремонта. Финансовая поддержка направлена на возмещение части расходов на оплату услуг и (или) работ по энергосбережению и повышению энергоэффективности.

Однако размер финансовой поддержки не может превышать 50% от стоимости ремонта, и не может быть более 5 миллионов рублей. Денежные средства на финансирование выделяются из нераспределенной части средств Фонда содействия реформированию жилищно-коммунального хозяйства на проведение капитального ремонта многоквартирных домов. А, следовательно, лишь малая доля домов, нуждающихся в капитальном ремонте смогут получить эту поддержку.

Кроме того, управляющая компания сама вправе выбирать подрядчика, а, следовательно, целевые средства могут быть проведены через подставные фирмы. И, в результате, лишь малая их часть пойдет действительно на капитальный ремонт.

В России дела с капитальным ремонтом обстоят если не совсем плачевно, то близко к тому. Согласно ст. 167 Жилищного Кодекса российской Федерации, капитальный ремонт многоквартирных домов должен проводиться на основании мониторинга износа здания. Вот только в реальности мониторинг не проводится в установленные нормативными актами сроки.

Не многим лучше обстоит дело в Украине. В капитальном ремонте нуждается более 70% многоквартирных домов. Но государство финансирует капремонт только в тех домах, которые принадлежат объединениям совладельцев. Кроме того там до сих пор нет четко построенного порядка финансирования капитального ремонта.

Кроме того, у украинских домовладельцев есть коммерческая возможность окупить затраты на капремонт, через сдачу жилья в аренду или размещение рекламных баннеров на фасаде.

В Белоруссии дело обстоит несколько иначе. Там, как и у нас, граждане обязаны ежемесячно производить отчисления на капитальный ремонт в размере 700 белорусских рублей за один квадратный метр жилой площади. Эти отчисления обязаны платить все собственники без исключения.

Поступающие денежные средства хранятся на специальном счете управляющей компании, и компания сама решает на ремонт какого из

домов их пустить. По белорусскому законодательству, капитальный ремонт многоквартирных домов должен проводиться не реже одного раза в 40 лет, но проблема в том, что отчислений в размере 700 белорусских рублей на ремонт не хватит. Для этого жильцы должны перечислять как минимум 3,5-4 тыс. рублей.

В большинстве остальных стран капитальным ремонтом занимаются исключительно собственники жилья. Государство практически не принимает в этом участия. Собственники общим собранием проводят тендер на выбор оптимальной компании-подрядчика и выделяют на капитальный ремонт от €15 до €150 в месяц.

В Финляндии, наиболее близкой к нам стране по климатическим условиям, «квартирный вопрос» организован на максимально продвинутом уровне. Там существует целое Квартирное акционерное общество (КАО), членами которого являются все собственники жилья. У финнов нет классического свидетельства о собственности на жилье, а есть акции, дающие право на владение жилым помещением. Всего таких владельцев акций насчитывается более 2 миллионов человек.

В среднем владельцы квартир площадью 60-90 квадратных метров за коммунальные услуги платят от €100 до €150 в месяц. Цены в среднем совпадают с ценами на коммунальные услуги в России, но их качество несопоставимо. В эту стоимость входит капитальный ремонт, уборка помещений общего пользования, электроэнергия, вывоз мусора и прочее. То есть в Финляндии за состоянием жилой многоэтажки следят исключительно собственники. Государство не принимает в этом участие.

Собственники сами выбирают домоуправление и назначают ему заработную плату. И контроль доходит до того, что ремонт в собственной квартире нельзя начать без согласования с домоуправлением. Для русского человека такой тотальный контроль может показаться странным. Но с другой стороны, финны заботятся о будущем. Домоуправление не только должно одобрить ремонт, но и тщательно следит за его ходом. Это практически исключает случайные прорывы труб и прочие неприятности.

В Германии тоже участие государства в ремонте и обслуживании здания не предусмотрено. Жители многоквартирных домов так же вносят плату за обслуживание дома, вывоз мусора и ремонт. В эту плату могут быть включены расходы на уборку общественной территории внутри и снаружи дома. Но во многих домах на этой статье расходов экономят, и жильцы составляют график, согласно которому сами проводят уборку.

Жилой площади, принадлежащей государству в Германии нет. Все многоквартирные дома принадлежат исключительно собственникам-частникам. И вся собственность находится лишь у 20% населения. В этой стране больше чем где-либо в Европе развита аренда жилья. И в договорах аренды прописаны правила совместного проживания и обязанности по уборке территории. Если в конкретном доме нет домоуправления, то обязанности по уборке снега, жилищных услуг и тому подобное ложатся на плечи квартиросъемщиков.

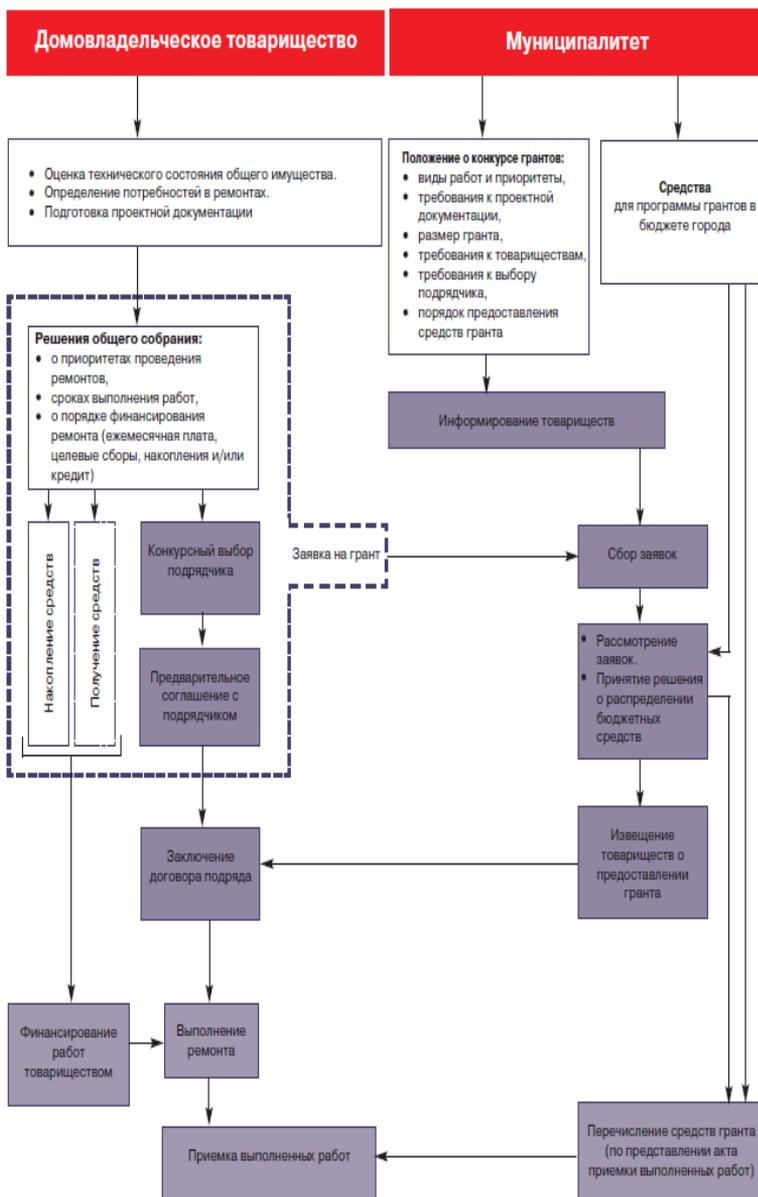


Рис. 1. Муниципальная программа грантов на капитальный ремонт в Венгрии.

В Венгрии действует система грантов на ремонт многоквартирных домов. Причем одно товарищество может неоднократно участвовать в конкурсе и получать от государства гранты. При объявлении конкурсов, правительство само

определяет приоритетные направления, на которые будет выделен грант. Это может быть ремонт теплоснабжения, кровли, фасада и так далее. Обязательным условием является наличие у собственника здания не менее шестидесяти процентов собственных средств на ремонт и выбор не менее чем из трех подрядчиков.

В остальном капитальный ремонт многоквартирных домов проводится собственными силами владельцев дома.

Меры государственной поддержки	Латвия	Литва	Эстония
Нормативные документы, регулирующие капитальный ремонт/модернизацию многоквартирных и жилых домов			
Законы	—	+	—
Правительственные акты	—	+	—
Решения органов местного самоуправления	+	+	+
Инструменты финансовой поддержки капитального ремонта/модернизации жилья			
Государственная поддержка (программы, субсидии за счет бюджета)	—	15–30%	10%
Поддержка органов местного самоуправления (программы, субсидии за счет бюджета)	10–90%	15%	До 5%

Рис. 2 – Финансовая поддержка со стороны государства и органов местного самоуправления в Восточной Европе.

Как видно на рисунке 2, на законодательном уровне капитальный ремонт регулируется только в Литве. В Латвии и Эстонии капремонт регулируется исключительно на уровне местного самоуправления. В Латвии государство даже не выделяет средств для финансирования капитального ремонта. В Эстонии процент финансирования не превышает 10% от общей суммы расходов домовладельцев. Зато в Латвии уровень финансирования может достигать девяноста процентов.

Это зависит от возраста здания, степени износа, местонахождения и исторической ценности.

Средства на капитальный ремонт в Латвии, Литве и Эстонии собственники многоквартирных домов могут получить в банке. В Восточной Европе очень развито кредитование капитального ремонта. Средства выдаются без поручительства и без залога дома. Обеспечением кредита служит счет, открытый собственниками, на который поступают средства от жильцов за коммунальные услуги.

Возвращаясь к России, стоит отметить, что у нас как не было, так и нет более или менее отрегулированной системы управления капитальным ремонтом

многоквартирных домов. До 1991 года, когда был принят закон «О приватизации жилищного фонда в РСФСР», капитальный ремонт проводили собственники домов, то есть муниципалитеты. На тот момент правительство еще думало о своих гражданах, и в законе была статья № 16, которая в первоначальном варианте звучала следующим образом: «Приватизация занимаемых гражданами жилых помещений в домах, требующих капитального ремонта в соответствии с нормами эксплуатации и ремонта жилищного фонда, осуществляется, как правило, после проведения наймодателем капитального ремонта. При согласии граждан за произведенный ремонт наймодателем может выплачиваться соответствующая компенсация».

То есть, за муниципалитетами сохранялось обязательство провести капитальный ремонт в домах, которые в нем нуждались. И во время правительства Силаева И.С. этот закон работал. В первоначальном варианте статьи № 16 нет даже намек на коррупционную составляющую. В те времена деньги, направленные на капитальный ремонт еще не вывозили из страны, и не выписывали миллионных премий чиновникам.

Все изменилось, когда в 1992 году к власти пришло правительство Ельцина Б.Н. В поправке к закону о приватизации от 23 декабря 1992 года № 4199-1 появился новый вариант шестнадцатой статьи. Новый текст гласил: «Приватизация занимаемых гражданами жилых помещений в домах, требующих капитального ремонта, осуществляется в соответствии с настоящим Законом. При этом за наймодателем сохраняется обязанность производить капитальный ремонт дома в соответствии с нормами содержания, эксплуатации и ремонта жилищного фонда». То есть, наймодателям больше не нужно производить капитальный ремонт требующих того домов перед приватизацией. Обязанность сохранилась, но срок исполнения больше не стоит конкретно.

В 2004 году ситуация стала еще хуже. Госдума приняла новый Жилищный кодекс. Он вступил в силу с 1 марта 2005 года. В нем присутствует статья 158, согласно которой собственник жилого помещения должен сам нести обязательства по капитальному ремонту. Но ст. 16 закона о приватизации никуда не делась. А согласно ей муниципалитеты все еще несут обязательства по проведению капитального ремонта многоэтажек.

В результате, в 2011 году, новым составом Государственной Думы Российской Федерации было принято решение признать утратившей силу ст. 16. Обязательства муниципалитетов по капитальному ремонту, которые так и не были выполнены, в результате перешли к собственникам, приватизировавшим квартиры.

В помощь собственникам, Правительство создало Фонд содействия реформированию жилищно-коммунального хозяйства, о котором шла речь в начале статьи, но поставила невыполнимые условия для получения этой помощи.

В целом, подводя итоги, можно сказать, что европейская система капитального ремонта, которая предполагает полное невмешательство государство и дает собственникам право самим определять размер отчислений и самостоятельно распоряжаться этими средствами, имеет смысл. Но не нужно

забывать, что в Европе в целом уровень жизни выше, чем в России и европейцы могут себе позволить производить капитальный ремонт собственными силами. К тому же там эта система работает не один десяток средств, что позволяет содержать дома на том уровне, когда глобальный капитальный ремонт не требуется.

В России, увы, все иначе.

Список литературы

1. Жилищный кодекс Российской Федерации от 29.12.2004 №188-ФЗ (ред. от 31.01.2016) // Собрание законодательства РФ. - 2005. - 3 января.
2. Градостроительный кодекс Российской Федерации от 29.12.2004 №190-ФЗ (ред. от 30.12.2015) (с изм. и доп., вступ. в силу с 10.01.2016) // Российская газета. - 2004. - 30 декабря.
3. Федеральный закон от 21.07.2007 №185-ФЗ (ред. от 29.06.2015) О Фонде содействия реформированию жилищно-коммунального хозяйства (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2016) // Собрание законодательства РФ. - 2007. - 23 июля.
4. Федеральный закон от 21.07.2014 №255-ФЗ (ред. от 29.06.2015) «О внесении изменений в Жилищный кодекс Российской Федерации, отдельные законодательные акты Российской Федерации и признании утратившими силу отдельных положений законодательных актов Российской Федерации» // Российская газета. - 2014. - 30 июля.
5. Постановление Правительства РФ от 15.05.2013 №416 (ред. от 25.12.2015) «О порядке осуществления деятельности по управлению многоквартирными домами» (вместе с «Правилами осуществления деятельности по управлению многоквартирными домами») // Собрание законодательства РФ. - 2013. - 27 мая.

РОЛЬ ВОСПИТАТЕЛЯ ДОШКОЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ В ФОРМИРОВАНИИ И РАЗВИТИИ ЭМОЦИОНАЛЬНО-ПСИХИЧЕСКОЙ СФЕРЫ ДЕТЕЙ

Попова Елизавета Андреевна

Аннотация: В статье автор анализирует особенности формирования и развития эмоционально-психической сферы детей дошкольного возраста. На основе результатов теоретического анализа и практики дошкольного возраста определена роль воспитателя дошкольного образовательного учреждения в эмоционально-психическом развитии дошкольников.

Интерес к проблеме эмоционально-психического воспитания дошкольников значительно возрос в настоящее время. Этому способствуют изменения экономического и социального характера, а также процесс глобализации, который происходит в современном обществе, значительно влияя на ребенка дошкольного возраста, подвергая его серьёзным эмоциональным нагрузкам, способствуя тем самым либо торможению в эмоционально-психическом развитии ребенка, либо искажению этого процесса.

Наблюдения за детьми дошкольного возраста в игре и повседневной деятельности демонстрируют, что они часто неадекватно выражают свои эмоции (страх, злость, грусть, удивление, стыд), не могут адекватно давать оценку эмоциям других детей, что, в свою очередь существенно усложняет процесс установления доброжелательных взаимоотношений, также может отрицательно сказаться на межличностном общении. Психологи и педагоги отмечают, что современные дети менее отзывчивы к чувствам других и более агрессивны.

Таким образом, от эмоций, сформированных в раннем детстве, зависит дальнейшее становление и развитие человека, что отражено и в государственных документах. Так, в Федеральном государственном образовательном стандарте дошкольного образования сформулирована одна из основных задач воспитания: «создание образовательной среды, которая гарантирует охрану и укрепление физического и психического здоровья воспитанников; обеспечивает эмоциональное и морально-нравственное благополучие» [1].

Проблеме формирования и развития эмоциональной сферы дошкольников посвящены исследования отечественных педагогов и психологов Л.С.Выготского, А.Н. Леонтьева, А.В.Запорожца, Д.Б.Эльконина, М.И.Лисиной, Л.И.Божович, а также их учеников Я.З.Неверович, Т.И.Репиной, Е.О. Смирновой, Л.П.Стрелковой и др.

Особо стоит отметить исследования А.В. Запорожца, Л.А. Абрамян, М.И. Лисиной, Т.А. Репиной, в которых доказано, что сфера эмоционального развития ребенка это важнейший компонент в процессе развития, поскольку никакое общение и взаимодействие не будет эффективным, если его участники не способны понимать эмоциональное состояние другого, а также, управлять своими эмоциями. Данные утверждения дают возможность констатировать, что понимание своих эмоций и чувств является важным компонентом становления личности растущего человека.

Основная роль в формировании эмоционально-психического развития ребенка принадлежит воспитателю. Важно отметить, что от эмоционального настроения воспитателя, его психо-эмоциональных особенностей поведения и речи зависит настроение детей, их психо-эмоциональное состояние, и общее настроение группы воспитанников.

Актуальность данной проблемы обуславливает необходимость более глубокого изучения особенностей формирования эмоционально-психического развития дошкольников и роли воспитателя в этом процессе.

Цель работы – обоснование и анализ роли воспитателя дошкольной организации в формировании эмоционально-психического развития ребенка.

Внастоящеевремярольвоспитателядошкольногоучреждениявпсихическом и социальном развитии ребенка заметно возросла, потому как с воспитателем дошкольник проводит времени больше, чем с родителями. Психологический климат в группе, эмоциональный комфорт каждого ребенка, успешное обучение воспитанников в большей степени зависит от воспитателя. Чтобы стать в жизни дошкольника значимой фигурой, педагог должен знать в первую очередь психо-эмоциональные особенности развития своих воспитанников. Для этого прибегнем к анализу ситуации развития индивидуальности дошкольника к изменениям, которые происходят в его эмоционально-психической области.

Начиная с раннего детства эмоции играют огромную роль в обеспечении психически устойчивого состояния ребенка. До тех пор, пока ребенок еще не умеет в полной мере управлять своими эмоциями, подавлять нежелательные их проявления, поэтому вся деятельность ребенка отчетливо эмоциональная, окрашенная положительными или отрицательными переживаниями. Взрослый человек способен направлять эмоциональную жизнь малыша: если ребенок расстроен, подбадривает, переключает на другой вид деятельности; усталость, раздражительность, слишком сильные проявления эмоций, говорит о перевозбуждения нервной системы, потребности в отдыхе - взрослый успокаивает малыша, создает условия для сна и отдыха. В последующем эмоции начинают играть роль предвидения. Ребенок с воодушевлением ожидает приятного события и такое ожидание нередко способно проявляться гиперактивностью движений, недостаточной скоординированностью. Ребенок испытывает глубокие эмоции, захватывающие всю его сущность.

Эмоционально-психический анализ деятельности ребенка раннего возраста дает возможность определить те его особенности, с которыми он подходит к дошкольному возрасту. На основе выводов из этого анализа возможно определить такие черты психо-эмоционального развития ребенка преддошкольного возраста:

- эмоциональная жизнь ребенка насыщена сильными, интенсивными, положительными и отрицательными, слабо контролируемыми переживаниями, которые влияют на активность малыша;

- взрослый обязан координировать переживания ребенка, предсказывать их негативное влияние на общее состояние нервной системы, ее чрезмерное перевозбуждение;

- важным источником эмоций ребенка является предметно-манипулятивная игра, общение как со взрослым так и со сверстниками;

- эмоции начинают выполнять роль, связанную с представлениями о предметах;

- под воздействием воспитания явно проявляются высшие чувства - эстетические, интеллектуальные, моральные;

- воспитание эмоций ребенка влияет на качественные изменения в отношениях со взрослыми;

- эмоции начинают играть значительную роль в формировании личности ребенка - появляется ориентация к одобрению, направленность на оценки взрослых, связанные с намерением избежать стыда и унижения.

Важно отметить, что внимание к особенностям психо-эмоциональной сферы ребенка дошкольного возраста дает возможность воспитателю более эффективно влиять на эмоционально-психическое развитие ребенка. Основываясь на исследованиях С.Л. Рубинштейна, можно заключить, эмоциональное развитие – это развитие умственных и волевых процессов, формирующиеся на протяжении детства, в результате овладения ребенком опытом предшествующих поколений и усвоения вырабатываемых обществом нравственных норм, идеалов [Рубинштейн С.Л.: 2009; 3, с.62].

Опираясь на исследования выдающегося психолога А.Н. Леонтьева, который под эмоциональным развитием определял целенаправленный педагогический процесс, тесно связанный с личностным развитием детей, с процессом их социализации и творческой самореализации, введением в мир культуры межличностных отношений, усвоением культурных ценностей [Леонтьев А.Н.: 2008; 2, с. 29].

Рассмотрим главные подходы к определению сущности эмоционально-психического формирования личности. В зарубежной литературе по психологии отмечается ряд таких подходов:

- *мотивационный подход*, в котором эмоциональное развитие считается базой для формирования личности, так как эмоции тесно связаны с процессами мотивации;

- *когнитивный подход*, который устанавливает первостепенное значение когнитивных процессов в эмоционально-психическом развитии индивидуума, так как именно они способствуют обработке эмоциональной информации;

- *функциональный подход*, который демонстрирует эмоциональное развитие личности как развитие адаптивной способности подстраивать уже имеющийся психо-эмоциональный опыт к текущим событиям;

- *динамический подход*, представители данного подхода выделяют личный опыт переживаний человека как основу создания динамически организованной эмоциональной сферы личности [Леонтьев А.Н.: 2008; 2, с. 29].

Ученые отмечают, что эмоциональная сфера изменяется на протяжении всей жизни человека. Раннее и дошкольное детство – особенный период в этом отношении. В это время эмоции главенствуют над остальными сторонами жизни ребенка.

Как часто отмечается психологами, активное формирование личности дошкольника определяет сильные изменения в его эмоциональной сфере. Если в раннем возрасте эмоции определялись непосредственно воздействием окружающего микросоциума семьи, то у дошкольника они начинают обуславливаться его отношением к тем или иным явлениям. Под влиянием появления опосредованности эмоций, они становятся более осознанными и управляемыми. Ребенок демонстрирует способность контролировать нежелательные эмоции, направлять их в соответствии с требованиями норм поведения.

Ученые отмечают, что в период дошкольного детства подвергается изменению и характер деятельности ребенка: деятельность становится структурированной, приобретает этапность, в следствии чего увеличивается значение эмоции в формировании предсказания. Ребенок желает получить значительно отдаленный результат и эмоционально расценивает возможность его достижения.

Как отмечает В.В. Шерстюк, важным новым фактом эмоциональной сферы дошкольника становятся переживания по поводу возможной реакции взрослых на его действия и поступки. Таким образом, эмоции дошкольника включаются во внутренние механизмы обеспечения соподчинения мотивов как важный их компонент [Шерстюк В.В., 4].

Одну из наиболее значимых ролей в развитии психо-эмоциональной сферы дошкольника играет речь. Ребенок дошкольного возраста уже имеет довольно разнообразный опыт общения при помощи речи, он способен усвоить навыки выражения эмоций в неразделимости вербальных и невербальных средств. По началу в общении главенствуют невербальные средства выражения эмоций (мимика, выразительные движения, крик, плач), а к завершению периода дошкольного возраста ребенок умеет показать свое эмоциональное состояние и в речи (интонации, динамика, тембр и т.).

Ученые фиксируют, что по сравнению с ранним возрастом, у дошкольника ощутимый прогресс происходит в формировании высоких чувств, что является одним из важнейших признаков индивидуальности личности. Их развитие и формирование происходит в ходе выполнения разнообразных видов деятельности ребенка – игровой, трудовой и продуктивной. Значительную роль в таком процессе играет характер выполнения деятельности дошкольниками, когда они могут сопоставить свои результаты и стремиться к оригинальности.

Тесную взаимосвязь между собой имеют познавательная деятельность ребенка и развитие его психо-эмоциональной сферы. Психологи подчеркивают, что познавательная деятельность ребенка окрашивается сильными переживаниями, тем самым приобретая для него чрезвычайную ценность. Обнаруживая новые свойства предметов, находя толкование для таинственных и непонятных явлений природы, ребенок переживает радость, удивление и сомнение, что становятся наследием его опыта на всю жизнь.

Таким образом, эмоционально-психическое развитие в дошкольном возрасте имеет такие особенности:

- Эмоции дошкольника определяются и опосредуются его отношением к определенным событиям;

- Вследствие возникновения опосредованности эмоций, они становятся выражено обобщенными и контролируемыми;

- Интенсивное развитие и формирование высших чувств происходит в процессе выполнения самых разных видов активности ребенка - трудовой, продуктивной и игровой;

- Особенностью высших чувств является их тесная взаимосвязь.

Анализ психолого-педагогической литературы убедительно доказывает, что ребенок дошкольного возраста посещая ДОО, знакомится с жизнью взрослых людей, наблюдая за тем, как они работают, слушая рассказы, сказки, просматривая фильмы и тому подобное. Для него образцовым является поведение значимых людей, которых уважают, о ком одобрительно говорят. Именно в этот период роль воспитателя в формировании личности ребенка имеет чрезвычайно большое значение, что подтверждают исследования российского психолога Д. Эльконина.

От педагога, который стремится положительно влиять на ребенка, требуется много знаний, творчества и терпения. Воспитатель должен быть не только воспитанным, но и способным к самосовершенствованию. Для дошкольника важна особая связь именно с воспитателем. И не только потому, что в этом возрасте ребенок зависим от взрослого, но и потому, что у него еще нет прочных и развитых отношений с детьми. И в любой момент жизни ребенок обращается именно к воспитателю.

Анализируя вышесказанное, работу воспитателя необходимо организовывать в трех направлениях относительно развития психо-эмоциональной сферы, которые определяют гармоничный личностный рост дошкольника:

- развитие навыка распознавать основные эмоции по характерным внешним признакам;

- освоение, расширение и обогащение репертуара социальных форм проявления своих чувств, свидетельствует о постепенном развитии социальных эмоций;

- освоение первичных форм вербализации собственных переживаний, эмоционального настроения, состояния и анализ факторов, которые их вызвали.

Для педагога важно наполнять жизнь ребенка психологическими ситуациями, в которых знания о моральных нормах эмоционально переживаются. Дети получают необходимую информацию и опыт проживания эмоций для того, чтобы сформировать свой собственный «эмоциональный фонд», при помощи которого смогут ориентироваться в собственных чувствах и чувствах окружающих.

В результате теоретического анализа можно сделать следующие выводы:

Воспитание эмоционально-зрелой личности, ее чувств и переживаний, начиная с первых лет жизни, остается важнейшей педагогической целью, потому как эмоциональное отношение к окружающему миру приводит к целям, на приобретение которых будут использованы полученные ребенком знания и умения.

Способность к эмоциональным переживаниям появляется сразу после рождения ребенка, а период дошкольного детства считается «золотым веком» эмоциональной жизни. Чтобы эмоционально-ценностное развитие дошкольников было полноценным, педагогам ДОО следует знать не только личностные особенности развития каждого ребенка, но и то, на что конкретно нужно обращать внимание в каждом возрастном периоде.

Развивая эмоции детей, нужно создавать условия для приобретения как можно более эмоционально положительных переживаний ребенком в коллективных играх, общении, творчестве, обучая ребенка контролировать свое поведение под воздействием эмоций, определять оптимальный выход из сложных конфликтных ситуаций можно достичь того, что ребенок со временем будет получать удовольствие от общения со сверстниками и взрослыми, позитивные навыки общения станут привычкой, повысится вера в свои силы, ребенок научится принимать и определять равенство своих сверстников.

Список литературы

1. Федеральный государственный образовательный стандарт дошкольного образования. Приказ Минобрнауки России от 17.10.2013 №1155
2. Леонтьев А.Н. Психическое развитие ребенка в дошкольном возрасте/ А.Н. Леонтьев. – М. – Л., 2008
3. Рубинштейн С.Л. Основы общей психологии/ С.Л. Рубинштейн. – М., Педагогика, т.2. – 2009
4. Шерстюк В.В. Эмоциональное развитие ребенка [Текст]. Электронный ресурс. Режим доступа: <https://psihol.jimdo.com>

СПОСОБНОСТИ И УМЕНИЯ, ОТЛИЧАЮЩИЕ НАСТОЯЩЕГО УЧИТЕЛЯ ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА ОТ ПСЕВДО УЧИТЕЛЯ

Попов Евгений Сергеевич

Аннотация: В данной статье рассматривается актуальная на сегодняшний день проблема обучения иностранному языку людьми, не являющимися учителями или не владеющими теми способностями и умениями, которые требуются в этом деле. Поднимается вопрос об эффективности преподавания такими псевдо-учителями.

В нашем современном и бурно развивающемся мире всё чаще и чаще можно встретить людей, говорящих свободно на втором языке. Это уже не редкость, а подчас становится даже обыденностью. Многие стремятся выучить иностранный язык не только из-за каких-то своих личных интересов и побуждений, но уже как перспективное, расширяющее горизонты «дополнение» к своим знаниям и умениям, которое безусловно может пригодится и пойти на пользу в жизни.

Как и в любой другой профессии (и не только профессии, мы можем соотнести это и с вещами) в преподавании иностранного языка прослеживается очень интересная тенденция. В связи с возросшим и всё более возрастающим количеством людей, знающих иностранный язык, становится всё сложнее найти, «отличить» истинного преподавателя от человека, который просто отлично знает второй язык и решил на этом заработать. Казалось бы, что тут сложного? Многие думают, что если знаешь язык, значит можешь и учить. Но не всё так просто.

Зачастую бывают случаи, когда языковые школы просто берут в качестве преподавателя носителя языка (*native speaker*) из Великобритании, США, Ирландии, других стран абсолютно не интересуясь, является ли этот человек настоящим учителем. Закончил ли он университет или какие-либо курсы, чтобы стать им? Нет, школы просто делают акцент на том, что он *native speaker*. Они думают, что если он коренной гражданин той страны, язык которой мы изучаем, то он будет самым лучшим преподавателем. Более того посещение курсов именно такого преподавателя будет обходиться вам дороже по стоимости и позиционироваться как «элитные». По факту же, когда вы начинаете учиться у такого преподавателя, выясняется, что он не то что не имеет никакого педагогического образования, так он и не учил никого никогда. Он не может вам толком объяснить грамматическую структуру. В лучшем случае он ответит на ваш вопрос что это за конструкция. Но почему именно она здесь применяется он вам не скажет. Этот человек не владеет абсолютно никакими преподавательскими способностями и умениями и не сможет дать вам то, зачем вы пришли, а именно знания. С таким человеком хорошо проводить такие уроки, как «разговорные клубы», акцент в которых делается уже не столько на грамматике, сколько на умении использования лексики.

А что до обычного преподавателя, который закончил педагогический институт и имеет за плечами багаж знаний и опыта? У такого преподавателя идёт всё гладко и многие хотят к нему попасть. И выходит язык не главное уже. А что

тогда главное, которое отличает настоящего педагога от человека, который просто знает иностранный язык? Попробуем разобраться.

Ф. Н. Гоноболиным была разработана совокупность педагогических способностей, которые в последствии были развиты Н. Д. Левитовым, В. А. Крутецким и другими. Педагогические способности преподавателя иностранного языка должны включать в себя:

1. Дидактические способности – это способность донести учащимся учебный материал, делая его понятным для детей, способность объяснить материал или проблему чётко и понятно, вызывая интерес к этому предмету, побуждать учащихся к активной самостоятельной деятельности. Учитель с такими способностями умеет в случае необходимости определённым образом перепланировать, адаптировать и реконструировать учебный материал, трудное сделать лёгким, непонятное – понятным, а сложное – простым.

Профессиональное мастерство, каковым мы его представляем сегодня, включает в себя способность не просто доходчиво преподнести знания, аккуратно и понятно излагать материал, но и способность организовать процесс по самостоятельной работе учащихся, желание самостоятельного получения знаний, чётко и тонко руководить познавательной активностью учащихся, направлять её в нужное русло.

2. Академические способности – это способности к пределённой области науки (к иностранному языку, математике, химии, физике, биологии, и т. д.). Способный учитель обладает знаниями предмета не только в объёме учебного курса, а значительно глубже и шире, старается быть в курсе различных открытий в своей науке, свободно владеет материалом, постоянно проявляет к нему нескончаемый интерес, проводит хотя бы в малых масштабах исследовательскую работу.

3. Перцептивные способности – это способности, которые дают возможность проникнуть во внутренний мир учащегося, воспитанника, психологическая наблюдательность, связанная с пониманием личности учащегося и его определённых психических состояний. Учитель с перцептивными способностями может по небольшим признакам, незначительным внешним проявлениям, понимать, улавливать малейшие изменения во внутреннем состоянии учащегося.

4. Речевые способности – это способности, которые позволяют чётко и ясно выражать свои чувства, эмоции и мысли с помощью речи, а также мимики и пантомимики.

Учитель с речевыми способностями всегда обращается к учащимся. Объясняет ли учитель новый материал, даёт ли ответ ученику, показывая или одобрение или порицание, речь его всегда будет отличаться внутренней убеждённой, внутренней силой, и главное заинтересованностью в том, что он говорит. Его выражение мысли всегда понятное, простое и ясное для учащихся.

5. Организаторские способности – это способности организовать весь ученический коллектив, воодушевить его, сплотить на решение задач а, так же, это способности по правильной организации своей собственной работы.

Организация собственной работы подразумевает умение самому правильно и грамотно планировать её. У более опытных учителей начинает вырабатываться

определённое чувство времени, когда ты правильно распределяешь работу во времени и полностью укладываешься в сроки.

6. Авторитарные способности – это способность эмоционально-волевого влияния на учащихся и умение на этой основе добиваться авторитета (хотя, конечно, авторитет создаётся и на основе других признаков, таких как прекрасное знание предмета, такта и чуткости учителя, и т.д.). Авторитарные способности строятся на основании целого комплекса личностных качеств учителя, в особенности его волевых качеств (выдержки, решительности, требовательности, настойчивости и т. д.), а также от убеждённости учителя в том, что он прав (пусть даже и не всегда), от чувства ответственности за обучение и воспитание учащихся, от умения передать свою убеждённость учащимся.

7. Коммуникативные способности – это способность учителя к общению со своими учениками, умение найти грамотный подход к учащимся, установить с ними правильные, с педагогической точки зрения, взаимоотношения, наличие педагогического такта.

8. Педагогическое воображение (прогностические способности) – это особая способность, которая даёт представление учителю о предвидении последствий своих действий, в воспитательном процессе личности учащихся, связанном с пониманием того, что из ученика может получиться в будущем, в способности прогнозировать развитие тех или иных качеств ученика.

9. Способность в распределении внимания одновременно между несколькими видами деятельности. Эта способность имеет особую роль в работе учителя. Опытный, грамотный, способный учитель всегда следит за формой и содержанием изложения материала, за чётким развёртыванием своей мысли (или помощи развёртывания мысли ученика), в то же самое время держит в поле своего внимания всех учащихся, внимательно реагирует на признаки утомления, непонимания, невнимательности среди учащихся, замечает все случаи отклонения дисциплины от нормы и следит за своим собственным поведением (мимикой, позой, пантомимикой, походкой, жестами). [Зимняя 1991: 41-43]

Также А. К. Маркова в рамках своей концепции деятельности учителя выделяет и описывает десять групп педагогических умений, которыми должен обладать учитель. А именно:

Первая группа педагогических умений: включает в себе умение увидеть в педагогической ситуации проблему и сформулировать ее в виде педагогической задачи; умение при постановке педагогической задачи ориентироваться на учащегося как на главного развивающегося участника учебно-воспитательного процесса; умение анализировать и преобразовывать педагогическую ситуацию; умение конкретизировать педагогические задачи, принимать наиболее приемлемое педагогическое решение в условиях неопределенности; умение предвидеть результаты решения педагогических задач.

Вторая группа педагогических умений: способность работать с содержанием учебного материала; умение к педагогической интерпретации разнообразной информации; формирование у учащихся социальных навыков и общеучебных умений; демонстрация связи между различными предметами;

способность к изучению у учащихся состояния отдельных психических функций, воспитанности и обученности учащихся, определению реальных учебных возможностей учащихся, предвидению возможных и типичных затруднений у учащихся; умение планировать и организовывать учебно-воспитательный процесс, исходя из мотивации самих учащихся; умение грамотно выбрать и применить на практике различные приёмы и формы обучения, учитывать расход времени и сил учащихся и учителя.

Третья группа педагогических умений: умение использовать психолого-педагогические знания в современном состоянии педагогики и психологии; умение находить связь в затруднениях учащихся с недочётами в своей работе; умение выстраивать планы развития своей педагогической деятельности.

Четвертая группа педагогических умений: приёмы постановки широкого диапазона коммуникативных задач, из которых самыми главными являются реализация внутренних резервов партнера по общению и создание всевозможных условий для психологической безопасности в общении.

Пятая группа педагогических умений: включает в себя методы, которые способствуют достижению высоких уровней общения. К таким методам относятся: умение «занять» позицию другого человека в общении, тем самым стараясь понять информацию, которую он пытается донести до вас, проявить интерес к личности собеседника, всячески поддерживать развитие личности ученика; умение понимать и осознавать его внутреннее состояние по оттенкам его поведения, владение навыками невербального общения (жесты, мимика); умение понять точку зрения учащегося; умение создать условия терпимости и доверительности к другому человеку; преимущественное использование организующих действий в сравнении с дисциплинирующими и оценивающими действиями; опора на демократический стиль руководства; умение с юмором и улыбкой относиться к определённым сторонам педагогической ситуации.

Шестая группа педагогических умений: умение сохранять устойчивую профессиональную позицию педагога, понимающего всю значимость профессии; умение развивать и реализовывать свои педагогические способности; умение контролировать и управлять своими эмоциональными состояниями, опираясь на конструктивный, а не разрушительный характер; воспринимать свои положительные возможности и возможности учащихся, тем самым поддерживать повышение положительной концепции в обучении.

Седьмая группа педагогических умений: способность осознавать перспективу своего профессионального развития, умение определять свой индивидуальный стиль обучения, максимально стараясь использовать все положительное в своих качествах; умение понимать свои сильные стороны и развивать более слабые.

Восьмая группа педагогических умений: умение определять, оценивать знания учащихся в начале и в начале периода обучения и в конце периода обучения; умение определять, оценивать навыки и умения, состояние деятельности, виды самооценки и самоконтроля в учебной деятельности в начале периода обучения и в конце периода обучения; умение выявлять определённые показатели

обучаемости; умение всячески поддерживать и стимулировать желание учащихся к самообучению, к непрерывному обучению.

Девятая группа педагогических умений: оценка учителем степени воспитанности учащегося и его подверженность воспитанию; умение по поведению распознавать и прогнозировать нравственные убеждения и нормы учащихся; умение учителя видеть личность учащегося в целом благодаря тому, что он думает, говорит и как поступает; умение создавать благоприятные условия для выработки и повышению слаборазвитых черт учащегося.

Десятая группа педагогических умений: совокупные умения учителя оценить свой труд в целом: умение понимать причинно-следственные зависимости между его целями, задачами, средствами, способами, результатами, условиями; умение учителя переключиться от оценки отдельных педагогических умений к оценке всего своего профессионализма и результативности обучения. [Реан, Коломинский 1999: 226-228]

Из вышеперечисленных способностей и умений, которыми должен обладать учитель становится ясно и очевидно, что одного знания иностранного языка не достаточно. Родиться и вырасти в стране, язык которой ты преподаешь, не достаточно. Учитель – это не просто прохожий человек или человек с улицы, который знает отлично язык и считает, что может учить, а личность, в которой «заложены» определённые качества и компетенции к этому делу.

Список литературы

1. Зимняя И.А. Психология обучения иностранным языкам в школе. – М.: Просвещение, 1991. – 222 с.
2. Реан А.А., Коломинский Я.Л. Социальная педагогическая психология. – СПб.: Питер Ком, 1999. – 416 с.

ФОРМИРОВАНИЯ НАВЫКОВ ЧТЕНИЯ НА УРОКАХ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА В НАЧАЛЬНОЙ ШКОЛЕ

Портнягина Элина Владиславовна

Аннотация: В статье рассматриваются основные подходы к обучению чтению на английском языке младших школьников, а также в связи с этим возникающие трудности и способы их преодоления.

Четырехлетнее начальное образование сейчас рассматривается как первоначальная ступень современной российской школы. Перед ним стоят задачи, отвечающие тенденциям развития всего мирового образования. Именно в начале школьного пути происходит становление личности ребенка; выявляются и начинают развиваться его таланты и способности, формируются первые умения в учебе, происходит овладение социальными навыками межличностной коммуникации.

Нельзя оспаривать тот момент, что сейчас в начальной школе английский язык предлагается изучать именно с первого – второго класса, что является подтверждением объективности развивающегося социального интереса к раннему овладению иностранными языками и важности данного школьного предмета для реализации государственных задач в нынешнем образовании.

По мнению многих ученых-исследователей, чтение на иностранном языке, как вид речевой деятельности и как особенная форма общения, является одним из самых необходимых навыков для большинства людей. Это суждение имеет свои основания, в частности, не многие изучающие иностранный язык имеют возможность прямого и постоянного общения с носителями языка, а вот возможность читать на иностранном языке литературу разного рода жанров имеют практически все. Поэтому чтение и овладение этим навыком выступают в качестве основной доминанты обучения.

В целом, овладение навыками чтения на английском языке в начальной школе приобщает школьников к новой для них культуре, к новому языковому пространству, помогает формировать у них желание общаться на этом иностранном языке и способствует развитию положительного отношения к последующему изучению. Новый для них язык знакомит детей с миром их иностранных сверстников, с ранее для них чужим фольклором, художественной и иной литературой. Неоспорима воспитательная и информативная ценность раннего обучения чтению на иностранном языке, которая проявляется в более раннем вхождении ребенка в общечеловеческую культуру через общение на новом для него языке. [Потапова, 2013: 5] Кроме того, широко известно, что отдельные аспекты изучения другого языка (в частности обучение чтению) формирует у ребенка универсальные лингвистические понятия, встречающиеся и в родном языке, развивая тем самым интеллектуальные и познавательные способности.

Успешность обучения и развития позитивного отношения обучающихся к английскому языку, как школьному предмету во многом зависит от умений учителя заинтересовать учеников на уроке. В начальной школе главным подходом к преподаванию является игровой метод. Чем больше игровых приемов, наглядных,

визуальных средств использует преподаватель, тем качественнее проходят уроки со стороны усвоения материала.

Согласно программе по иностранным языкам в области обучения чтению перед учителем ставятся задачи научить школьников читать тексты, понимать и осмысливать их содержание с разным уровнем проникновения в содержащуюся в них информацию [Агаева, 2017: 8].

В идеальном воплощении обучение чтению (как и другим навыкам на иностранном языке) должно носить максимально самостоятельный характер, без принуждения, с высоким личным интересом учащихся. Тем не менее, реальный мир далек от идеального воплощения, и как показывает практика, школьники (за редким исключением) проявляют небольшой интерес к этому виду речевой деятельности, так как он, по их мнению, является больше учебной задачей.

Чтобы чтение на иностранном языке способствовало развитию личного интереса учащихся, необходимо учитывать познавательные потребности, возрастные и индивидуально-психологические особенности детей. Для этого нужно максимально разнообразить материалы учебного процесса, включать учащихся в активную творческую деятельность, в том числе давать им возможность проявлять инициативу, обучать преодолению возникающих трудностей.

В течение последних лет накоплен обширный опыт в раннем обучении чтению на английском языке, который поспособствовал разработке целой системы преподавания чтения младшим школьникам.

Сейчас существуют два основных метода по обучению чтению: фонологический метод и метод целых слов.

Фонетический (фонологический) подход основывается на буквенно-звуковом принципе. В его основе лежит обучение произношению звуков и букв (то есть, по сути, обучение фонетике), а когда знаний накапливается достаточно, затем наступает период обучения слогам, целым словам.

При методе целых слов (в России завоевывает популярность в последние годы в частных школах, на дополнительных курсах английского языка для детей) учащиеся обучаются распознавать слова как нечто целое, не разбивая на составляющие буквы. В этом методе не учат алфавиту, как при фонетическом подходе. Обучающимся показывают слово и произносят его, повторяя процедуру много раз с использованием разных игровых процедур. После этого (когда выучен некий минимум слов) ученикам дается текстовый фрагмент, содержащий все изученные слова. Этот метод известен, в том числе, как метод Глена Домана [Страубе, 2013: 105].

Менее распространенный метод обучения на начальном этапе, тем не менее, существующий – метод целого текста. В данном подходе подразумевается наличие уже некоего языкового опыта обучающегося. Ученик получает целый текст, как правило, с увлекательным сюжетом, и когда встречается неизвестное слово, строится языковая догадка о его значении с помощью контекста (иногда с помощью иллюстраций).

Безусловно, на этапе формирования навыка чтения на английском языке необходимо преодолеть ряд возникающих трудностей. Прежде всего, они связаны

с развитием техники чтения, предполагающей первоначальное познание системы графических знаков, которые отличаются от родного языка, формирование навыка соотношений звуков и букв (и обратно). Приобретение рецептивного навыка проходит успешнее, если оно сопровождается продуктивной деятельностью, поэтому рекомендуется обучать детей двум вариантам кода: письменному и печатному.[5]

Формирование навыка чтения на английском языке в начальной школе должно сопровождаться развитием техники чтения вслух, так как учебные действия формируются сначала во внешней речи, а затем переводятся во внутреннюю. Важно подготовить учащихся к этапу полного восприятия словосочетаний, устойчивых выражений, предложений целиком для того, чтобы более точно понимать содержимое (пословное чтение замедляет понимание содержания). [5]

При работе над техникой чтения следует использовать знакомый, но при этом интересный материал с определенными новыми элементами (информацией) для того, чтобы обучение не превращалось в «сухой» процесс.

Подводя итог, можно сказать, что обучение чтению на иностранном языке в начальной школе – важный этап в преподавании предмета. При отборе текстового материала для учащихся нужно учитывать методическую, воспитательную, культурную ценность, а также доступно ли для школьников его форма и содержание, так как тексты должны отвечать возрастным и эмоциональным особенностям детей. Говоря о развитии техники чтения, следует понимать, что обучение должно проходить на хорошо усвоенном учениками лексическом материале. При работе с иностранными текстами следует вовлекать учащихся в активную познавательную и творческую деятельность, пользоваться различными игровыми приемами, визуальным сопровождением, учитывая индивидуальные и психологические особенности школьников. Основной сквозной целью обучения необходимо устанавливать развитие коммуникативных навыков учащихся.

Список литературы

1) Агаева О.В. Современное образование: плюсы, минусы и перспективы [Текст] //

Материалы VIII Междунар. научно-практ. Конф. (г.Саратов, 2017 г.). – Саратов: ООО «Центр профессионального менеджмента «Академия Бизнеса», 2017. – С.8-14.

2) Потапова Н. В. Обучение чтению на иностранном языке в начальной школе [Текст] // Современная филология: материалы II Междунар. науч. конф. (г. Уфа, январь 2013 г.). — Уфа: Лето, 2013. — С. 4-7.

3) Страубе Е. А. Методика раннего развития Глена Домана. От 0 до 4 лет – М.: ЭКСМО, 2013. – 224 с.

4) Обучение чтению на уроках английского языка в начальной школе Голвинова М. Р. www.naryishkin.spb.ruhttps://infourok.ru/obuchenie_chteniyu_na_urokah_angliyskogo_yazyka_v_nachalnoy_shkole-520122.htm (01.03.2018)

5) Использование технологии АМО в процессе обучения чтению на уроках английского языка в начальной школе Хлякина Л.А. <https://nsportal.ru/shkola/inostrannye-yazyki/angliiskiy-yazyk/library/2017/12/24/master-klass-ispolzovanie-tehnologii> (01.03.2018)

ВЛИЯНИЕ МИНИМИЗАЦИИ РИСКОВ НА ПОВЫШЕНИЕ ДОХОДНОСТИ БАНКОВ РОССИИ

*Потёкин Александр Сергеевич,
магистр направления «Менеджмент» ОЧУ ВО ММА*

В экономике современной России банковская система занимает особое место. За 20 лет рыночного развития в ней произошли принципиальные организационные, структурные и технологические изменения. По данным Росстата на сегодняшний день в России действует 512 кредитных организаций и 791 филиала в регионе [3].

Ключевой принцип в работе коммерческих банков в России – стремление к получению прибыли. Его обычно ограничивает ожидание возможных убытков. Это связано с наличием риска как стоимостного выражения вероятностного события, ведущего к финансовым потерям. Риски тем больше, чем выше шанс извлечь крупную прибыль.

Риски образуются в результате отклонений действительных данных от формальной оценки сегодняшнего состояния и будущего развития.

В первом случае речь идет о шансах получить прибыль, во втором – о риске понести убыток. Доходность выступает важнейшим критерием для принятия решений о вложении средств в тот или иной вид активов. Однако повышение доходности и снижение рисков – две противоположные задачи.

Обычно высокую прибыль приносят операции, связанные с высоким риском, а низкий риск сочетается с незначительными доходами. Таким образом, получать прибыль можно в тех случаях, когда возможности понести потери (риски) будут предусмотрены заранее (взвешены) и подстрахованы [3].

В банковской деятельности под риском понимается возможность понесения кредитной организацией потерь и (или) ухудшения ликвидности вследствие наступления неблагоприятных событий, связанных с внутренними и внешними факторами.

Внутренние (внутрибанковские) факторы рисков возникают в результате деятельности банков и зависят от характера проводимых ими операций, от организации труда и производства, от управления самими банками всеми сторонами своей жизнедеятельности.

Внешние факторы (источники) банковских рисков – это потенциально неблагоприятные явления, происходящие во внешней среде и не зависящие от деятельности банков (политические, социальные, правовые, общеэкономические и финансовые, конкурентные, информационные, стихийные бедствия, а также грабежи, аварии, пожары).

В основном в практической банковской деятельности наиболее часто рассматриваются следующие виды рисков:

- кредитный – риск невыполнения заемщиком банка своих обязательств по кредитному договору;
- процентный – риск неблагоприятных (для данного банка) колебаний рыночных ставок за привлекаемые и размещаемые денежные ресурсы;

- рыночный – риск неблагоприятных колебаний рыночных цен финансовых инструментов, в том числе курсов ценных бумаг и иностранных валют;
- риск неликвидности и неплатежеспособности (риски, «суммирующие» влияние всех или части перечисленных выше конкретных рисков).

По природе рисков определяются уровни (степени), в которых возможно качественно идентифицировать риски и количественно их измерить. К основным механизмам управления рисками относятся страхование (резервирование), хеджирование, диверсификация, управление активами и пассивами.

В качестве примера управление банковскими рисками рассмотрим на деятельности ПАО «Сбербанк России», одного из крупнейших транснациональных и универсальных банком России Центральной и Восточной Европы [7].

Система управления рисками Сбербанка основывается на стандартах и инструментах, рекомендуемых Базельским комитетом по банковскому надзору, основными целями, которого являются:

- обеспечение и поддержание уровня рисков;
- обеспечение достаточности капитала для покрытия существенных рисков;
- выявление, оценка, агрегирование существенных рисков и контроль за их уровнем;
- обеспечение эффективного распределения ресурсов для оптимизации соотношения риска и доходности;
- обеспечение единого понимания и стратегического планирования с учетом уровня принимаемого риска.

Планирование уровня подверженности рискам осуществляется посредством установления целевых уровней риска – совокупности показателей (риск-метрики), характеризующие (либо учитывающие) уровень потерь как в условиях нестрессовых, так и стрессовых.

Также для определения подверженности внешних и внутренних факторов проводится стресс-тестирование, которое выполняется на основе собственных сценариев с использованием статистических данных и гипотез. Тем самым формируется отчетность по рискам и осуществляется оценка достаточности капитала на ежеквартальной основе.

Для соблюдения нормативов достаточности капитала банковской группы используются следующие методы оценки: прогнозирование, стресс-тестирование и система индикаторов раннего предупреждения о снижении достаточности капитала.

Основными инструментами по управлению рисками выступают такие методы, как планирование по управлению достаточностью капитала, дивидендами и капитализации дочерних организаций, система лимитов для нормативов, оперативное управление в случае непредвиденных ситуациях. Эти нормативы имеют обобщенный характер, так как для каждого вида кредита используется своя методика по борьбе с выявленным риском независимо от его уровня.

Риск с точностью можно оценить при помощи анализа потерь. Количественно размер риска может выражаться в абсолютных и относительных показателях.

телями. Однако оценить эти потери с достаточной точностью не всегда представляется возможным. Для снижения потерь применяется выработка подходов к оценке риска, прежде всего, через разработку стратегии риска.

Как правило, основой для анализа риска служит выявление факторов, увеличивающих и уменьшающих конкретный вид риска при осуществлении определенных банковских операций; анализ выявленных факторов с точки зрения силы воздействия на риск; оценка конкретного вида риска; установление оптимального вида риска и анализ отдельных операций с точки зрения соответствия приемлемому уровню риска.

Рассмотрим способы управления наиболее распространенными видами рисков [3].

Способами управления процентным риском являются:

Выдача кредитов с плавающей процентной ставкой. Такие меры позволяют банку вносить соответствующие изменения в размер процентной ставки по выданному кредиту в соответствии с колебаниями рыночных процентных ставок. В результате банк получает возможность избежать вероятных потерь в случае повышения рыночной нормы ссудного процента.

Согласование активов и пассивов по срокам их возврата. Согласование активов и пассивов по срокам их возврата возможно по всему балансу банка (макро хеджирование) или по конкретному активу и конкретному пассиву (микро хеджирование). Для максимального хеджирования процентного риска сроки возврата по активу и пассиву должны полностью совпадать, что, одновременно ограничивает маневренность в деятельности банка. Вследствие этого допускается разрыв (разница) между соответствующими по срокам суммами актива и пассива.

В целях управления данной разницей банки устанавливают обычно нормы соответствия активов и пассивов по сроку для тех их видов, которые чувствительны к изменениям процентных ставок. Если ожидается, что ставки процента будут возрастать, то разница должна быть положительной. Это приведет к тому, что в категорию с более высокими ставками переместится больше активов, чем пассивов, и чистый процентный доход банка увеличится «сверх» ожидаемого.

Также используются процентные фьючерсные контракты, процентный опцион, процентные свопы, срочные соглашения и страхование процентного риска. Необходимо также учитывать тот факт, что в результате уплаты заемщиком сумм процентов в результате инфляционного риска, возможен обесценивание.

В данном случае методом страхования риска является индексация, при которой в кредитном договоре оговаривается, что сумма платежа зависит от изменения определенного индекса, например, цен, а также заключение возобновляемых (револьверных) займов на короткий срок с правом их возобновления и пересмотра уровня ставки.

Для снижения валютного риска в основном используются следующие приемы:

1. Страхование от возможного падения курса валюты кредита, выдачей ссуд в одной валюте с условием ее погашения в другой с учетом форвардного курса, зафиксированного в кредитном договоре. Также предполагает передачу всего

риска страховой организации.

2. Форвардные валютные контракты, предполагающие заключение срочных соглашений между банком и клиентом о купле-продаже иностранной валюты при фиксации в соглашении суммы сделки и форвардного обменного курса.

Важным условием форвардного контракта является обязательность его исполнения. Однако и сам форвардный валютный контракт связан с определенным риском. Для банка он состоит в том, что клиент может оказаться не в состоянии выполнить свои обязательства по контракту. В этом случае банк окажется не способным продать валюту, которую клиент в соответствии с контрактом должен был купить или наоборот, приобрести валюту, которую впоследствии он должен был продать. При этом купля (продажа) соответствующего количества валюты на рынке может обернуться убытками для банка.

3. Валютные фьючерсные контракты, условия которых могут достаточно легко быть пересмотрены, и которые свободно обращаются на бирже финансовых фьючерсов.

4. Валютные опционы, дающие их владельцу право (а не обязательство) купить некоторое количество иностранной валюты по определенному курсу в рамках ограниченного периода времени или по окончании этого периода. Валютные опционы бывают двух типов: «call» и «put».

5. Валютные свопы, целью которых, помимо снижения долгосрочного валютного риска, является уменьшение затрат в связи с привлечением фондов. Валютный своп позволяет сторонам соглашения произвести обмен денежными доходами от какого-либо актива в одной валюте на аналогичные доходы в другой валюте. Такой своп направлен на снижение долгосрочного валютного риска и повышения доходности активов.

6. Ускорение или задержка платежей используется при осуществлении операций с иностранной валютой для защиты от валютного риска или получение выигрыша от колебаний валютных курсов.

7. Диверсификация валютных средств банка в иностранной валюте, предполагает постоянное наблюдение за колебанием курсов иностранных валют.

В борьбе по снижению рыночного риска используют фьючерсные контракты на куплю-продажу ценных бумаг, фондовые опционы, диверсификацию инвестиционного портфеля. Важнейшим средством защиты от обесценения ценных бумаг является диверсификация инвестиционного портфеля банка.

Управление кредитным риском осуществляется следующими способами [4]:

1. Оценка кредитоспособности. Кредитные работники обычно отдают предпочтение именно этому методу, поскольку он позволяет предотвратить практически полностью все возможные потери, связанные с невозвращением кредита. К определению уровня кредитоспособности заемщика существует множество различных подходов. Однако в последнее время в практике зарубежных банков все большее распространение получает метод, основанный на бальной оценке ссудополучателя. Этот метод предполагает разработку специальных шкал для определения рейтинга клиента. Критерии, по которым производится оценка за-

емщика, строго индивидуальны для каждого банка и базируются на его практическом опыте. Эти критерии периодически пересматриваются, что обеспечивает повышение эффективности анализа кредитоспособности.

2. Диверсификация кредитного риска предполагает рассредоточение имеющихся у банка возможностей по кредитованию и инвестированию. Кредитный риск возрастает по мере увеличения общего объема кредитования и степени концентрации кредитов среди ограниченного числа заемщиков. Кроме того, производится распределение кредитов по срокам, по назначению кредитов, по виду обеспечения, по способу установления ставки за кредит, по отраслям и так далее. В целях диверсификации осуществляется рacionamento кредита - плавающие лимиты кредитования, сверх которых кредиты не предоставляются вне зависимости от уровня процентной ставки.

3. Уменьшение размера выдаваемых кредитов одному заемщику. Этот способ применяется, когда банк не полностью уверен в достаточной кредитоспособности клиента. Уменьшенный размер кредита позволяет сократить величину потерь в случае его невозврата.

4. Страхование кредитов. Страхование кредита предполагает полную передачу риска его невозврата организации, занимающейся страхованием. Существует много различных вариантов страхования кредитов, но все расходы, связанные с их осуществлением, как правило, относятся на ссудополучателей.

5. Привлечение достаточного обеспечения. Такой метод практически полностью гарантирует банку возврат выданной суммы и получение процентов. При этом важным моментом является тот факт, что размер обеспечения ссуды должен покрывать не только сумму выданного кредита, но и сумму процентов по нему. Однако все же приоритет при защите от кредитного риска должен отдаваться не привлечению достаточного обеспечения, предназначенного для покрытия убытков, а анализу кредитоспособности заемщика, направленному на недопущение этих убытков, поскольку ссуда выдается не в расчете на то, что для ее погашения придется продать активы, служащие обеспечением, а на то, что она будет возвращена в соответствии с кредитным договором.

6. Выдача дисконтных ссуд. Дисконтные ссуды лишь в небольшой степени позволяют снизить кредитный риск. Такой способ предоставления кредитов гарантирует, как минимум, получение платы за кредит, а вопрос о ее возврате остается открытым, если не используются другие методы защиты от кредитного риска.

Таким образом, разработка мероприятий, основывающихся на основных методах по борьбе и профилактике рисков, является важнейшим компонентом стратегии банка в области риска.

На основании проведенного анализа можно составить рекомендации по борьбе и профилактике банковских рисков:

1. Обеспечение стабильности и повышение конкурентоспособности Сбербанка России на рынке банковских услуг. Для этого необходимо более активно внедрять в банковскую практику новые технологии предоставления финансовых услуг с учетом передового отечественного и зарубежного опыта; разработать ин-

струментарий повышения стабильности ресурсной базы банков; распространить практику управления рисками банковских учреждений, что будет способствовать снижению системных рисков работы банковского сектора в целом и отдельных учреждений в частности.

2. Разработка мер по профилактике и минимизации рисков за счет усовершенствования законодательно-нормативного обеспечения внутреннего рынка банковских услуг условий и порядка допуска на внутренний рынок иностранных банков; усовершенствование нормативно-правового обеспечения при осуществлении стресс-тестирования банков на основе использования методик, заимствованных из ЕС банками; вести дальнейшую работу по развитию системы инструментов снижения рисков банковской деятельности, в частности валютного риска и риска ликвидности.

Данные рекомендации, могут способствовать увеличению доходности банка и достижению минимизации рисков. При этом профилактические мероприятия необходимо осуществлять с учетом принципов системности и комплексности во внедрении новых видов услуг и постоянного совершенствования, повышения качества обслуживания клиентов банка.

Список литературы

1. Банковское дело: учебник для бакалавров / Т.М.Костерина. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2015. – 332 с. – Серия : Бакалавр. (6 с.)
2. Банковское дело : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности «Финансы и кредит» / Е.П.Жарковская. – 7-е изд., испр. И доп.. – М.: Издательство «Омега-Л», 2014. – 479 с. – (Высшее финансовое образование).
3. Банковский менеджмент: учебник / кол.авторов; под ред.д-ра экон.наук , проф. О.И.Лаврушина. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : КНОРУС, 2014. – 560 с.
4. Банковское дело: управление и технологии: Учеб. пособие для вузов / Под ред. проф. А.М. Тавасиева. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 863 с.
5. <https://ru.wikipedia.org/>
6. <http://www.cbr.ru/statistics/>
7. <https://www.sberbank.com/common/>

ВНУТРЕННИЙ КОНТРОЛЬ В УПРАВЛЕНИИ КОМПАНИЕЙ

Рамазанов Марат Абдулхаликович
ОЧУ ВО «Московская международная академия»

Аннотация: Статья посвящена исследованию сущности внутреннего контроля и обоснована необходимость его осуществления в процессе управления предприятием. Определены основные факторы, влияющие на эффективность осуществления внутреннего контроля. Также в статье автором предложена схема организации внутреннего контроля предприятий

Ключевые слова: контроль, внутренний контроль, управление предприятием, управленческое решение, финансовый менеджмент, планирование, внутренний аудит

INTERNAL CONTROL IN COMPANY MANAGEMENT

Ramazanov M.A.

Annotation: The article is devoted to the study of the essence of internal control and justified the need for its implementation in the process of enterprise management. The main factors affecting the efficiency of the implementation of internal control are identified. Also in the article, the author proposed a scheme for organizing internal control of enterprises.

Keywords: control, internal control, enterprise management, management decision, financial management, planning, internal audit

На современном этапе экономического развития одним из наиболее эффективных методов улучшения функционирования финансово-хозяйственной деятельности предприятия является организация системы управления, реализация воспроизведения которой, осуществляется благодаря выполнению основных функций управления - планирования, организации, мотивации и контроля.

При этом именно благодаря функции контроля субъект управления своевременно получает информацию о деятельности предприятия. Это дает ему возможность принять правильное управленческое решение. Именно поэтому на всех предприятиях создают специальные организации системы внутреннего контроля, осуществляющих непрерывное наблюдение состоянием предприятия. Вся полученная информация передается руководству организации для создания четкой картины ситуации и повышения оперативности принятия того или иного управленческого решения [Султанова М.К.2015:168].

К сожалению, в настоящее время действует четкая тенденция увеличения финансово-экономических злоупотреблений и неэффективного использования денежных средств предприятия, что влияет не только на конечные результаты, но и на экономику страны в целом. Именно по этой причине и возникает потребность в совершенствовании организации внутреннего контроля в процессе осуществления управленческой деятельности.

Целью статьи является теоретическое обоснование необходимости внедрения внутреннего контроля в системе управления предприятием.

Сегодня, вследствие кризисного состояния отечественной экономики, режима санкционного давления, нестабильности российского законодательства и постоянных изменений условий хозяйствования различных отраслей экономики возникли сложные проблемы, негативно влияющие на эффективность управления и функционирования предприятий. Поэтому вопросы повышения эффективности организации работы системы внутреннего контроля является весьма актуальным.

Проблемы организации работы системы внутреннего контроля деятельности предприятий исследовали в своих трудах многие зарубежные и отечественные экономисты, в частности и другие.

Однако вопросы, связанные с определением содержания внутреннего контроля и выявлении факторов, влияющих на эффективность системы внутреннего контроля при исследовании стратегии развития предприятия и устранении рисков в хозяйственной деятельности требуют дальнейшего исследования.

Для эффективного функционирования любого предприятия руководителю необходимо обладать достоверной информацией обо всех финансовых, экономических и денежных операциях, получить которую можно только через систему бухгалтерского учета и эффективного контроля [Рогоуленко Т.М. 2016: 55].

Внутренний аудит все чаще отождествляют с внутренним контролем, что является неверным, ведь внутренний аудит является лишь одной из его форм. Анализ научной литературы свидетельствует, что трактовка внутреннего контроля в различных источниках дается по-разному. Большинство ученых понимают его как систему мероприятий, которая осуществляется на предприятии с целью эффективного выполнения работниками своих обязанностей по обеспечению выполнения хозяйственных операций. То есть внутренний контроль определяет закономерность операций, их экономическую целесообразность для отдельно взятой организации.

Иногда в литературе встречается понимание внутреннего контроля как процесса, который направлен на достижение стратегических долгосрочных целей компании и являются результатами действий руководства по планированию, организации, мониторинга деятельности компании в целом и ее отдельных подразделений [Дубовик И.И. 2015: 24].

Система внутреннего контроля на предприятии создается для обеспечения надежности, законности, эффективности, безопасности осуществляемых операций и защиты от возможных потенциальных ошибок и нарушений. Контроль является важнейшим фундаментальным элементом управления на всех стадиях деятельности любой организации. Соответственно, такие функции управления как: планирование, мотивация, создание организационных структур неразрывно связаны с контролем, рассматриваемым как процесс достижения установленных организацией целей. А его сущность заключается не только в выявлении проблем, и их ликвидации, но и во внедрении различных мероприятий для предотвращения подобных ситуаций в будущем.

Исследуя вопрос внутреннего контроля каждый ученый трактует это понятие по-разному. Так, Т.А. Емелина и В.А. Курган считают, что внутренний контроль – это система контрольных процедур, плана организации и методов управления объектом с целью эффективного ведения бизнеса, защиты активов, предупреждения ошибок, эффективности учетных проверок и своевременного предоставления финансовой информации [Емелина Т.А., Курган В.А. 2015: 386].

Т.Б. Кувалдина, Д.Р. Лапин понимают внутренний контроль как «осуществляемый предприятием процесс проверки выполнения всех управленческих решений в сфере финансовой деятельности с целью организации финансовой стратегии и предотвращения кризисных ситуаций, которые могут привести к банкротству этого предприятия» [Кувалдина Т.Б., Лапин Д.Р. 2018: 18].

М.К. Султанова трактует понятие «внутренний контроль» как постоянную, ежедневную работу, которая исключает допуск злоупотреблений и дает возможность использовать ресурсы предприятия, включая человеческий капитал, в его пользу в соответствии с принятыми планами, а также защищает интересы работающих в соответствии с условиями коллективного договора» [Султанова М.К.2015:169].

По мнению Т.М. Рогуленко «внутренний контроль - это система мер, определенных руководством предприятия и осуществляемых на предприятии с целью наиболее эффективного выполнения всеми работниками своих обязанностей по обеспечению и осуществления хозяйственных операций» [Рогуленко Т, М.2016: 62].

И.И. Дубовик видит во внутреннем контроле систему предварительного, текущего и последующего контроля (кроме ревизии финансово-хозяйственной деятельности), которая создает определенный внутрихозяйственный или внутренний контроль, представляет собой систему постоянного наблюдения за эффективностью деятельности предприятий, сохранения и эффективного использования ценностей и средств, целесообразностью и вероятностью осуществляемых на предприятии операций и процессов [Дубовик И, И, 2015: 29].

Можно согласиться с точкой зрения Е.В. Шориной, которая утверждает, что в основе классификации видов контроля в зависимости от поставленных задач могут быть использованы различные критерии: «...природа субъектов контроля, их задачи, содержание контрольной деятельности, характер контрольных полномочий, характер взаимоотношений субъекта контроля с подконтрольным объектом, стадии управления, на которых проводится контроль, юридические последствия контроля». Подобные подходы в классификации контроля отражаются в большом количестве работ различных авторов. Сегодня уже можно говорить, что в экономической науке сложилась определенная точка зрения о критериях для выделения видов внутреннего контроля, к которым относят субъекты контроля, формы и методы контроля, периодичность и направленность контроля, время его проведения.

Обобщая вышесказанное, можно заключить, что основными критериями для выделения видов контроля являются задачи, которые призван реализовать контроль, а также его субъекты и объекты.

Таким образом, управленческий процесс является замкнутым циклом. То есть чем более сложным является предприятие, тем больше разнообразных специализированных организационных звеньев, существование которых необходимо для обеспечения эффективного и своевременного достижения поставленных целей.

Исходя из вышесказанного, можно сделать вывод, что процесс контроля является тем весомым инструментом, который дает возможность руководству обеспечить организацию необходимой информацией о ходе выполнения задач отдельными организационными звеньями, проверить и скоординировать их деятельность. Поэтому без постоянной проверки и регулировки процесса хозяйственной деятельности предприятия нельзя с уверенностью утверждать, что его деятельность способствует достижению заранее определенной цели.

Весомой проблемой в реализации эффективного управленческого процесса является отсутствие в деятельности предприятий надлежащей организации внутреннего контроля [Султанова М.К.2015: 171].

Систему внутреннего контроля организации можно обозначить как систему финансового и иного контроля, организованную руководителем в целях эффективной и упорядоченной работы организации, обеспечения выполнения политики руководства, охраны активов, а также обеспечения полноты и точности документов. [2]

Главными целями внутреннего контроля являются:

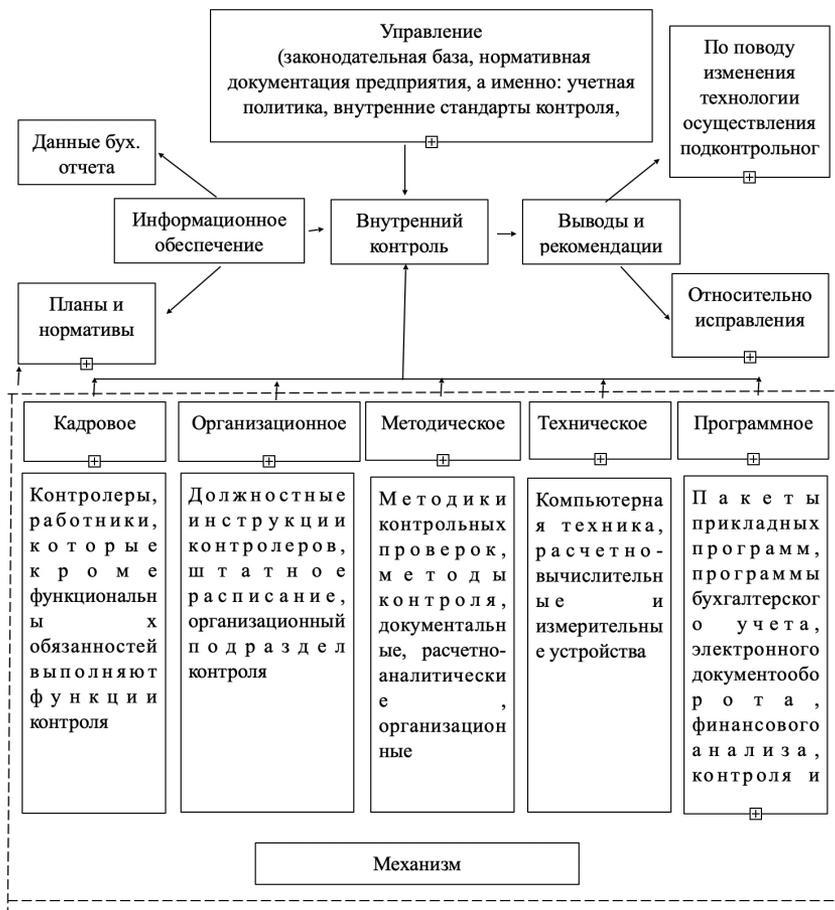
- достоверность, надежность и полнота информации;
- соответствие законодательству, политике, процедурам, и, соответственно, планам;
- сохранность материальных и нематериальных активов;
- эффективность использования ресурсов;
- достижение задач и целей организации.

Схему организации внутреннего контроля предприятий различных форм собственности, максимально прозрачно демонстрирует ее структуру и составляющие, что показано на рисунке 1.

Таким образом, представленная схема позволяет сделать вывод, что проблема неэффективного управления организацией внутреннего контроля остро стоит для многих предприятий через динамичность рыночной ситуации. Поэтому необходимы меры, направленные на совершенствование организации внутреннего контроля для повышения эффективности ее функционирования.

Компетентный, заслуживающий доверия персонал с четко определенными правами и обязанностями – самый важный элемент внутреннего контроля. Если персонал не будет отвечать самым высоким требованиям, вся система будет неэффективной, даже при том, что остальные составляющие системы будут правильно организованы.

Выполнение всех нужных формальных процедур при совершении хозяйственных операций работниками организации должно неукоснительно исполняться. Данный объект внутреннего контроля непосредственно связан с четким определением обязанностей и прав отдельного сотрудника. Каждый работник



должен, во-первых, знать, какие формальные процедуры ему необходимо совершить при исполнении своих должностных обязанностей, и, во-вторых, правильно их выполнять. Для этого для каждого работника в организации разработаны должностные инструкции, где четко прописаны ответственность и обязанности сотрудника.

Отдельные авторы выделяют такие недостатки, характеризующие современное состояние и эффективность работы служб внутреннего контроля, в частности финансового [Кувалдина Т.Б., Лапин Д.Р. 2018:20]:

- злоупотребление служебным положением (неуплата в полном объеме всех необходимых налогов;
- присвоение денег путем избыточного их списание по кассе; присвоение основных средств, учитываемое на балансе предприятия и др.);

- невыполнение или некачественное выполнение служебных обязанностей (пренебрежение важности документов, их подписание без «погружения» в содержание, проведение инвентаризации только на бумаге, осуществление покупательских операций там, где выгодно ответственному лицу, а не самому предприятию и т.п.);
- неправильная оценка операций по заготовке, производства или реализации с точки зрения целесообразности и рациональности.

Однако, важно не только сама констатация перечисленных недостатков, но и разработка системы профилактических мероприятий, которая предотвратит их появление в будущем.

Другой негативной тенденцией в системе внутреннего контроля является увеличение количества и частоты появления фактов правонарушений и случаев хищения имущества предприятия. Предотвратить это можно только путем обеспечения оптимальных связей всех элементов системы.

Для этого руководителю, прежде всего, необходимо четко определить базовую цель, задачи и принципы контрольной процедуры и определить возможное влияние различных факторов на инструментарий для достижения поставленных результатов.

Вместе с тем, на этом этапе важное место занимает своевременность и достоверность исходной информации об объекте, который находится под контролем, ведь именно от этого зависит эффективность функционирования всей системы.

Важную роль в решении этой проблемы играет уровень квалификации научных кадров, осуществляющих контроль предприятий, и регулярное повышение их профессионального уровня.

Для того, чтобы контроль был эффективным и удобным в использовании необходимо устанавливать прогрессивные технические и программные базы систем внутреннего и текущего контроля, обеспечивающие возможность точного и своевременного получения необходимых данных.

Разрабатывая перечень технических аспектов контроля управлению следует опираться и на нормативную базу, требования нормативно-правовых актов, регулирующих деятельность предприятия и внутренние регламентирующие документы, обеспечивая не только эффективный, но и правомерный контроль.

Таким образом, среди экономистов нет единства относительно определения сущности внутреннего контроля. По мнению большинства авторов, это политика и процедуры, принятые руководством организации с целью обеспечения регулярного и эффективного ведения хозяйственной деятельности.

Несомненным является факт, что целью внутреннего контроля является своевременное информирование руководства о состоянии предприятия и обеспечения возможности осуществлять контроль за ходом запланированных на предприятии работ. Ведь внутренний контроль играет важную роль на каждом этапе осуществления предпринимательской деятельности, является основой формирования полноценной кадровой политики и обеспечивает рост эффективности использования человеческого капитала.

Основными проблемами осуществления эффективного контроля в процессе управления все еще остается:

- отсутствие единого методологического обеспечения государственного финансового контроля;
- формирования соответствующей организационной культуры;
- низкая ответственность участников;
- недостаточное внимание контрольным действиям;
- отсутствие должного взаимодействия между органами государственного финансового контроля и несоординированность деятельности институтов, которые должны обеспечивать его действенность.

Список литературы

1. Дубовик И.И. Рекомендации Минфина по внутреннему контролю // Услуги связи: бухгалтерский учет и налогообложение. 2013. № 6. С. 24–33.

2. Емелина Т. А., Курганова В. А. Организация системы внутреннего контроля на предприятии как повышение конкурентоспособности персонала / Т.А. Емелина, В. А. Курганова / Молодой ученый. - 2015. - №22. - С. 386- 388

3. Кувалдина Т.Б., Лапин Д.Р. Учетно-аналитическая система экономического субъекта: настоящее и будущее // Учет. Анализ. Аудит. 2015. № 5. С. 16–26.

4. Рогуленко Т.М. Внутренний аудит (для бакалавров) / Рогуленко Т.М. под общ. ред. и др. – М.: 2016. - 184 с

5. Султанова М.К. Внутренний контроль в системе финансовой безопасности компании / М.К. Султанова. / В сборнике: Научный опыт и знания: историческое прошлое, настоящее и перспективы будущего сборник трудов Всероссийской научно-практической конференции. 2015. С. 168-177.

STEM-ОБРАЗОВАНИЕ И ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ ПРАКТИКИ В ШКОЛАХ СИНГАПУРА

Ратиева Ю.О
Московская Международная Академия, Москва

Аннотация: Последние два десятилетия сингапурские школьники показывают лучшие результаты в международных олимпиадах по STEM-дисциплинам, а также в таких международных исследованиях, как Международная программа по оценке образовательных достижений учащихся (*PISA*) и Международное мониторинговое исследование качества школьного математического и естественнонаучного образования (*TIMSS*). С целью выяснить причины успеха страны в образовательной сфере, автор показывает, как организовано STEM-образование и педагогические практики в школах Сингапура.

Ключевые слова: Сингапур, школьное образование, STEM-образование, педагогические практики, международные исследования

STEM-EDUCATION AND PEDAGOGIC PRACTICES IN SINGAPORE SCHOOLS

Ratieva Y.O.

Abstract: The past two decades Singapore pupils have been outperforming other countries in international competitions on STEM-subjects and in international achievement tests such as the Program for International Student Assessment (*PISA*) and the Third International Math and Science Survey (*TIMSS*). In the article, the author reviews the STEM-education and pedagogic practices in Singapore schools to learn how the country succeeded in education field.

Keywords: Singapore, school education, STEM-education, pedagogic practices, international research

Еще 50 лет назад большая часть населения Сингапура была неграмотна, сегодня же сингапурские школьники ежегодно занимают первые места в международных исследованиях и олимпиадах. Эта статья призвана рассмотреть школьное образование Сингапура, а именно организацию уроков по STEM-дисциплинам: математике, предметам естественнонаучного и технологического циклов (*Science, Technology, Engineering, Mathematics*), в которых школьники Сингапура добились наибольшего успеха.

Данная работа является одним из этапов подготовки к написанию магистерской диссертации на тему: «Современное состояние системы школьного образования Сингапура: особенности и важнейшие проблемы». Целью магистерской работы является выделение слабых и сильных сторон системы образования Сингапура, а также оценка целесообразности применения рассмотренного образовательного опыта в школах Российской Федерации на основе анализа истории формирования и эволюции образовательной модели школьного образования Сингапура и изучения общественного мнения. Одной из задач, поставленной для

достижения цели, стал анализ школьной образовательной системы Сингапура, а особенно STEM-образования. Далее в работе автор рассмотрит, как в сингапурских школах устроено математическое и естественнонаучное образование, а также выделит основные педагогические практики, применяемые в классе.

Современная система математического образования в Сингапуре, получившая международное признание после побед сингапурских школьников в международных исследованиях в 1990-е гг., вобрала в себя лучшее из теории и практики национального и мирового математического образования. Основой школьного математического образования в Сингапуре является пятикомпонентная схема, включающая в себя следующие элементы [4]:

1. понятия;
2. умения (осмысленное владение различными вычислительными алгоритмами);
3. процессы (для изучения и применения математических понятий обучающиеся должны комбинировать и использовать рассуждения, коммуникацию, стратегии, моделирование);
4. отношение к предмету (взгляды на математику и ее полезность, интерес, удовольствие от занятий, уверенность в своих силах);
5. метакогнитивные способности (самостоятельный выбор стратегий и методов в решении задач).

Отличительные черты школьной программы и учебников по математике [1]:

- 1) подход от конкретного к визуальному, затем к абстрактному;
- 2) метод моделей (позволяет обучающимся визуализировать абстрактные математические отношения, встречающиеся в учебных задачах);
- 3) обучение мастерству (начиная с ясного овладения понятиями, доводить до умения применять их для решения математических и практических задач);
- 4) концентрическое обучение (спиральная структура учебной программы);
- 5) больше глубины, меньше широты охвата материала. Меньше тем в течение года. Упор на прочное и осмысленное овладение материалом;
- 6) больше многоступенчатых задач (требующих применения нескольких понятий);
- 7) упор на овладение понятиями, на устные рассуждения и вычисления для лучшего понимания материала.

Большую роль в успехе сингапурских детей в математике играют математические учебники. Их важной характеристикой является то, что все изучаемые в них темы берутся из окружающей, привычной для детей жизни. В прохождении тем читателей сопровождают вымышленные персонажи – две девочки и два мальчика, участвующие в историях и комиксах юмористического содержания. Таким образом, новые понятия прежде всего иллюстрируются жизненными ситуациями и действиями. После этого они углубляются с помощью картинок и «иконок» и, наконец, происходит переход к формальной символике. Данный подход к изучению математики продолжается и в средней школе. Так, учебники для стандартного технического направления средней школы «Maths 360» обладают следующими особенностями:

1. Стимулирование мотивации к обучению и использования математического подхода в решении повседневных задач. Для этого используются проблемные жизненные ситуации, забавные истории и картинки, комиксы, проводятся дискуссии и групповая работа.

2. Облегчение понимания материала. Для этого используются интерактивные компьютерные программы, даются примеры с решениями, где в процессе решения обращается внимание на узловые моменты, чтобы помочь обучающимся видеть связи между математическими идеями; в конце каждого раздела резюмируются изученные ключевые идеи и формулы [7].

Естественные науки в школах Сингапура изучаются в составе интегрированного предмета Science (Естествознание). Содержание этого предмета структурируется не по отдельным естественнонаучным дисциплинам, а по нескольким интегрированным темам, позволяющим обучающимся обнаруживать связи между вопросами разных естественных наук. Перечень этих тем в начальной школе выглядит так: «Разнообразие», «Циклы», «Системы», «Взаимодействия», «Энергия». В средней школе: «Разнообразие», «Модели», «Системы», «Взаимодействия» [5].

Стоит обратить внимание на то, что в средней школе появляется такая новая тема, как «Модели». Это объясняется тем, что абстрактное мышление, требуемое для модельных представлений, достигает необходимого уровня развития только к среднему школьному возрасту. Еще одно отличие между естественнонаучными программами начальной и средней школы состоит в том, что в программе средней школы присутствует вводная тема «Научный метод», которая обобщает знания из начальной школы о естественных науках как о способе изучения и понимания природного мира [9].

Предмет Design & Technology (Проектирование и технология) изучается на всех направлениях средней школы. Основная задача обучающихся в рамках данного курса состоит в том, чтобы разработать уникальный продукт, отвечающий определенным нуждам и обладающий функциональным дизайном. Школьники учатся [3]:

Реализовывать свои идеи на практике;

Собственными силами решать стоящие перед ними задачи и находить пути преодоления сложностей;

Составлять и грамотно использовать эскизы, чертежи, 3D-модели и пр., экспериментировать и прототипировать;

Понимать принципы работы различных устройств, механизмов и систем, свойства материалов.

В качестве примера проекта в рамках предмета «Проектирование и технология» можно привести устройство для защиты велосипедиста от дождя, крепящееся на корпус велосипеда – разработку обучающегося 3-го класса сингапурской средней школы.

Учебная программа предмета «Проектирование и технология» включает 6 ключевых направлений:

Основы проектирования. Данная часть программы дает базовые знания,

необходимые для разработки собственных продуктов, в таких областях, как эргономика, антропометрия, дизайн и пр.

Основы технологии. Изучение различных типов конструкций, устройств, механизмов и материалов.

Проектно-ориентированные знания и навыки. Изучение социального, экономического, культурного и др. контекстов осуществляемой проектной деятельности.

Проектное мышление. Развитие проектного мышления – мышления, направленного на поиск эффективных решений путем анализа предметов и явлений окружающей среды с точки зрения их функциональности.

Эскизное проектирование. Эскизное проектирование – этап визуального осмысления образа создаваемого продукта, необходимый для развития первоначальной идеи и обоснования целесообразности разработки.

3D-моделирование. Обучение созданию и редактированию 3D-прототипов проектируемых продуктов.

По окончании курса обучающийся должен уметь:

Определять актуальность разработки и задачи, которые она должна выполнять;

Генерировать и разрабатывать проектные идеи;

Принимать эффективные проектные решения, основанные на объективных факторах;

Составлять наброски в различных формах для разработки и улучшения идей;

Пошагово планировать составление прототипов;

Оперативно составлять модели и макеты для анализа и тестирования идей; Эффективно использовать электронику/механизмы в своих разработках; Работать с различными типами материалов.

В работе учителя важно не просто дать детям знания, но и увлечь каждого в классе, чтобы каждому ученику было интересно участвовать в уроке, и никто не оставался в стороне. С этой целью в сингапурских школах широко используются практики групповой работы в классе, основанные на идеях таких психологов, как Курт Левин, Джон Дьюи, Мортон Дойч, Жан Пиаже, Лев Выготский, а также на приемах кооперативного обучения, сформулированных профессором Спенсером Каганом. При использовании традиционной модели урока во время ответа одного обучающегося остальная часть класса, как правило, бездействует или занимается другими заданиями. Групповая же работа по методике кооперативного обучения помогает вовлечь в обсуждение всех учеников. Учителя, которые применяют такую методику, образуют в классе не просто группы, а команды. Рассмотрим отличия групп и команд более подробно.

Во-первых, в группах для успешного решения задачи необходима лишь индивидуальная деятельность каждого из членов этой группы. В случае команды успех будет зависеть от индивидуального вклада каждого ее члена в достижение общей цели. Второе отличие заключается в том, что ученики в группах отвечают только за себя и результат деятельности всей группы не является их ответствен-

ностью. В команде же каждый ученик несет ответственность за результат. В-третьих, члены команды разделяют не только общую цель, но и общие обязательства, что делает обучающихся более заинтересованными.

Для лучшего понимания того, как именно педагоги организуют деятельность учеников на уроке, рассмотрим основные приемы и практики, используемые в школах Сингапура [2][6].

Numbered Heads Together («Пронумерованные ученики работают вместе»). Каждому обучающемуся в группе учитель присваивает собственный порядковый номер, после этого он объявляет проблему или вопрос. Все обучающиеся в группе готовят ответ на этот вопрос и вместе обсуждают варианты. Вся команда должна быть уверена, что любой ее участник может ответить на этот вопрос. Случайным образом (например, по жребию) учитель вызывает к доске учеников под определенными номерами (например, номера 3 из каждой группы). Обучающиеся, чьи номера выпали, пишут ответы на доске от имени своих команд. Помощь со стороны остальных членов команды не допускается. Когда все вызванные обучающиеся готовы, они одновременно показывают написанные ответы классу. Учитель проверяет написанное, проводится обсуждение.

Timed Pair – Share («Поделись с партнером – представь классу в течение определенного времени»). Учитель группирует обучающихся парами по какому-либо специфическому критерию, связанному с темой урока (например, по наличию противоположных точек зрения). Каждому обучающемуся дается несколько минут на презентацию своего мнения партнеру. По окончании обсуждений учитель просит всех «номеров 1» или «номеров 2» подытожить оба ответа и высказаться перед классом, либо продолжить обсуждение совместно с другой парой.

Think – Pair – Share («Подумай – поделись с партнером – представь классу»). Обучающиеся получают индивидуальные задания и обдумывают ответы на них (Пример: работа с текстом. Обучающиеся разделены на пары или группы. У всех групп одинаковый материал, но с разными пропущенными частями, содержание которых предлагается обдумать и составить по нему ряд вопросов). Обучающиеся обсуждают результаты индивидуальной работы в парах или группах, задавая вопросы, делая исправления, дополнения, т.е. углубляя собственные знания по вопросу. (Пример: запросить информацию о недостающей в тексте информации и самому поделиться имеющимися сведениями). Результаты пары или группы представляются всему классу (Пример: у всех групп получается полностью собранный материал, который необходимо представить).

Jigsaw Puzzles («Пазл»). Учитель объединяет учеников в группы по 5-6 человек и дает им задание разобрать учебный материал, который заранее разбит на логические или смысловые блоки. Каждый ребенок в группе изучает свою часть материала. Ученики, которые разбирают одинаковый вопрос, но находятся в разных группах, проводят «встречу экспертов», т.е. собираются вместе и обмениваются знаниями по теме. После этого «эксперты» возвращаются обратно к своим группам и рассказывают товарищам то, что только что узнали. Так делает каждый участник группы. Далее каждый член команды должен отчитаться по изученному материалу перед учителем.

Преимущество данного подхода в том, что единственный путь освоить все блоки информации – это внимательно слушать товарищей по группе, задавать им уточняющие вопросы, вычленять и записывать основную информацию в тетрадь. В то же время каждый ученик контролирует деятельность других членов команды, поскольку недобросовестное выполнение задания одним человеком может повлиять на оценку всей группы.

Corners («Углы»). Учитель задает ученикам вопрос и говорит, что каждый из углов класса соответствует определенному варианту ответа. Обучающиеся обдумывают вопрос и в зависимости от выбранных ответов распределяются по углам, где участвуют в обсуждениях со своими единомышленниками. Представитель каждого угла резюмирует мнения членов группы и обосновывает выбранный вариант ответа. Обучающиеся получают возможность перейти в другие углы класса, если представленные аргументы повлияли на их мнение. Подводятся итоги задания.

Round Robin («Поочередные ответы») – обучающиеся отвечают по очереди в команде. Существует несколько вариаций данной практики. Например, в «Continuous Round Robin», т.е. «Циклические ответы по очереди», команды обсуждают вопрос на протяжении нескольких кругов, а в Think-Write-Round Robin («Подумай – запиши – обсуди в команде») ученики обдумывают ответы, записывают их и по очереди обсуждают.

Anticipation-Reaction Guide («Предположения и реакция»). Данная практика позволяет сравнить знания и точки зрения учеников по теме до и после изучения темы урока. Учитель раздает обучающимся листки, на которых изложен ряд ключевых утверждений, касающихся еще не изученного материала. Обучающимся предлагается обдумать утверждения и указать свое согласие или несогласие с ними в колонке «до». Учитель объясняет материал урока. В конце урока обучающимся предлагается снова прочесть утверждения и заполнить колонку «после». В классе проводится групповое, парное или общее обсуждение результатов опроса. Ученики анализируют ответы в двух заполненных колонках, определяя, что конкретно повлияло на изменение их мнений и какие новые знания были приобретены в ходе урока.

Методика кооперативного обучения, практикуемая в Сингапуре, насчитывает ряд недостатков [8]:

случается так, что в одной группе оказываются совершенно разные по силе ученики. Таким образом, финальная оценка, которую получают все члены группы, может быть несправедливой для одного конкретного ученика, поскольку не будет отражать его вклад в работу;

разными по силе могут оказаться не только ученики в группе, но и сами группы в целом. В данном случае решить ситуацию можно скорректировав задание, сделав его разным по сложности для всех групп. Однако в таком случае появляется проблема «весового» наполнения оценки;

учителям, ведущим практические и лабораторные работы, может быть трудно оценить, насколько тот или иной ученик хорошо овладел набором тех навыков, на развитие которых был нацелен урок.

Проведенное исследование позволило сделать несколько выводов. Во-первых, успех системы образования Сингапура в STEM-дисциплинах во многом обуславливается креативным подходом к обучению: учебные материалы содержат комиксы, сказки, нестандартные задачи, забавные примеры из жизни и истории, - всё это помогает учителю удерживать внимание детей на предмете. Во-вторых, обучение химии, физике и другим естественнонаучным предметам структурировано не по отдельным дисциплинам, а по нескольким интегрированным темам, что позволяет ученикам лучше видеть связи между вопросами разных естественных наук. В-третьих, ученикам предоставляется возможность самостоятельно разработать уникальный продукт, что положительно влияет на способность ребенка самостоятельно решать задачи, грамотно пользоваться информацией и понимать принципы работы различных устройств. В-четвертых, для более успешного усвоения материала учениками, педагоги используют групповую работу по методике кооперативного обучения, что не только лучше концентрирует внимание детей на предмете, но и учит их работать в команде.

Список литературы

1. Документ «Преподавание математики: учебная программа по математике в Сингапуре» (Teaching Mathematics Pedagogy – Singapore Mathematics Curriculum Framework). Эндрю Фонг. Официальный веб-сайт Международной ассоциации издателей. [<http://www.internationalpublishers.org/images/whatworks/2015/andrewfong.pdf>] (12.01.2019)
2. Документ «Приемы кооперативного обучения. Наиболее часто используемые приемы» (Cooperative learning structures. A description of some of the most commonly used structures). Личный сайт Риты Менендез. Рита Менендез. [<http://schoolsandsocietytamumenendez.pbworks.com/w/file/fetch/48014139/cooperative%20learning%20structures.pdf>] (25.03.2019)
3. Документ «Проектирование и технология – программа обучения и преподавания» (Design & Technology Teaching and Learning Syllabus). Министерство образования Сингапура. [<https://www.moe.gov.sg/docs/defaultsource/document/education/syllabuses/sciences/files/2017-d-amp-t-lower-secondary-syllabus.pdf>] (27.03.2019)
4. Документ «Учебный план по математике в старших классах» (*Mathematic Syllabus: Pre-University*). Официальный веб-сайт Министерства образования Сингапура [<https://www.moe.gov.sg/docs/default-source/document/education/syllabuses/sciences/files/pre-university-h1-mathematics.pdf>] (27.03.2019)
5. Документ «Учебный план: науки» (Science Syllabus). Министерство образования Сингапура. [<https://www.moe.gov.sg/docs/default-source/document/education/syllabuses/sciences/files/science-primary-2014.pdf>] (26.03.2019)
6. Книга «Интеграция ИКТ в языковое обучение и преподавание» (Integrating ICT into language teaching and learning: Cooperating learning strategies). Тенгку Сепора Тенгку Махади, Томас Чау Вун Фу, Джули Чуа Суан Чу. Гугл книги. [<https://books.google.ru/books?id=OakIDwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=ru#v=onepage&q&f=false>] (25.03.2019)

7.Статья «Математическое образование в Сингапуре: традиции и инновации» И. С. Сафуанов Ильдар Суфиянович, Атанасян Сергей Леонович. Научная электронная библиотека КиберЛенинка. [<https://cyberleninka.ru/article/v/matematiceskoe-obrazovanie-v-singapore-traditsii-i-innovatsii>] (27.03.2019)

8.Статья «Метод кооперативного обучения как альтернатива традиционным формам групповой работы в процессе обучения». Образовательный интернет-проект «Инфоурок». Мухаметова Диана Радиковна. [<https://infourok.ru/nauchnaya-rabota-na-temumetod-kooperativnogoobucheniya-kak-alternativa-tradicionnim-formam-grupповой-raboti-v-processe-obucheni-1184792.html>] (25.03.2019)

9.Статья «Особенности образовательной программы по естествознанию республики Сингапур: начальная и основная школа». Пентин Александр Юрьевич. Научная электронная библиотека КиберЛенинка. [<https://cyberleninka.ru/article/v/osobennosti-obrazovatelnoy-programmy-po-estestvoznaniyu-respubliki-singapur-nachalnaya-i-osnovnaya-shkola>] (15.03.2019)

УПРАВЛЕНИЕ РАБОЧИМ ВРЕМЕНЕМ ПЕРСОНАЛА: ЗНАЧЕНИЕ И МЕТОДИКА

*Рогозильников И.А.,
магистр
ОЧУ ВО «Московская международная академия»*

Аннотация: в статье рассмотрена актуальность формирования системы управления рабочим временем персонала. Перечислены этапы управления рабочим временем и методы оценки эффективности. Проанализированы ключевые факторы, формирующие проблемы в процессе управления рабочим временем персонала. Рассмотрены основные программы, которые используются для автоматизации управления рабочим временем.

Ключевые слова: рабочее время; управление временем; тайм-менеджмент; рабочее время персонала

MANAGEMENT OF PERSONNEL WORKING TIME

Annotation: the article considers the relevance of the formation of a staff time management system. Lists the steps of time management and performance evaluation methods. Analyzed the key factors that form problems in the process of managing staff time. We consider the main programs that are used to automate the management of working time.

Keywords: working time; time management; time management; staff time

Время – ресурс, которым дорожит каждый человек и каждая организация. Именно управление временем зачастую отвечает за успех в реализации плана, достижения целей, выполнения оперативных задач и т.д. В связи с ростом числа бизнес-процессов в каждом предприятии, увеличивается сумма затрат времени на их организацию, планирование и контроль. По этой причине, так званное понятие «тайм-менеджмент» становится все более популярным атрибутом в управлении компаниями, а иногда входящим элементом в системе управления. Это связано, в первую очередь, с тенденцией увеличения числа бизнес-процессов, которые затрагивают ограниченный ресурс времени и не позволяют им эффективно распоряжаться, как того требуют условия конкурентных рынков.

Актуальность научного исследования на тематику управления рабочим временем персонала связана именно с увеличением числа разнообразных бизнес-процессов, которые требуют применение одного или другого труда со стороны сотрудников. При этом, формирование дефицита рабочего времени – это негативный фактор, приводящий к замедлению операционного цикла предприятия и нарушению сроков «входа ресурсов – выхода продукции».

В случае, если руководство организации не устраняет дефицит рабочего времени, возможны различные негативные последствия, как ухудшение финансовой устойчивости компании, так и ее законная ответственность за переработку своих сотрудников и не оплату их труда. Таким образом, целью

научной статьи является анализ основных принципов управления рабочим временем персонала.

Исходя из теоретического исследования, можно сделать утверждение о том, что управление временем рабочего персонала – это процесс управления временными ресурсами, который состоит из следующих этапов:

- анализ распорядка дня и времени;
- моделирование стратегий с учетом результатов анализа;
- постановка цели или ключевого направления развития;
- планирование и расстановка приоритетов задач;
- реализация – конкретные шаги по достижению целей;
- контроль по достижению целей, подведение итогов, результатов и их дальнейший анализ с целью корректировки тайм-менеджмента.

При анализе рабочего времени персонала используются различные методы оценки, основными из которых выступают:

- коэффициент использования рабочего времени (1 – перерывы в работе/ фонд рабочего времени);
- коэффициент затрат рабочего времени на личные потребности и отдых работников (затраты времени на личные потребности/фонд рабочего времени).

Как правило, дефицит рабочего времени формируется у рабочего персонала по причине следующих факторов [1]:

- постоянная спешка из-за чего сотрудники не могут концентрироваться на выполнении задач;
- отсутствие четкого распределения и ранжирования задач по их степени важности;
- постоянные доработки дома, что уже первый шаг к тому, чтобы персонал был демотивирован;
- большой поток рутинных дел, которые занимают рабочее время;
- непредвиденные обстоятельства, которые воруют рабочее время; зачастую к ним относятся телефонные звонки, беседы с коллегами и мессенджеры;
- суетливость, что говорит об изначально не правильном планировании рабочего времени;
- слабый уровень мотивации трудовой деятельности работников.

На сегодняшний день острым встает вопрос эффективного управления рабочим временем персонала, ведь как показывает процесс оценки организации труда и рабочего места, практически у каждого предприятия России есть подразделения, где распорядок рабочего дня неоптимальный и тем самым не используются свободные резервы повышения эффективности трудовой деятельности сотрудников. В частности, это влияет и на общий уровень производительности труда, что формирует финансовые и экономические показатели производственной деятельности предприятия.

Как правило, в современном бизнесе многие сотрудники впустую используют свое рабочее время. Это приводит к тому, что от 10 до 50 процентов трудового распорядка тратиться на те процессы, операции и действия, которые не формируют дополнительную стоимость продукции или компании.

Первой ключевой проблемой управления рабочего времени персонала является поглощение времени в связи с зависимостью сотрудников от Интернета (что крайне актуально в условиях цифровизации экономики и предпринимательских структур). Как показывает ряд исследований, наиболее посещаемыми сайтами на рабочем компьютере являются спортивные и новостные программы, социальные сети, онлайн игры и сайты содержания сомнительного характера. Это приводит к тому, что снижается работоспособность и производительность труда, снижается степень безопасности корпоративной сети, ограничиваются пропускные возможности Интернета в офисах и увеличиваются переменные затраты на обеспечение связи.

Сегодня существуют различные методы и подходы к управлению рабочим временем персонала. Однако, учитывая современные тенденции развития цифровых технологий, логичным выглядит использование компьютерных программ автоматизации процессов, которые позволят выстроить тайм-менеджмент наиболее эффективным способом.

Выделим следующие актуальные программы учета и управления рабочим временем персонала компании [2]:

- StaffCounter – система для определения продуктивности работы сотрудника, в рамках которой учитывается и анализируется все время, которое работник проводит за своим рабочим девайсом;

- Kickidler – система слежения за работниками, которая, как и предыдущая программа учитывает все действия за рабочим компьютером, однако, дополнительной функцией является запись его рабочего стола, что позволяет до точности проанализировать его действия;

- Biotrack – система учета за действиями персонала в предприятиях, где не используются компьютерные девайсы; например, актуально для ресторанов, где контролируется рабочее время сотрудников и обслуживающего персонала;

- Yaware.Mobile – система контроля мобильных сотрудников, где идет учет действий и анализа местонахождения рабочего персонала, который работает на выезде.

При этом, ни одно программное обеспечение не способно ликвидировать все трудности, возникающие во время управления рабочим временем персонала. Огромную роль в формировании эффективной системы тайм-менеджмент играют профессиональные возможности руководителя организации или рабочей группы. Однако, существуют следующие мифы, которые утруждают формирование эффективной системы управления рабочим временем персонала на российских предприятиях [4]:

- универсального метода управления рабочим временем – не существует;
- тайм-менеджмент не помогает экономить рабочее время, он формирует высокий уровень производительности труда и выполнения операционных задач;
- игнорирование тайм-менеджмента, поскольку он не работает – неверное решение.

Другим альтернативным решением является правильное планирование рабочего времени, распорядка рабочего дня и задач каждого сотрудника

предприятия. Так, на сегодняшний день известны три основных метода планирования рабочего времени [3]:

- принцип Парето (согласно данному принципу 20% усилий и времени приводят к 80% результатов, и наоборот, 80% усилий и времени приводят далее к оставшимся 20% результата. Исходя из этого, рациональным является планирование рабочего времени, где произведена ранжировка задач по трудности и важности. Так, в начале рабочего дня выполняются наиболее трудные задачи, а наиболее легкие остаются под конец дня);

- ABC-планирование (данный принцип является совершенным методом Парето, поскольку именно в ее рамках планирование задач и работы происходит по степени трудности и важности. Так, все задачи сотрудников делятся на 3 ключевые категории: самые значимые задачи, просто значимые задачи и наименее значимые задачи. Выполнение задач происходит от первой категории до последней, чтобы к концу рабочего дня остались невыполненными только те задачи, которые особую роль на общий результат производственного процесса предприятия не влияют);

- метод Эйзенхауэра (данный принцип включает в себя ответ на два поставленных вопроса: привык ли сотрудник разбрасываться рабочим временем выполняя одну срочную задачу вместо другой; не получается ли, что многие срочные задачи из-за этой вредной привычки остаются нерешенными. В рамках данного метода формируется 4 группы задач, от наиболее важных до наименее важных и срочных).

Так, анализируя все три основных метода планирования рабочим временем необходимо заметить их сильную схожесть, ведь каждый из них включает в себя процесс ранжирования задач и расстановки от наиболее важных до наименее важных. При этом, в первую половину рабочего дня необходимо выполнять срочные и важные задачи, а под конец оставлять наименее необходимые работы.

Исходя из этого, можно предложить разработку нового метода управления рабочим временем персонала, который формируется из следующих процессов:

- анализируется рабочее время персонала в прошлом времени, определяются факторы, которые отвлекают их от выполнения задач;

- классифицируются задачи по ранжировке важности и трудности (ранжировка зависит от количества задач. Если их 5 в день, то ранжировка идет от 1 до 5, и т.д.);

- вносятся короткие перерывы (5-15 минут) после выполнения каждой задачи сотрудником, на удаление внимания их отвлекающим факторам (установленных на первом процессе);

- рабочие переговоры, встречи, заседания устанавливаются под конец рабочего дня.

Таким образом, при помощи такой методики управления рабочим временем возможно решение вопроса отвлекающих факторов и действий сотрудников, однако, без использования жесткого принципа контроля, а при помощи переноса данных моментов на короткие перерывы, которые сотрудники получают по выполнению отдельных задач. В целом же, необходимо повторить важность

того, что необходима ранжировка задач по важности и трудности выполнения, вследствие чего, с первой половины дня необходимо решение наиболее тяжелых задач.

Таким образом, процесс управления рабочим временем персонала – важный элемент общей системы менеджмента, при помощи которого формируется контроль над производительностью труда сотрудников. Универсального метода и механизма управления рабочим временем нет, однако, необходимо применение строгих нормативов и программного обеспечения, которые помогут исключить вероятность формирования дефицита рабочего временем.

Список литературы

1. Мыздрикова А.Ю., Расторгуева О.В., Панявина Е.А. Тайм-менеджмент как новое направление в современном управлении // Современные наукоемкие технологии. – 2014. – № 7-3. – С. 49-51.

2. Управление рабочим временем: 11 самых эффективных методов. URL: <https://www.kom-dir.ru/article/1822-upravlenie-rabochim-vremenem> (дата обращения 19.04.2019).

3. Зидра А.А., Шавырина И.В. Тайм-менеджмент в процессе управления персоналом. URL: <https://novainfo.ru/article/11987> (дата обращения 19.04.2019).

4. Планирование рабочего времени. URL: <https://practicum-group.com/blogs/stati/planirovanie-rabochego-vremeni/> (дата обращения: 11.05.2019).

5. Методы контроля рабочего времени. URL: <https://searchinform.ru/kontrol-sotrudnikov/uchet-rabochego-vremeni/metody-kontrolya-rabochego-vremeni/> (дата обращения: 11.05.2019).

6. Как управлять рабочим временем сотрудников. URL: <http://www.top-personal.ru/issue.html?2403> (дата обращения: 11.05.2019).

ИЗМЕНЕНИЕ РОЛИ ФИНАНСОВО-ПРОМЫШЛЕННЫХ ГРУПП (ЧЕБОЛЬ) В РЕСПУБЛИКЕ КОРЕЯ С 1997 ГОДА

Рожков П.В.
Московская Международная Академия

Аннотация: Рассматриваются изменения роли системы финансово-промышленных групп Республики Корея, произошедших в период после Азиатского финансового кризиса 1997-1998 гг. до вступления в должность Пак Кын Хе в 2013 году вкупе с комплексом правительственных реформ за тот же период и их влияние на дальнейшее создание тенденций в развитии корейских чеболь. Исследуется влияние финансово-промышленных групп на экономический и политический курс страны, выделяются новые особенности взаимодействия ФПГ с правительством Республики Корея после Азиатского финансового кризиса 1997-1998 гг.

Ключевые слова: Азиатский финансовый кризис 1997-1998гг., Республика Корея, финансово-промышленные группы, внутренняя политика, чеболь

TRANSFORMATION OF THE ROLE OF FINANCIAL INDUSTRIAL GROUP (CHAEBOL) IN SOUTH KOREA AFTER 1997 ASIAN FINANCIAL CRISIS.

Rozhkov Petr

Abstract: Examines the changes in the role of the system of financial-industrial groups of the Republic of Korea that occurred in the period after the Asian financial crisis of 1997–1998 until 2010, coupled with a set of government reforms over the same period, and their impact on the further creation of trends in the development of Korean chaebol. The influence of financial and industrial groups on the economic and political course of the country is explored, new features of interaction between FIGs and the Government of the Republic of Korea after the Asian financial crisis of 1997-1998 are highlighted.

Keywords: 1997 Asian financial crisis, South Korea, financial industrial group, inner policy, chaebol

Для начала стоит дать определение чеболь и дать краткий исторический контекст, в котором Республика Корея подошла к рубежу XXI века. Чеболь – южнокорейская форма финансово-промышленных групп, представляющая собой группу формально самостоятельных фирм, находящихся под единым финансовым и экономическим контролем в собственности определенной семьи. В 1990-е года Южная Корея активно включается в мировой рынок и становится значимым игроком в своем регионе. Вектор производства переносится с тяжелой промышленности на высокотехнологичные отрасли, а именно электронику, производство полупроводников, информационные технологии и т.п. Темп экономического роста был стабильно высоким и составлял 8,6% в 1994 г., 8,9% в – 1995 г. [9]. Продолжался и рост ВВП, который в 1995 году составил 10 тыс. долларов на душу населения.

В данный период продолжается рост и расширение финансово-промышленных групп (чеболь) как на внешних рынках, в частности расширение рынков товарооборота в Китае, Восточной Европе, России, Индонезии, так и на внутренних, в частности, окончательное закрепление роли движущей силы экономики Южной Кореи. Уже в 1989 году 50 наиболее крупных финансово-промышленных групп обеспечивали 70% товарооборота Республики Корея. [5]. Подобное развитие активно способствовало превращению центральных чеболь в транснациональные корпорации.

Однако стоит отметить, что на тот момент экономика Кореи в значительной степени полагалась на иностранные инвестиции и вложения. По-прежнему продолжалось увеличение кредитной задолженности ФПГ, которая началась практически с основания ФПГ, благодаря льготным условиям существования (с 1960 годов). Реформа чеболь, которая была предпринята президентом Ким Ён Самом, провалилась, поскольку руководящий состав ФПГ ей сопротивлялся.

Все вышеперечисленное с учетом слабой системой контроля, как банковской, так и финансовой, стало причиной того, что Республика Корея пострадала от Азиатского финансового кризиса 1997-1998гг. Активы компаний не соответствовали действительности, поэтому суммы кредитов, которые корпорации брали у международных организаций, не соответствовали их реальным возможностям. В некоторых случаях соотношение заемного капитала к собственному капиталу компании составляло больше 400%. В конце 1998 года задолженность по кредитам составляла более 63 млрд. долларов, что равнялось примерно 21% ВВП Республики Корея в 1997 году. [4]. Также свою отрицательную, в данном случае, роль сыграла тесная связь стран Юго-Восточной Азии, поскольку их тесное взаимодействие в экономической и финансовой сферах в условиях кризиса имело крайне неблагоприятный эффект. Падение ВВП в 1998 году составило 5,7% [Эл. рес. 1], южнокорейская вона существенно ослабила позиции по отношению к американскому доллару – почти в три раза, также золотовалютный резерв был истощен и оказался на критически низком уровне (около 5 млрд долл.) [1].

Кроме того, не самой последней причиной такого эффекта кризиса стали: монополизм системы чеболь, повсеместное распространение коррупции, приоритет клановых и семейных связей [5]. Все эти явления во многом были спровоцированы специфическим путем развития чеболь. До 1979 года государство контролировало корпорации, поскольку на первичном этапе становления подобное вмешательство было необходимо, однако, оно затянулось. Поэтому, когда в 1980-е года чеболь предоставили больше свободы, они просто не могли действовать в условиях рыночной экономики. С одной стороны, им дали свободу, с другой – государство продолжило давать кредиты без обязательств и гарантий.

Азиатский финансовый кризис поставил правительство перед вопросом реформирования экономической системы. Более того, помощь, которую предлагал Международный Валютный Фонд, предоставлялась только с условием проведения реформ. Для реформирования экономики выделили четыре основных направления: финансовая сфера, государственное управление, рынок труда и

корпоративное устройство. В процесс реформирования были вовлечены чеболь, правительственный аппарат и финансовые институты. Правительство попыталось изменить существующую, исторически сложившуюся, систему отношений с ФПГ и провести их реструктуризацию в сторону разукрупнения. Результатом стало значительное улучшение экономической и финансовой ситуации, например, в 1999 и 2000 гг. темп роста экономики составил около 10% в год, а инфляция составила 0,8% и 2,3% процента соответственно. [Эл. рес. 1].

Однако поскольку данные преобразования были проведены под воздействием требований МВФ, последующие реформы вызывают все большее сопротивление со стороны ФПГ.

После стабилизации экономической ситуации большинство чеболь решило, что острый кризисный момент остался позади, поэтому считали, что правительство должно ослабить давление на ФПГ и концерны смогут вернуть свое прежнее положение и влияние [6]. Если в 1998 году, в критический период кризиса, компании были готовы сотрудничать, то к концу кризиса и после, стали проявлять гораздо больше упорства и несговорчивости. «Десятипроцентный рост южнокорейской экономики в 2005 г., вызванный девальвацией воны и восстановлением функционирования кредитной системы, – как отмечал Штефан, – породил среди владельцев и топ-менеджеров, ведущих чеболь, иллюзию возможности воссоздать прежний механизм развития» [4].

ФПГ решили развернуть широкомасштабную кампанию в СМИ с целью привлечения на свою сторону население Кореи. Эта кампания была направлена на критику реформ правительства, подразумевавших дальнейшую реструктуризацию крупных чеболь, а основным обвинением высказывалось желание правительства ослабить крупный бизнес Кореи в угоду иностранным конкурентам. С целью помешать реформам, ФПГ намеренно увеличивали стоимость некоторых подразделений, чтобы сохранить их за собой. В целом, концерны надеялись вернуться к прежней системе взаимодействия с правительством и финансовыми структурами.

Переломным моментом в противостоянии между правительством и ФПГ явился этап постреформ, когда началось юридическое вмешательство в дела компаний, например, «Korean Air», «Hyundai» и других, обвинявшихся в уклонении от налогов, махинациях на бирже и т.п. В то же время происходила реструктуризация финансовых отделений и банков компаний. Более того, был принят ряд мер по защите малого и среднего бизнеса, которые ослабили положение чеболь.

В результате обострения отношений с правительством, ФПГ объединились для противодействия реформам и это стало знаковым событием в истории корейских ФПГ, поскольку продемонстрировало факт того, что чеболь имеют необходимую силу и влияние для противостояния государству. Корпорации очень умело использовали недовольство населения, работников и профсоюзов. Реформы правительства, направленные на упразднение системы пожизненного найма и приглашения иностранных специалистов, а также найм более квалифицированных сотрудников, даже из конкурирующей компании были приняты негативно. Все это, вкупе с сокращениями и участием иностранных инвесторов, стало основой

недовольства населения, которое ФПГ умело использовали в своих целях.

Еще одним краеугольным камнем оказалась реформа правительства, направленная на укрепление малого и среднего бизнеса. Основная проблема – осуществление такой поддержки. По сути, для новых предприятий вводились такие же льготы, как и для чеболь в период их становления (льготы, которые раздаются под контролем государства). В апреле 1998 года государство выделило средства для малого и среднего бизнеса в размере 1 млрд. долларов для закупок материалов, сырья и необходимого оборудования [7]. Плюс к этому был выделен еще 1 млрд. долларов тому же сектору от Азиатского банка реконструкции и развития с целью обеспечения гарантий по кредитам и займам [7].

В дальнейшем, политические лидеры продолжили поддерживать необходимость реформ, направленных на чеболь. Например, Но Му Хён, президент 2003-2008 гг., обещал продолжить реформы, направленные на ослабление ФПГ, однако в период его президентства особо крупных реформ по ограничению ФПГ не проводилось. Данный факт можно объяснить тем, что его предвыборная кампания была проспонсирована чеболь SK Group. За это чеболь SK Group получила немалые субсидии от государства. Данный факт вызвал реакцию оппозиции, которая смогла консолидировать силы и набрать большую часть голосов в парламенте за импичмент. Однако в поддержку Но Му Хёна, на улицы вышла молодежь, ввиду популярности его либеральных взглядов. В связи с угрозой массовых беспорядков между сторонниками президента и оппозицией в импичменте было отказано [2]. Но Му Хён, обвиненный в получении 6 млн долл. в качестве взятки от американской фирмы, покончил жизнь самоубийством 23 мая 2009 года.

Следующим президентом стал Ли Мён Бак, который 30 лет работал в чеболь «Hyundai». Он последовал примеру своего предшественника и так же стал заявлять о необходимости проведения реформ, направленных на ограничение чеболь. Однако именно благодаря чеболь к 2009-2010 гг. удалось преодолеть последствия мирового финансового кризиса 2007 года, в частности преодолеть экономическую рецессию, восстановить рабочие места, восстановить экспортный уровень и даже освоить новые рынки. Вследствие этого, положение чеболь не только не пошатнулось, но и упрочилось, а обещанные реформы так и не были проведены.

В конце своего президентского срока Ли Мён Бак провел амнистию 70 осужденных бизнесменов. В их числе были руководители крупных чеболь, таких как «Hyundai Motors», «SK Energy», «Hanha Group», имевшие тесные связи с чиновниками и правительством. Все они были осуждены за экономические преступления [3]. Подобное решение привело к недовольству малого и среднего бизнеса и утрате доверия иностранных инвесторов, поскольку подобная деятельность осталась безнаказанной [10].

По окончании срока Ли Мён Бака, президентом стала Пак Кын Хе, дочь генерала Пак Чон Хи, который стоял у истоков самого явления чеболь и являлся его основателем и идеологом. Несмотря на то, что Пак Кын Хе являлась дочерью идеолога чеболь, она пообещала ограничить власть и влияние крупных ФПГ

и оказать всестороннюю поддержку малому и среднему бизнесу. Подобные обещания были в предвыборных программах и Ли Мен Бака, и Но Му Хёна, но никаких реальных действий на этот счет не предпринималось. Автор книги «Корея: невозможная страна», корреспондент английского журнала «The Economist» в Республике Корея Даниэль Тюдор отмечает: «Самый главный вызов для Сеула – это укрепление государства всеобщего благоденствия и решение проблемы чеболей (конгломератов), злоупотребляющих властью. Это надо сделать, не навредив при этом экономическому росту страны. Предвыборная платформа Пак Гын Хе концентрировалась именно на этих моментах, но если присмотреться к ее ближайшему окружению, я не уверен, что эти люди заинтересованы в такого рода изменениях» [8].

Подводя итоги, можно отметить, что в XXI в. взаимоотношения корейских ФПГ и правящей элиты видоизменились и приобрели некоторые особенности, но по-прежнему остались крайне тесными.

Чеболь показали себя прежде всего, как надежный инструмент для выхода из кризисных ситуаций в условиях нестабильной и меняющейся экономической и финансовой ситуации как в мире, так и в регионе.

Исторический процесс развития Республики Корея достаточно ярко показывает, что опора на финансово-промышленные группы (чеболь) является до сегодняшнего дня единственным и безаналоговым средством, с помощью которого Корея может преодолеть различные экономические и финансовые кризисы. Именно эта система помогла преодолеть и ликвидировать в кратчайшие сроки негативные последствия Азиатского финансового кризиса 1997-1998 гг. и мирового финансового кризиса 2007 года. Возможные реформирования данной системы практически каждый раз совпадали с определенными трудностями в экономической ситуации, поэтому никаких реформ, затрагивающих базовую формулу не проводилось, что позволяло чеболь не только не терять позиции, но и укреплять существующие связи с политической элитой. Политическая элита, в свою очередь не будет коренным образом реформировать эту систему, поскольку нет другого настолько эффективного инструмента.

После Азиатского финансового кризиса 1997-1998 гг. произошел окончательный переход чеболь в активную форму взаимодействия с политической элитой.

До Азиатского кризиса 1997-1998 гг. чеболь находились в зависимом положении от государства, но, как ни парадоксально, сама кризисная ситуация позволила им впервые консолидировать свои силы, вступить в своеобразную конфронтацию с государством, несмотря на то, что чеболь были одной из причин самого кризиса. Они смогли упрочить свое положение, объединиться и возразить правительственным реформам. Они смогли в полной мере воспользоваться недовольством и возмущением работников, чтобы привлечь их на свою сторону, выразить протест и перейти из пассивной формы в форму активного политического игрока.

Чеболь стали участвовать в политических выборах посредством спонсирования предвыборных кампаний и программ.

После прихода и усиления демократического режима, основным событием становятся выборы президента, а именно предвыборная гонка, которая

практически всегда протекает между двумя главными кандидатами. Поскольку от финансирования этой гонки зависит весь успех того или иного кандидата, поиск финансирования становится главной задачей. Чеболь, в данном случае, обладают ресурсами и возможностями для организации подобной акции, поэтому их услугами часто пользуются. Чеболь, безусловно имеет свой интерес в участии и спонсировании кандидатов, поскольку после победы проспонсированного кандидата они могут вернуть назад затраченные средства, а также получить субсидии и даже льготы. Подобная практика еще сильнее упрочняет связи между политической элитой и ФПП, что в свою очередь еще сильнее усиливает политическое влияние чеболь.

Список литературы

1. Андрианов В. Финансово-экономический кризис в Республике Корея и меры правительства по его преодолению // Проблемы Дальнего Востока. 1999. № 5. С. 47.

2. Иванова М. Наследницей генерала движет холодная твердость. URL: <http://vkrizis.ru/obschestvo/naslednicey-general-a-dvizhet-holodnaya-tverdost/>, свободный (дата обращения: 25.03.2019).

3. Кирьянов О. Ли Мен Бак амнистировал соратников // «Российская газета». URL: <https://rg.ru/2013/01/29/amnistia-site.html>, свободный (дата обращения: 25.03.2019).

4. Кони́на Н. Реструктурирование деятельности финансово-промышленных групп Южной Кореи в условиях кризиса // Международный журнал «Проблемы теории и практики управления». 1999. № 3

5. Мансуров А.Ю., Михеев В.В. Финансово-промышленные группы в экономике Южной Кореи // Проблемы Дальнего Востока. 1998. № 4. С. 39–53.

6. Сигида Ю.С. Трансформация роли финансово-промышленных групп (чеболь) в экономической и политической жизни Южной Кореи в период с 1998 по 2013 г. // Вестник томского государственного университета. 2015. № 397. С. 167–173

7. Suh S., Nakarmi L. Chaebol revolution. Are Korean business giants really serious about the restructuring and globalization? Asian week agenda.

8. Интервью с корреспондентом английского журнала The Economist в Республике Корея Даниэлем Тюдором «Победила дочь, а не женщина». URL: <http://www.rosbalt.ru/main/2013/02/26/1099122.html>, свободный (дата обращения: 25.03.2019).

9. Корея. Универсальная научно-популярная энциклопедия. URL: <https://www.krugosvet.ru/enc/istoriya/koreya?page=0%2C6> свободный (дата обращения: 25.03.2019).

10. Новый прагматизм Сеула // Электронная версия журнала «Коммерсант». URL: <https://www.kommersant.ru/doc/1030932>, свободный (дата обращения: 25.03.2019).

11. The World Bank. GDP growth (annual %) Korea <https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.MKTP.KD.ZG?locations=KR>

СУЩНОСТЬ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ И УПРАВЛЕНИЯ, ИХ РОЛЬ В РАЗВИТИИ ОРГАНИЗАЦИИ

*Ростунков Андрей Сергеевич,
Магистр направления «Менеджмент», ОЧУ ВО ММА*

Современная стадия развития экономики такова, что компаниям, зачастую, самим приходится определять и прогнозировать параметры внешнего окружения, производственный ассортимент, рынки сбыта, цены поставщиков, а главное, долгосрочные цели развития и стратегию по их достижению.

Успешное функционирование организации предполагает умение быстро реагировать на изменение факторов внешней и внутренней среды. Сегодня, чтобы не просто выжить, но при этом и укрепить конкурентные позиции, приходится заниматься стратегическим планированием на профессиональном уровне. В виду этого, перед руководством организаций различных отраслей и сфер деятельности сегодня стоит непростая задача разработки эффективной стратегии развития бизнеса [3].

Стратегия развития в последние годы становится важной как никогда. Построение организации, ориентированной на покупателя и бизнеса ориентированного на стратегию, выступают одними из главных инициатив, предпринимаемых большинством динамичных и развивающихся компаний по всему миру. Однако само по себе создание стратегии еще не гарантирует ее успешной реализации; для этого необходимы инструменты, которые бы позволили эффективно управлять этим процессом.

В литературе приводится множество различных определений термина «стратегия», а их разброс столь существенен, что выбрать «правильное» определение довольно трудно.

Само слово «стратегия» произошло от греческого «strategos» – «военное искусство» и означает «искусство развертывания войск в бою». За последние несколько лет данный термин широко вошел в обиход специалистов, теорию и практику менеджмента в качестве набора правил, на которые опирается компания в процессе принятия решений управленческого характера. Стратегия определяет границы возможных действий и принимаемых управленческих решений.

Стратегия - это обобщающая модель длительных действий, необходимых фирме для того, чтобы достичь поставленные ими цели (таблица 1) за счет координации и распределения имеющихся ресурсов. Данное понятие вошло в число управленческих терминов, когда проблема реакции организации на неожиданные изменения во внешней среде приобрела большое значение [5].

Применительно к экономической организации стратегия представляет собой определенную совокупность главных целей фирмы и основных способов, которые позволяют ее достичь. Большой своей частью стратегия развития формулируется и разрабатывается на уровне топ-менеджмента, однако ее реализация требует участия всех управленческих уровней.

Определения понятия стратегия

Автор	Основной подход	Определение
Чандлер А.	Долгосрочные цели формулируются и не подлежат пересмотру вплоть до изменений условий внутренней или внешней среды.	Метод установления целей долгосрочного развития, программы действий и приоритетных направлений по размещению ресурсов
Ансофф И. Стейнер Г. Лоранж П.	В ходе разработки стратегии необходимо выделять корпоративные, деловые и функциональные цели с точки зрения их влияния на процессы управления.	Способ установления целей для корпоративного, делового и функционального уровней.
Гарвардская школа бизнеса	Стратегия определяет основные сферы бизнеса, которые компания начнет или продолжит реализовывать на практике.	Метод определения конкурентных целей организации.
Минцберг Г.	В процессе разработке стратегии основное внимание должно быть уделено составлению планов, служащих целям контроля над эффективностью достижения стратегических ориентиров.	Согласованная, последовательная и интегрированная структура управленческих решений
Портер М.	Основная задача стратегии состоит в достижении долгосрочных конкурентных преимуществ в каждой из сфер бизнеса.	Способ реакции на внутренние сильные и слабые стороны, внешние возможности и угрозы

Разработать стратегию – значит обозначить общие направления развития с целью достижения долговременных конкурентных преимуществ и иных корпоративных целей. Стратегию, как правило, разрабатывают на длительный период. Как функция времени стратегия не просто сосредоточена на определенном временном промежутке, она, представляет собой функцию направления. Непосредственно стратегия задает направление деятельности организации, определяет, в какие конкретно товары и рынки направлять финансовые и трудовые ресурсы, как именно это будет сделано, на какой тип конкурентного преимущества следует ориентироваться.

Стратегия – это наука и искусство принятия важнейших управленческих решений, это искусство руководства стратегическим управлением, генеральный план действий, который определяет приоритетность поставленных стратегических задач, ресурсы по их достижению и последовательность действий по их достижению [7].

По существу стратегия – это набор правил, служащих принятию решений, на которые организация и ее руководство опираются в своей деятельности. Ее главная задача заключается в том, чтобы перевести компанию из ее текущего состояния в желаемое руководством будущее состояние. Она должна сочетать в себе продуманную, запланированную линию поведения и возможность реагирования на главные новшества.

Организационным воплощением стратегии является стратегическое планирование, которое заключается в выборе основных направлений производственной деятельности, приемов и методов, обеспечивающих достижение долгосрочных целей в постоянно меняющихся условиях внешней среды, выступает важной функцией стратегического управления.

Сама концепция стратегического планирования возникла еще в 60-х годах прошлого столетия; она сменила собой парадигму долгосрочного планирования. В эти годы корпорации увеличили масштаб и повысили степень диверсификации бизнеса до такой степени, что методы корпоративного управления, которые использовались в то время, перестали удовлетворять высшее руководство. В 1970-х годах концепция стратегического планирования превратилась в новую парадигму управления в диверсифицированных корпорациях [1].

В то же время появилась проблема организации самого процесса по разработке стратегических планов и корпоративной стратегии отдельных подразделений корпораций. В конце 1970-х годов в свет вышли первые работы, которые были посвящены проблеме системной организации стратегического планирования. В 1980-х системы стратегического планирования, существовавшие в корпорациях, были подвергнуты серьезной критике и впоследствии расформированы.

Сама же потребность в систематическом характере организации процесса создания, реализации и контролирования за исполнением стратегии в целом и стратегических планов в частности, однако, никуда не исчезла. Наоборот, как показала практика, для успешной деятельности существенное значение имеют правильно организованная система стратегического планирования, осуществление предварительных прогнозов результатов осуществляемых действий и тщательная проработка последовательности необходимых шагов [2].

В 1990-е годы стратегическое планирование, его организация и методы, получили столь мощное развитие, что эта концепция превратилась в основной метод управления организацией в современных условиях. За время своего полувекового существования концепция стратегического планирования множество раз подвергалась критике и дорабатывалась, видоизменялась и совершенствовалась. Пожалуй, ни один метод управления не имеет столь мощного внутреннего потенциала, как стратегическое планирование.

Эпоху начала третьего тысячелетия многие называют «расцветом методологии стратегического планирования».

Зарубежные ученые, такие как М.Х.Мескон, М.Альберт, Ф.Хедоури стратегическое планирование определяют как совокупность принципов и методических приемов, т.е. инструментов, способствующих принятию управленческих решений. Стратегическое планирование, по сути, рассматривается в качестве

некоего набора решений и действий, которые принимаются на уровнях высшего руководящего состава и ведут к разработке специфических стратегий, предназначение которых заключается в оказании компании помощи в достижении поставленных ею целей [8].

Сегодня стратегическое планирование – сложный многоуровневый процесс, который охватывает все иерархические уровни организации, все бизнес-процессы в ней осуществляемые, все подразделения, проекты и планы. Они все рассматриваются двояко: с одной стороны - в единой совокупности, а с другой- каждый из них в отдельности.

С организационной точки зрения стратегическое планирование представляет собой систему взаимосвязанных структурных элементов, которые обеспечивают осуществление самого процесса планирования.

С функциональной точки зрения стратегическое планирование предстает в виде непрерывного процесса, позволяющего прогнозировать будущее, определять и формулировать цели и задачи, разрабатывать, а при необходимости - корректировать стратегию, формировать план ее реализации.

С точки зрения науки стратегическое планирование по праву можно рассматривать как теорию, которая объясняет, как правильно составить стратегический план, организовать его реализацию и оценить эффективность этого процесса.

Стратегическое планирование – это целая система знаний, которые, прежде всего, относятся к процессам определения будущего состояния и планирования развития определенного экономического субъекта, будь то индивид, организация или группа организаций, а также к процессам по разработке и контролю за выполнением мероприятий по развитию данного субъекта [6].

Стратегическое планирование можно определить и как управленческий процесс создания и поддержания соответствия между целями организации и ее потенциальными возможностями.

В широком смысле слова стратегическое планирование можно определить в качестве систематического процесса формализованной подготовки и принятия стратегических решение касательно будущего организации.

В узком смысле стратегическое планирование представляет собой процесс стратегического анализа внутренней и внешней среды организации и разработки возможных вариантов ее развития.

Стратегическое планирование означает способность руководства организации формировать и реорганизовывать ее деятельность, таким образом, дабы в перспективе обеспечить наибольший рост и прибыльность, что в свою очередь является одним из главных успехов в борьбе за выживание.

Стратегическое планирование определяет основные цели и направления действий организации, обеспечивает достижение выбранных целей путем использования имеющихся преимуществ и создания новых. Стратегический план - это программа укрупненных действий для достижения поставленных целей.

Стратегический план есть ни что иное как инструмент прогрессивного развития организации, поскольку он нацеливает руководство мыслить перспективно, способствует более четкой координации предпринимаемых усилий, а так-

же установлению показателей деятельности с целью последующего контроля и делает организацию более подготовленной к внезапным переменам.

Осуществление стратегического планирования позволяет смоделировать будущую успешную деятельность организации на 5-10 лет вперед.

Стратегическое планирование можно рассматривать в качестве динамической совокупности шести взаимосвязанных управленческих процессов, которые логически вытекают друг из друга. При этом на лицо видна устойчивая обратная связь и соответственно обратное влияние каждого из процессов на остальные и на всю их совокупность в целом.

Процесс стратегического планирования включает в себя [7]:

- определение миссии организации;
- формулирование целей и задач ее функционирования;
- оценка и анализ внешней среды (макро- и мезоокружение);
- оценка и анализ внутренней среды;
- разработка и анализ стратегических альтернатив;
- выбор стратегии развития.

Помимо стратегического планирования сам процесс стратегического управления включает в себя также:

- реализацию выбранной стратегии развития;
- оценку и контроль ее выполнения.

Стратегическое управление строится с опорой на человеческий потенциал, лежащий в основе любого бизнеса. Оно ориентирует производственную деятельность на удовлетворение потребительских запросов, гибко реагирует и проводит своевременные изменения в компании, которые бы отвечали вызовам со стороны внешнего окружения и позволили добиться конкурентных преимуществ. Реализация принципов стратегического управления позволит компании выживать в долгосрочной перспективе, достигая при этом своих целей.

Стратегическое управление выступает современным инструментом управления развитием организации.

Стратегическое управление представляет собой базовую основу при планировании развития деятельности организации в долгосрочном периоде. Особую роль в усилении значимости стратегического управления играют постоянные изменения внешней и внутренней среды, изменения поведения конкурентов.

Если стратегическое планирование – это инструмент управления информацией, то стратегическое управление – процесс управления обществом, организацией.

Суть стратегического управления заключается в том, что, с одной стороны, в компании налажено четко организованное комплексное стратегическое планирование, а с другой, структура управления становится адекватна стратегическому планированию и построена таким образом, чтобы обеспечить разработку долгосрочной стратегии и создать управленческие механизмы ее реализации через систему формирования планов.

Стратегическое управление имеет тесные связи с определением целей и с поддержанием определенного рода взаимоотношений с внешней средой, по-

звolyающих достигать поставленных задач и соответствующих внутреннему потенциалу. В качестве одного из конечных продуктов стратегического управления выступает потенциал, обеспечивающий в будущем достижение целей компании. В качестве другого конечного продукта данного процесса выступают организационные изменения, которые обеспечивают чувствительность к переменам во внешней среде, и внутренняя структура.

В наше время сфера применения методов стратегического планирования и управления крайне обширна: его принципы реализуются на практике многими коммерческими организациями, используются в групповых формах деятельности, находят свое применение в общественных организациях и даже государственных учреждениях.

Переоценить важность стратегического планирования и управления бизнесом практически невозможно. Только организации, ориентированные на стратегию, могут выжить в долгосрочном периоде, укрепить свои позиции и развиваться.

Список литературы

1. Арутюнова Д. В. Стратегический менеджмент – Таганрог: Издательство ТТИ ЮФУ, 2015.
2. Аакер Д. Стратегическое рыночное управление. – СПб.: Питер, 2016.
3. Афоничкина Е.А., Афоничкина Н.А. Конкурентные преимущества и виды конкурентных стратегий в продуктовом сегменте // Вестник Волжского университета им. В.Н. Татищева. – 2016. – № 20. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/konkurentnye-preimuschestva-i-vidy-konkurentnyh-strategiy-v-produktovom-segmente>.
4. Гершун А. Сбалансированная система показателей [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://mag-consulting.ru/ru/articles/gershun-yu-nefedeva-sbalansirovannaya-sistema-pokazateley>
5. Зубкова А.Г., Мусаева Д.Э. Стратегический менеджмент. — М.: Академия, 2015.
6. Круглова О.В. Существующие подходы к определению уровня стратегического потенциала // Современные проблемы науки и образования. – 2016. - №4. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/suschestvuyushchie-podhody-k-opredeleniyu-urovnya-strategicheskogo-potentsiala>.
7. Магданов П. В. Система стратегического планирования в корпорации // Вестник Пермского университета. Серия: Экономика. – 2016. – №1. – С. 77-89. – С. 77
8. Колбина О.В. Принципы стратегического планирования на предприятии // Вестник удмуртского университета. – 2015. - №2-2. – С. 52-57. – С. 52

ПРОБЛЕМЫ ОРГАНИЗАЦИИ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ СРЕДНЕЙ ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ШКОЛЫ

Рудницкая Сабина Витальевна

Аннотация: В статье анализируются проблемы организации самостоятельной работы обучающихся средней общеобразовательной школы на современном этапе образования, а именно необходимость пересмотра содержания и принципов отбора дидактического материала ввиду недостаточности разнообразия заданий и наглядного материала, подаваемого в учебниках. Рассматриваются мотивация, структура и методические основы самостоятельной работы.

Направленность на саморазвитие, самоопределение, позволяющие человеку стать активным субъектом жизни во всех ее сферах, востребована, как на уровне общества, так и личностном сознании каждого человека. Однако в массовой практике преподавания, несмотря на изменяющиеся целевые установки, сам процесс образования продолжает рассматриваться с точки зрения актуализации учителя только как носителя заданных знаний и функций.

Процесс формирования навыков и способностей - это, прежде всего, процесс формирования самостоятельности у учащихся. Их первые шаги к самостоятельности школьники начинают на стадии совместной работы с учителем, тогда у них есть осознанная потребность в самостоятельной работе по развитию их собственных психических процессов (внимания, самоконтроля, анализа) и в будущем все это превращается в потребность к творческой деятельности. Эту задачу необходимо решать учителю без увеличения количества заложенных программных часов. Наряду с сообщением необходимых знаний, обучение иностранному языку ставит перед собой цель вооружить учеников целым рядом умений и навыков как познавательного, так и практического характера. Поэтому, если говорить о поисках путей совершенствования процесса обучения иностранному языку, следует отметить не только совершенствование методов подачи новых знаний обучающимся, но в первую очередь совершенствование методик формирования у них необходимых умений и навыков. Процесс учебного познания не может быть успешным без овладения особой системой умений и навыков учебного труда (самообучения), начиная от умений самостоятельно планировать работу по выполнению заданий, до возможности осуществлять самоконтроль за ее выполнением, а главное умение вносить последующие коррективы в сам процесс обучения. В прямой зависимости от уровня сформированности этих умений находятся успехи в обучении учащихся, темпы переработки и усвоения ими информации, уровень обучаемости учеников на языке. Процесс овладения иностранным языком неразрывно связан с такими умениями как: анализ, синтез, сравнение, систематизация, абстрагирование, обобщение и т.д.в связи с вышесказанным формированию умений в настоящее время придается исключительно важное значение.

Принято выделять три этапа самостоятельности, которые ученик проходит

в процессе формирования своей самостоятельности:

репродуктивно-подражательный,
поисково-исполнительский,
творческий.

Исходя из этого, выделяются три типа самостоятельной работы: воспроизведение, трансформация и творчество.

На начальном этапе обучения языку основные типы самостоятельной работы воспроизводятся и преобразуются. Они образуют репродуктивно-подражательную и поисково-независимую работу среди школьников, что создает прочную основу для самостоятельной работы творческого характера. Формирование репродуктивной и имитационной независимости активизирует элементарные умственные функции: наблюдение, восприятие, понимание, анализ и сравнение, распознавание, сравнение, изоляцию и запоминание.

В результате самостоятельной работы воспроизводящего вида учащиеся формируют навыки: принимать учебную задачу, составлять алгоритм для выполнения задачи, собирать и анализировать факты, находить рациональный способ выполнения задач и оценивать результаты своей деятельности.

При правильном формировании всех вышеперечисленных навыков и способностей школьники постепенно переходят к готовности выполнять самостоятельную работу более высокого порядка - самостоятельную работу трансформационного типа. Здесь начинает формироваться один из самых важных навыков обучения - поиск и независимость исполнения. Учащиеся берут учебную задачу и находят свое уникальное решения. При осуществлении поиска решения студенты оттачивают навыки выбора, замены, расширения, трансформации, комбинации.

Важным условием успеха учебной деятельности является внимание. Независимая работа способствует развитию таких свойств внимания как: объем, концентрация, стабильность, интенсивность, что в дальнейшем гарантирует успешное понимание учебного материала, а также более быстрое, более стабильное запоминание и сохранение в памяти в течение длительного времени. Развитию внимания учащегося способствует четкое понимание происходящего вокруг, знание того, как выполняются упражнения, и, самое главное, осознание необходимости реализации, хорошо сформированный алгоритм «что делать - как «делать», «почему». Учитель должен всегда четко формулировать задачи. Давая пошаговые инструкции, ясно фокусируя учащихся на конечной цели задания.

Пример:

Дополни предложения словами из модуля:

Looking at a _____ or traffic lights crossing the road!

Stand on the _____ near the kerb!

Make sure your bike is in good _____!

Check your brakes and tyres _____!

Wear _____ clothes in daytime!

Don't talk to _____!

Don't _____ of the window!

Sit down in your sit _____ and _____!

Always use the _____ on the pavement side to _____ of the car!

Прочтите предложения, стараясь понять смысл передаваемой информации. Заполните пропуски необходимыми словами изучаемыми в модуле.

Прочтите целиком получившиеся предложения, переведите на русский язык.

Проанализируйте получившийся результат

Попробуйте подобрать и заполнить пропуски синонимами / антонимами

На основе выполнения аналогичных задач с детальной инструкцией ученики сами идентифицируют наиболее существенные элементы деятельности, отделяют их от второстепенных, раскрывают свою личную схему действий. Она включает:

прогнозирование значения предложения, в котором необходимо заполнить пробелы;

предположение о том, что значение лексической единицы было упущено на основе ее ближайшего окружения;

выбор необходимой лексической единицы и ее грамматического оформления в соответствии с содержанием и значением данного предложения;

понимание полученного предложения в целом.

Важно, что результаты выполнения задания могут быть разными. Дальнейшее обсуждение результатов, дискуссия и аргументирование своих ответов, также приводят к высокому результату.

В следующем примере учащимся уже предлагаются конкретные ЛЕ с которыми предстоит работать. Учащиеся соответственно изменяют алгоритм работы подстраиваясь под новые условия.

When you watch a film with ghosts and spirits. There is _____ in the plot.

When you like listening to old ladies chattering on the bench it means you like _____.

If you like something too much and cannot control your feelings it means you have _____.

If all things are on their places it means your room is in _____.

This famous pop singer is _____ all over the world.

He has a _____, his shirt is always clean and ironed.

The _____ of this murder was in a secret.

I couldn't recognize her _____ she looked unfamiliar.

This wasn't unusual thing. It was an _____ opener.

Her granny likes _____. She can create incredible sweater.

This _____ was noticed under the sea not far from the board.

The nanny of Pushkin _____ him to create wonderful fairy tales.

Spider man has _____ powers.

You use it to make objects bigger. It is _____.

I cannot _____ this problem by myself.

He smoked a _____ with tobacco.

Synonym to the word "very smart" is _____.

A dog is a _____ friend.
All children have great _____.
Synonym to the word “some” is _____

(several, mystery, imagination, faithful, gossip, extremely intelligent, obsession, order, pipe, magnifying glass, solve, known, neat appearance, inspired, submarine, extraordinary, knitting, at the first glance, investigation, ordinary)

Проще говоря, учащиеся в будущем, с повторным выполнением одних и тех же задач, обращаются не к конкретной, а к какой-то абстрактной модели и осваивают сознательный прием учебной работы. Деятельность ученика начинает выходить за рамки воспроизводящей и приближается к творческому процессу, на этапе, когда ученик начинает искать пути и средства для выполнения той или иной задачи своим способом. Деятельность школьников в этом случае более творческая.

На этом этапе очень эффективным является использование схем и моделей выполнения различных заданий, где у школьника есть множество возможностей достроить и надстроить эту модель по-своему.

Практические клише представляют собой инструкции – предписания разной степени раскрытости. Ведь не все учащиеся готовы одинаково четко следовать указаниям, необходимо предъявлять инструкцию дифференцированно – step-by-step или complex устно или в виде письменно фиксированных заметок. Данные инструкции, особенно в письменной форме, облегчают работу школьникам любого уровня, как на уроке, так и дома.

Однако работа на основе четкого заданного каркаса занимает огромную часть от урока, вследствие чего не остается времени для самостоятельного поиска своих собственных ориентиров самими учащимися. При этом учащиеся не мотивированы на необходимость самостоятельно активизировать свои знания и умения, задуматься над своим планом своего высказывания, стремиться к индивидуальному замыслу.

Поэтому очень важным аспектом является приучения учащихся к самостоятельной работе на основе пройденного материала с самих азов обучения. Обучающиеся должны ясно осознавать что, полученные знания и умения по пройденному модулю, в полной мере могут являться инструментами, помогающими выполнить поставленную перед ними цель. Поиск необходимой информации сужается границами пройденного материала внутри модуля. Когда ученик четко знает границы поля своей деятельности, он спокойнее и легче находит рациональный подход для решения поставленной задачи. Ученик имеет возможность обратиться к ранее выполняемым схожим упражнениям и заданиям, к языковому материалу пройденного параграфа, стремится к созданию образных ассоциаций с лексическими единицами, выработке собственных мнемонических приемов. Главным же является объединение материала нового и ранее изученного, умение объединять тематически близкую информацию.

По мере развития самостоятельности происходит и развитие реальных творческих возможностей учащихся, накопление опыта творческой деятельности.

Для организации самостоятельной работы, необходимо создать специально разработанные с учетом возрастных особенностей разработки, демонстрационные материалы (упражнения, карты, задачи для парной и групповой работы, фрагменты фильмов, видеозаписи, презентации, кластеры). С их помощью учащиеся выполняют необходимое количество действий и операций, необходимых для формирования и совершенствования всех языковых навыков и умений, а также для развития внимания, мышления и памяти.

Недостаточно использовать только материалы, входящие в УМК. Для мотивации школьников необходимо применять материалы, входящие в состав других УМК, дополнять и расширять знания и умения подбирая схожий по содержанию, но различающийся по структуре форме подачи и т.д. материал.

Для формирования репродуктивно-имитационной независимости необходимо собрать материал, чтобы ученики не только шаг за шагом знали, как справиться с задачей, но и могли сами контролировать правильность реализации с помощью предложенных ключей. Для самостоятельной работы воспроизводящего вида, такие упражнения полезны: изучение песен и стихотворений, повторение упражнений за диктором, прослушивание аутентичных текстов, записанных на компакт-диске, для развития навыков чтения вслух и т. д.

Для организации самостоятельной работы преобразующего вида необходимы упражнения вида: *Послушай текст и расскажи своему товарищу о ...*, *«Сравни ...»*, *«Ответь на вопросы по прослушанному тексту»*, *«прослушай и составь план»*, *«прослушай и найди несоответствия с текстом»*

Чтобы развить способность учащихся к вероятностному прогнозированию при чтении и прослушивании, важно, чтобы упражнения содержали часто повторяющийся речевой и языковой материал, а также задачи, которые стимулировали бы учащихся к аналитическим и синтетическим операциям, например: *«Прослушай начало фразы и закончи ее»*, *«Вставь пропущенные в диалоге реплики»*, *«Придумай продолжение рассказа»* и т.п.

Чтобы обеспечить понимание, внимание и сосредоточиться на результате, все материалы должны быть доступны и интересны, чтобы влиять на различные типы памяти и мышления.

Для пробуждения интереса к культуре народа страны изучаемого языка в материалах для самостоятельной работы можно использовать лингвистико-культурную информацию, но ее необходимо дозировать и тщательно отображать в соответствии с возрастом.

На основании сказанного выше, можно прийти к выводу, что работа по привитию учащимся навыков творческой самостоятельной деятельности должна быть направлена на углублённое овладение ими иностранным языком. Это может быть достигнуто за счёт рациональной организации учебных занятий, с помощью дополнительных по объёму индивидуализированных по своему характеру заданий для самостоятельной проработки, а также использования современных методов обучения, направленных на развитие самостоятельности и творчества учащихся.

Итак, организация системы самостоятельных работ учащихся на уроках иностранного языка даёт возможность осуществлять максимально раннее выявление и реализацию умственных способностей детей, развивать мыслительную деятельность учащихся, осуществлять формирование навыков самоорганизации, самоконтроля. В заключение следует отметить, что проблема организации самостоятельной работы учащихся по иностранному языку является актуальной и сложной, и её решение требует совместных усилий как учёных-методистов, так и учителей-практиков.

Задача учителя в первую очередь не научить, не заставить, а оказать помощь учащимся, направляя, объясняя, организуя, дать необходимые рекомендации о том, как выполнить то, или иное задание, обучить их последовательности выполнения упражнений, создать необходимые для этого условия. Ну а самым главным является создание такой среды, в которой ребята будут чувствовать себя заинтересованными, вовлечёнными в процесс познания. Научить учиться с желанием, получая радость от познания – вот корень педагогики!

Список литературы

1. Безукладников К. Э Содержание и организация самостоятельной работы учащихся начальных классов в кабинете английского языка во внеурочное время // Иностранные языки в школе. – 1993. – № 5. – С. 17-22.
2. Внеклассная работа по иностранным языкам как органическая часть системы обучения. – Йошкар-Ола, 2007. ё
3. Жарова Л. В. Учить самостоятельности.- М.: Просвещение, 1993.
4. Маслыко Е.А. Бабинская Г.К. Настольная книга преподавателей иностранного языка.
5. Паршина И.В. Самостоятельная работа учащихся по иностранному языку. //Иностранные языки в школе. – 1987. - №2.
6. Решетникова З.Б. Как я поддерживаю интерес школьника в обучении английскому языку. /Иностранные языки в школе. – 2003. – №2.
7. Савина С. Н. Внеклассная работа по иностранным языкам в средней школе. – М.: просвещение, 1991.
8. Душеина Т.В. Проектная методика на уроках иностранного языка. ИЯШ, 2003, №5
9. Ямалтдинова Д. Г. Организация самостоятельной деятельности учащихся // Начальная школа.- 2008.- № 2.- С 3-7

ПЕРЕВОД ХУДОЖЕСТВЕННОГО ТЕКСТА

Рыбина Екатерина Сергеевна

Аннотация: В статье приводится анализ особенностей перевода художественных текстов. В частности отмечается, что многообразие и многомерность текстов сводит их к двум большим группам – художественным и нехудожественным текстам, а, следовательно, и переводам. Художественный перевод бывает либо дословно точным, однако это вызывает большую волну разногласий среди ученых и переводчиков, а, следовательно, художественно недоброкачественным, либо просто не соответствовать оригиналу. Практически получается воссоздание текста на другом языке, то есть свободный перевод.

Прежде чем говорить о правилах и способах перевода художественного текста, нужно выяснить, что же такое «художественный текст». Художественный текст – это отдельное в высшей степени индивидуальное произведение художественной речи, написанное на данном языке, а также целостная единица в системе подобных текстов.

Проблемы перевода текстов художественных произведений исследуются теорией художественного перевода. Среди характерных особенностей советского искусства перевода выделяют следующие:

- принципиальность, плановость отбора переводимых произведений; широта и разнообразие переводимого материала;
- творческое отношение к переводу, наличие научной основы в организации работы по переводу;
- общий высокий уровень переводческого мастерства.

Традиции перевода в России отличаются от подхода к переводу на Западе. Существенный сдвиг в переводческой мысли на Западе произошел в начале 1950-х годов, выразился в общем усилении интереса к переводу, создании национальных переводческих организаций, проведении Международных конгрессов, появлении ряда монографий, научных журналов по проблемам перевода.

В современной теории художественного перевода выделяются следующие основные тенденции:

- оценочный подход заменяется дескриптивным;
- основная ориентация переносится с оригинала на текст перевода;
- от текста как единицы языка теория идет к функции перевода как части культуры языка перевода[1].

Художественный текст в целом полифункционален, т.к. он также выполняет коммуникативную, когнитивную функции.

Художественные тексты отличаются от любых других:

- целью создания текста;
- характером и способом передаваемой информации;
- способом описания действительности, которая в художественном тексте представлена в виде образа;
- высокой степенью национально-культурной, временной обусловленности;
- степенью активности читателя;

- композиционным разнообразием;
- наличием авторской позиции, образа автора, которые создают внутреннее единство художественного текста;
- самодостаточностью, т.к. любое художественное произведение можно рассматривать как произведение искусства.

Характерным для художественного произведения выявляется индивидуальная манера писателя, сохранение, передача которой считаются первоочередными задачами переводчика. С одной стороны, чтобы осуществлять художественный перевод, переводчик сам должен обладать литературным талантом. С другой стороны, чтобы быть писателем, нужно иметь свое эстетическое видение мира. Иными словами, в ходе перевода происходит столкновение 2-х творческих личностей, предполагающее сотрудничество или конфликт. Перевод художественного текста - это интерпретация, при этом неизбежны стилистические сдвиги, имеющие объективный и субъективный характер.

Таким образом, художественный текст как объект перевода обладает рядом отличительных свойств, влияющих на процесс, качество перевода. Перевод художественного текста представляет собой сложный и многогранный вид человеческой деятельности, в процессе которого сталкиваются различные культуры, разные личности, разные складывания мышления, разные литературы, разные эпохи, разные традиции и установки. В основе перевода художественного текста лежит передача мысли, содержания оригинала, которое выражается еще раз в переводе, но уже с помощью других средств, образующих другую систему знаков, имеющих свои собственные законы.

Базовым понятием переводческой теории является понятие эквивалентности. Для достижения адекватного и эквивалентного перевода потери неизбежны. Когда говорят, что фраза на исходном языке и ее перевод эквивалентны друг другу, имеется в виду, прежде всего, их семантическая эквивалентность, то есть сопоставимость с одной и той же предметной ситуацией. Сейчас существует большое количество ряда преобразований, при помощи которых сохраняется адекватность перевода, с минимальной долей искажения текста. Такие преобразования называются переводческими трансформациями.

С точки зрения переводческих приемов, используемых при переводе любого текста, следует сразу отметить, что преобразования, благодаря которым происходит переход от единиц оригинала к единицам перевода, относятся к переводческим трансформациям. Конечно же, в данном случае исходный текст никак «не преобразуется», но наряду с ним, на его основе получается иной текст на другом языке.

Переводческиетрансформацияявляютсяособенным видомперифразирования - межъязыковым, отличающимся от трансформаций в рамках одного языка. Одноязычные трансформации представляют собой фразы, отличающиеся друг от друга в грамматической структуре, лексическом наполнении, они обладают аналогичным содержанием, способны выполнять в определенном контексте одну коммуникативную функцию.

Переводческие трансформации составляют суть процесса любого перевода. Существует множество определений «переводческих трансформаций». Такие

определения были предложены Л.С. Бархударовым, Я.И. Рецкером, Р. К. Миньяр-Белоручевым, А. Д. Швейцером, Л. К. Латышевым, В. Н. Комиссаровым, В. Е. Щетинкиным, В. Г. Гакоми другими специалистами-переводоведами. Однако наиболее точным считается определение Л.С.Бархударова.Именное определение раскрывает сущность со всех его сторон. Он писал, что «переводческие трансформации – это те многочисленные и качественно разнообразные преобразования, которые осуществляются для достижения переводческой эквивалентности (т.е. адекватности) перевода вопреки расхождениям в формальных и семантических системах двух языков» [2].

Я.И. Рецкер определяет трансформации как «приемы логического мышления, с помощью которых мы раскрываем значение иноязычного слова в контексте и находим ему русское соответствие, не совпадающее со словарным» [7].

В.Н. Комиссаров считает, что «переводческие трансформации – это преобразования, с помощью которых возможно осуществление перевода от единиц оригинала к единицам перевода в указанном смысле и носят формально-семантический характер, преобразуя как форму, так и значение исходных единиц [6].

Схожее толкование понятия «переводческой трансформации» дает А.Д. Швейцер. Он отмечает определенную метафоричность термина «трансформация» в теории перевода: «На самом деле речь идет об отношении между исходным и конечным языковыми выражениями, о замене в процессе перевода одной формы выражения другою, о замене, которую мы образно называем превращением или трансформацией». То есть это операции, заключающиеся в перевыражении смысла [8].

Г.К. Гарбовский, ссылаясь на труды Л.С. Бархударова и А.Д. Швейцера при определении трансформаций», утверждает, что: «Переводческая трансформация - это такой процесс перевода, в ходе которого система смыслов, заключенная в речевых формах исходного текста, воспринятая и понята переводчиком в силу его компетентности, трансформируется естественным образом вследствие межъязыковой асимметрии в более или менее аналогичную систему смыслов, облакаемую в формы языка перевода» [4].

В целом, исходя из определений, мы можем прийти к выводу, что переводческие трансформации – это особый вид перефразирования, где происходит перемена элементов исходного текста, операции минимального изменения смысла или перефразирование для достижения переводческого эквивалента. «Когда мы говорим об одноязычных трансформациях, то мы имеем в виду фразы, которые отличаются друг от друга по грамматической структуре, лексическому наполнению, имеют практически одно и то же содержание и способны выполнить в данном контексте одну и ту же коммуникативную функцию[3].

Изучая содержания исходного текста и переводимого текста, можно было отметить, что некоторые отрезки исходного текста были переведены дословно, а некоторые с большими отличиями от оригинальных соответствий. Также можно обратить внимание на то, что многие языковые средства в переводимом тексте совершенно отличны от исходного текста. Таким образом, в языковой картине мира существуют такие отклонения, которые мы воспринимаем как межъязыковые трансформации.

Современное языкознание сталкивается с чередой многочисленных проблем, где одно из важных мест занимает изучение межъязыковой речевой деятельности, которую называют переводом или переводческой деятельностью[6].

Довольно часто переводчику приходится сталкиваться с трудностями при переводе текста, его передачи содержания и эмоциональных особенностей. Без переводческих трансформаций перевод с одного языка на другой просто невозможен.

При переводе оригиналов переводчик может использовать различные способы перевода, которые рассматриваются более в динамическом плане, а не статическом, то есть не как средства анализа между единицами исходного текста и их словарными соответствиями, так как они могут быть неподходящими в условиях контекста или не соответствовать словарю.

Существует большое количество классификаций переводческих трансформаций. Основой исследования послужили классификации, предложенные лингвистами: Л.С. Бархударовым, Я.И. Рецкером и В. Н. Комиссаровым, А. Д Швейцером и Р.К Миньяр-Белоручевым.

В зависимости от характера единиц исходного языка, которые рассматриваются как исходные в операции преобразования, переводческие трансформации делятся на лексические и грамматические. Но существуют также и комплексные лексико-грамматические трансформации, где преобразования затрагивают и лексические, и грамматические единицы оригинала одновременно или осуществляют переход от лексических единиц к грамматическим и наоборот, то есть являясь межуровневыми.

Лексико-грамматические трансформации относятся к двум областям – к теории перевода и стилистике, но несмотря на сравнительно молодой возраст данной науки, существует уже множество работ, посвященной данной тематике.

В.Н. Комиссаров и Я.И.Рецкер поделили трансформации на грамматические и лексические, где грамматические, по мнению Рецкера, представляются в виде замены частей речи или членов предложения и преобразуют структуры предложения в процессе перевода в соответствии с нормами языка перевода. Существует полная и частичная трансформации. При замене главных членов предложений происходит полная трансформация, а при второстепенных – частичная.

У Р.К.Миньяр-Белоручева были выделены три вида трансформаций – лексические, грамматические и семантические, где к первому виду он относил генерализацию и конкретизацию, ко второму – замену частей речи и членов предложения, объединение и членение предложений, а к третьему – антонимический перевод, компенсации, различного рода замены (метафорические, синонимические) и логическое развитие понятий.

Помимо лексических и грамматических трансформаций В.Н. Комиссаровым был также выделен смешанный тип переводческих трансформаций, то есть лексико-грамматические трансформации, к которым относится антонимический перевод, экспликация и компенсация. Говоря об антонимическом переводе, В.Н. Комиссаров описывал трансформацию утвердительной конструкции в отрицательную или наоборот, которая может сопровождаться заменой одного из слов языка оригинала на его антоним в язык перевода. Экспликация – или по-друго-

му описательный перевод – он описал как трансформацию, при которой лексическая единица исходного языка заменяется словосочетанием, объясняющим ее значение.

Компенсация – способ перевода, при котором элементы смысла, утраченные при переводе единицы исходного языка в оригинале, передаются в тексте перевода каким-либо другим средством, причем необязательно в том же самом месте текста, что и в оригинале. То есть, компенсируется (восполняется) утраченный смысл, и содержание оригинала воспроизводится с большей полнотой. При этом нередко грамматические средства оригинала заменяются лексическими и наоборот.

К лексическим трансформациям В.Н. Комиссаров отнес такие, как транслитерация, переводческое транскрибирование, калькирование и некоторые лексико-семантические замены, а к грамматическим – дословный перевод, грамматические замены и членение предложения.

Как было сказано выше, задача каждого переводчика достигать адекватности перевода, то есть качественно и умело производить переводческие трансформации без искажения информации, заключенную в тексте оригинала.

Каждый переводчик всегда стремится прийти к идеальному переводу, где будет максимально достоверно передана вся система образов, мыслей и идей, и эквивалентность текстов на обоих языках. Переводчик художественных текстов – это тот же самый писатель, который, относительно, заново пишет целую книгу и воссоздает ее в новом свете для читателя, стараясь преобразовать текст без языковых искажений. Главная задача переводчика наиболее близко передать мысль переводного текста читателю.

«Переводя художественный текст с иностранного языка на русский, переводчик, как правило, сталкивается с целым рядом трудностей. В теории перевода художественных текстов бытует следующее мнение: оригинал художественного текста, изначально написанный для читателей своего языка, обладает своими национальными особенностями и характеристиками, которые характерны только для данного народа, практически не может быть в абсолютной точности воссоздан на языке другого народа».

Художественным переводом считается перевод произведения художественной литературы. Произведения художественной литературы сравнимы с искусством, задачей которого выступает не буквальная передача текста, а что-то большее. Он также является одним из самых сложных переводов, который не сравнится с деловым переводом, где нужно передать информацию, которую ожидают, и также не похож на синхронный перевод, где главным аспектом является быстрое реагирование и качественная формулировка мысли. Сложность заключается в способах отражения мира в разных языках, культурах, к которым принадлежат языки оригинала и перевода.

Существуют отдельные подвиды перевода в зависимости от принадлежности оригинала к определенному жанру художественной литературы, такие как перевод художественной прозы, перевод пьес, перевод текстов песен и т.д.

Каждый переводчик ставит перед собой три цели. Первая из которых заключается в знакомстве читателей с творчеством писателя, чьи произведения не

могут быть прочтены из-за незнания языка автора. Переводчик знакомит с манерой и стилем автора. Вторая цель – знакомство с культурой другого народа. Третья – знакомство с содержанием непосредственно книги.

Переводчик, пытаясь решить каждую из задач, будет стараться передать ту же атмосферу и впечатление, а также сохранить особенности культуры, представленные в произведении. Ведь главная цель художественных произведений состоит в создании художественного образа.

Нужно «рассматривать каждое предложение как часть целого, передавать не только то, что в нем говорится, но и работать над созданием художественного образа, общего настроения, характеристики атмосферы, персонажей и т. п. Здесь важен и выбор отдельного слова, и синтаксической структуры, и других элементов».

Многообразие и многомерность текстов сводит их к двум большим группам – художественным и нехудожественным текстам, а, следовательно, и переводам.

Художественный перевод бывает либо дословно точным, однако это вызывает большую волну разногласий среди ученых и переводчиков, а, следовательно, художественно недоброкачественным, либо просто не соответствовать оригиналу. Практически получается воссоздание текста на другом языке, то есть свободный перевод.

Говоря иными словами, цель перевода состоит в сохранении различных ценностей оригинала текста. Дословный перевод текста ведет к нарушению норм перевода и явному различию содержания тексту, а, следовательно, и затруднению его понимания.

Изучая множество работ известных ученых-литературоведов, можно выделить основные принципы, удовлетворяющие художественный перевод, такие как ясность текста, точность, художественная форма, сжатость.

Подводя итог, можно утверждать, что дословный перевод невозможен из-за расхождения грамматического строя, культур, и многих других факторов, влияющих на результат перевода.

Список литературы

1. Барт Р. От произведения к тексту // Вопросы литературы. 2008. №11.
2. Бархударов Л.С. Язык и перевод. М., 2015.
3. Виноградов В.С. Введение в переводоведение. М., 2001. Вопросы теории перевода в современной лингвистике // Лингвистика и методика в высшей школе. - М., 2010, вып. V.
4. Гарбовский Н.К. Теория перевода. Век XXI: от эмпиризма к рационализму // Вести. Моек, ун-та. Сер. 22. Теория перевода. 2008. № 1, с. 29-47.
5. Кашкин И.А. Для читателя-современника: статьи и исследования. - М.: Советский писатель, 2007.
6. Комиссаров В.Н. Теория перевода М. Высшая школа 1990, с. 53.
7. Рецкер Я.И. Теория перевода и переводческая практика. М., 2014.
8. Швейцер А.Д. Теория перевода: статус, проблемы, аспекты. М., 2016.

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА РЕЛИГИОЗНЫХ ТЕКСТОВ

Семина Екатерина Сергеевна

Аннотация: В статье анализируются особенности перевода Библии и иных религиозных текстов на русский и английский языки. Отдельно подчёркивается, что выбор оптимальных средств и способов достижения адекватности при их переводе является одной из важных задач при переводе религиозных текстов.

В современном мире в эпоху глобализации перевод занимает одно из лидирующих мест в процессе межкультурной коммуникации. При помощи перевода представляется возможным сопоставить, сравнить и обоюдно обогатить два языка, две культуры, два мира. В этом контексте остро встает вопрос *адекватности* перевода: возможности органичного восприятия текста оригинала на том языке, на который он переведен; соответствия нормам языка и одновременного сохранения иностранной специфики и национального колорита. При работе с фразеологическими единицами библейского происхождения следует помнить об их особом статусе с интернациональным базисом. Выбор оптимальных средств и способов достижения адекватности при их переводе является одной из важных задач.

Далее рассмотрим особенности перевода Библии на русский и английский языки.

За словами зачастую стоит то, что не всегда подвластно уму, но очень понятно душе, способной остро чувствовать Истину. Существуют знания, которые требуются специалисту для успешной профессиональной деятельности, но есть и такие понятия, которые необходимы каждой личности для формирования духовной культуры как неотъемлемого атрибута современного общества. Новая духовная культура (политическая, экономическая, художественная) строится не на сослагательном наклонении из прошлого и не на экзальтированном уповании на будущее, а на мощной духовной платформе, состоящей из прочных кирпичиков Истины. На протяжении двух тысячелетий неиссякаемым источником Истины, путеводной звездой для целых наций и государств, поколений и индивидуальных личностей является Библия. Самая читаемая, цитируемая, издаваемая и переводимая на все языки мира, – “the rock of ages in a sea of flux” [The Bible, 2008. – p. v] – Книга Книг является кузницей человеческого духа и пробным камнем для огранки морально-этических обертонов души потомков Адама. Вот уже третье тысячелетие Благая Весть входит лучом Надежды и Любви в сердца христиан, Вера которых, по словам Дэвида Бентли Харта, составляет одну треть рода человеческого: “Christianity – religion that spans 20 centuries of history, that has reached every quarter of the globe, that has assumed an incredible variety of institutional and cultural forms, and that today is the faith (at least nominally) of one-third of the human race” [David Bentley Hart, 2009. - p. ix].

Согласно «Книге рекордов Гиннесса», каждодневный тираж Библии составляет 32876 экземпляров, т.е. в мире каждую секунду выпускают одну копию Книги Книг. Общий тираж насчитывает 8 млрд. экземпляров. Самая ходовая книга в мире переведена на 2036 языков мира, переписывалась и дополнялась

на протяжении 1600 лет. Бестселлер №1, читаемый всеми сословиями, содержит свыше 3000 пророчеств, которые сбылись. В то же время Священный Текст была самым преследуемым законом писанием за всю историю человеческого существования [<http://guinness-records.net/samaya-izdavaemaya-kniga-v-mire-bibliya>]. Библия вдохновляла многих художников на создание мировых шедевров: начиная от икон «Спаса» и «Троицы» Андрея Рублева и продолжая такими картинами, как «Воскрешение Лазаря» и «Возвращение блудного сына» Рембрандта, «Тайная вечеря» Леонардо да Винчи, «Явление Христа народу» А.А. Иванова, «Хождение по водам» И. Айвазовского, «Воскрешение Лазаря» Микеланджело Меризи де Караваджо и многими другими произведениями изобразительного искусства. Архитектор Антонио Гауди замыслил в 1882 году возведение Икупительного храма Святого Семейства как подобия Библии, описывающего основные вехи жизни Иисуса Христа. По замыслам Гауди храм должен был предстать в трех фасадах, называемых Рождество, Страсти Господни и Слава, в окружении 12 башней, символизирующих 12 апостолов. А центральная башня, посвященная Христу, высотой в 170 метров, что на 1 метр ниже самой высокой горы Барселоны, по задумке архитектора напоминала бы последующим поколениям, что творение человека никак не может быть выше того, что создано самим Богом. За 40 лет строительства «Каменной Библии» при жизни Гауди был возведен лишь один фасад – Рождества. Несмотря на то, что Саграда-Фамилия вошел в историю как один из самых «долгостроев» мира, он стал визитной карточкой Барселоны и попыткой воплощения Библии в камне. [<http://firetrip.me/sobor-sagrada-familiya/>]. В 1960-е годы в США появилось такое направление в музыке, как христианский рок, а в 1971 году на Бродвее впервые поставили легендарный мюзикл композитора Эндрю Ллойда Уэббера на слова Тима Райса “Jesus Christ Superstar”. Существуют даже настольные христианские игры для детей, например, «Настольная игра. Мемо. Библейские герои, места и события». В 1966 году вышел в прокат фильм Джона Хьюстона “The Bible: In The Beginning”. А в 2004 году Мел Гибсон завершил съемки историко-биографической драмы “The Passion of the Christ”, вызвавшего широкий резонанс, острую этическую полемику и реакцию неодобрения многих православных людей еще до выхода на экран. Многие кинокритики призывали к более внимательному и вдумчивому прочтению Святого Писания во избежание подмены истинных ценностей человечества [<http://podrobnosti.ua/110652-strastihristovy-dva-mnenija.html>].

На сегодняшний день само слово «Библия» приобрело много новых оттенков, что, по сути, может свидетельствовать и о подмене ценностей в сознании современных читателей. Широкому кругу читателей стали известны и такие книги, как «Библия бедных» (1466), «Нравоучительная библия» (XIII –XV века), «Историческая библия» (XIII век), «Библия для верующих и неверующих» Ем. Ярославского (1922), «Сатанинская библия» Антона Шандора Ла Вея (1969), роман «Библия ядовитого леса» Барбары Кингсолвер (1998, 1999), «Библия для детей» протоиерея Александра Соколова (2002), сказка-быль «Библия любви» Владимира Лермонтова (2016), энциклопедия по деревообработке «Библия работ по дереву» А.Джексона и Д.Дэя (2016), «Библия секса» (оригинальное название ‘Gui-

detoGettingIt on! ') Пола Джоанидиса (2015), «Библия узоров. 300 оригинальных идей для вязания спицами» (оригинальное название 'Labibledutricot. 300 points-expliques') (2014), «Библия триатлета» (оригинальное название 'The Triathlete's Training Bible') Джо Фрила (2011), «Библия языка телодвижений» (оригинальное название 'People watching') Десмонда Морриса (2009), «Библия йоги» (в оригинале 'The Women's Health Big Book of Yoga') Кэтрин Бьюдиг (2015), «Stand Up. Библия комедии» Джуди Картер (2016), «Библия бедных» Евгения Бабушкина (2017), «Библия бармена» Федора Евсевского (2018), «Библия хакера 2» Максима Левина (2003), «Библия в SMSках» АязН (2012). Как видим, современное значение слова «Библия» далеко не всегда созвучно с его исторически сакральным, священным концептом.

Изначально же слово «Библия» произошло от латинского и греческого слов, означающих «книга». Книга Книг не похожа ни на одну другую и содержит несколько десятков отдельных произведений, составляющих Ветхий и Новый Заветы. В Предисловии к "The Bible. Authorized King James Version" описывается процесс создания единой Книги из многочисленных текстов "the biblical texts were held as individual scrolls stored together in a wooden chest or cupboard... With the invention of the codex (...) the books had to come in a specific order... What began as 'the books' had, literally and physically, become 'the book'" [The Bible, 2008. – pp. xi-xii]. Священное Писание создавалось многими авторами с XV в. до н. э. по I в. н. э. и является выдающимся примером древней письменности. В православной традиции к книгам Ветхого Завета относятся 39 канонических («признанных церковью богодухновенными, т.е. заключающими в себе слово Божье») и 9 неканонических (содержащих личные мнения их авторов). [Дубровина К.Н. 2010. – с. 4]. Новый Завет включает в себя 27 канонических книг: Евангелие от Матфея (написано в 80-е годы I в. н.э.), Евангелие от Марка (около 70 года), Евангелие от Луки (80-90-е годы I в. н.э.), Евангелие от Иоанна (конец I в. н.э.); книгу «Деяния апостолов», написанную евангелистом Лукою; соборное послание святого апостола Иакова; 2 соборных послания святого апостола Петра; 3 соборных послания святого апостола Иоанна; соборное послание святого апостола Иуды; 14 посланий святого апостола Павла и откровение Иоанна Богослова (Апокалипсис). При этом канонические книги Ветхого Завета были написаны в основном на древнееврейском, а небольшие разделы – на халдейском или арамейском языках; неканонические книги были созданы на греческом языке. 26 канонических книг Нового Завета написаны на александрийском наречии греческого языка, а Евангелие от Матфея изложено на сиро-халдейском наречии еврейского языка.

По мнению К.Н. Дубровиной, самыми общепринятыми из наиболее древних переводов являются греческий перевод Ветхого Завета Септуагинта (III в. до н.э.) и латинский перевод всех книг Библии Вульгаты (IV в. н.э.), а из более поздних переводов – славянский и русский.

Следует отметить, что неодинаковыми являются способы проникновения Книги Книг в разные страны. Так, на славянский язык с греческого перевода Септуагинта Священное Писание перевели во 2-й половине IX в. братья Кирилл и Мефодий. Данный перевод пришел на Русь через Болгарию. И только в 1499 г.

новгородский архиепископ Геннадий собрал полный рукописный список Библии, которую князь Острожский впервые издал в 1581 г. Эта печатная славянская Библия и называется церковнославянской. В 1876 г. московский митрополит Филарет и профессора духовных академий завершили Синодальный перевод, который был признан и утвержден высшим органом по делам Русской православной церкви. Ветхий Завет был переведен в основном с еврейского (при надобности с отсылкой к греческим и латинским переводам), а Новый Завет переводили с греческого и славянского. Именно Синодальный перевод знакомил и продолжает знакомить подавляющее большинство носителей русского языка со Священным Писанием.

До самого 1917 г. Библия была широко известной и высоко почитаемой настольной книгой в практически каждой семье. Однако, в годы советской власти Книга Книг попала под запрет, и «антибиблейская» пропаганда продолжалась многие годы, заменив христианство новым мировоззрением - атеизмом. Эта тенденция продолжалась до конца XX века. И только с началом перестройки, когда были сняты многие ограничения и запреты (в том числе и религиозные), начался новый этап возвращения Библии в широкие круги искренних почитателей Святого Писания. Так, к примеру, только в 1991 году смогла дойти до своих маленьких читателей задуманная по инициативе М. Горького еще в 1913 году, а написанная Корнеем Чуковским в 1967 году «Вавилонская башня и другие библейские предания»! Также только в 1990-1991 гг. стало возможным возобновление деятельности Российского Библейского общества, одним из основателей которого стал протоиерей Александр Мень. В 2011 году в свет вышел второй после Синодального полного перевода Библии на русский язык, произведенный Российским Библейским обществом. В 2017 году свет увидел 2-е издание «Нового Завета в Современном переводе», сочетающее в себе как точную передачу смысла 26 канонических книг, так и доступность изложения на современном литературном языке. Отдельного внимания и признания заслуживает новейший проект Российского Библейского Общества «Библия для глухих» [<http://www.biblia.ru/news/show/?686>]. Чтобы Благая Весть стала доступной также для глухих и слабослышащих, был разработан словарь жестов. Так как глухими приблизительно 90% всей информации воспринимается зрительно, создаются специальные видеофильмы, включающие в себя сурдоперевод текста Библии на русский жестовый язык, текст синодального перевода Писания, аудиозапись, а также разнообразные иллюстрации в виде картинок и таблиц.

В контексте перевода не вошедших в канон священных писаний на русский язык следует вспомнить еще одно важное событие, произошедшее в конце 1945 года в Египте. Тогда были обнаружены уникальные рукописи: Евангелие от Филиппа, Евангелие Истины, Евангелие египтян, Сокровенная книга Иоанна и другие апокрифические тексты, написанные во II-IV веках. Эта удивительная археологическая находка приписывается египетскому крестьянину Мохаммеду Али аль-Самману, который увидел в песке пустыни неподалеку от деревни Наг-Хаммади кувшин. Разбив кувшин, он обнаружил двенадцать старинных рукописных книг. Впоследствии книги, известные как «библиотека из Наг-Хаммади», были

проданы крестьянином за бесценок. К счастью, все 12 книг, состоящих из 52 томов, 40 из которых не были известны ранее, попали в руки ученых Египта, Европы, Америки и дошли до нас. Так, текст Евангелия от Фомы – которое по праву считают пятым Евангелием – был переведен с греческого на саидский диалект коптского языка, а перевод на современный русский язык был осуществлен Д. Алексеевым в 2010 году.

Таким образом, как было замечено выше, до XVIII века именно церковнославянский язык обладал статусом высшей формы «собственного языка». Поэтому при переводе Библии на русский язык «речь шла о выборе между своим традиционным и своим обновленным» [Хухуни и др. 2014, с. 23].

Совсем иначе обстояло дело с переводом Библии на Западе как с передачей текстов Святого Писания с чужого языка на свой. Далее детально рассмотрим путь Благой Вести в английский язык.

Условно историю переводов Библии на английский язык можно разделить на период Средних веков и период Нового времени. При этом следует отметить, что первые попытки перевода Библии на англосаксонский язык датированы VII веком. Однако, называть данные попытки свободных пересказов библейских сюжетов в стихах полноценными переводами вряд ли будет уместным. И только начиная с IX века, с момента появления Псалтыря Веспасиана, датированного приблизительно 825 годом, можно говорить о появлении попыток относительно адекватных переводов. Большое количество переводов появляется к концу X века. Тем не менее, вплоть до XIII века все многочисленные изложения Библии на английский язык рассматривают в качестве религиозной литературы, нежели собственно перевода [Федуленкова, 2016. – с. 11].

Первый полный перевод Библии был сделан в конце XIV века под эгидой Джона Уиклифа. Данный перевод известен там как Библия Уиклифа. При этом сам перевод считался «переводом из вторых рук», т.к. за исходный текст применялась латинская Вульгата. Отчасти из-за этого язык Библии Уиклифа вскоре устарел, а сам автор-«еретик» был подвержен ожесточенной критике со стороны католиков. Так архиепископ Кентерберийский Томас Арудел считал совершенно недопустимым создание Библии на английском языке, поэтому он установил строжайший запрет на чтения любых сочинений Уиклифа [Хухуни и др., 2015. – с. 34]. В 1530 году протестант Уильям Тиндал завершил переложение первого тома Ветхого Завета на английский язык. Данный перевод был осуществлен уже не из латинской Вульгаты, а из еврейских и греческих оригиналов. Однако, ярко выраженный протестантский тон Тиндала послужил основной причиной неприятия данного перевода Англиканской церковью. А Томас Мор впоследствии обвинил Тиндала в неверной передаче некоторых фрагментов Нового Завета. Сам Тиндал был арестован в 1535 году и, так и не завершив до конца перевод Ветхого Завета, был казнен через удушение и сожжен в 1536 г. Последними словами Уильяма Тиндала, вошедшего в историю как «отец английской Библии» стали: «Господи, открой глаза королю Англии!»

Сам же король Англии Генрих VIII в 1537 году выразил свое одобрение и благосклонность к инициативе Англиканской церкви создать английскую Библию.

Так появился «новый перевод», состоящий из переводов Тиндала и Ковердейла с огромным количеством примечаний, носивших догматический, вероучительный характер. Новый перевод увидел свет в 1539 году. Он представлял собой толстый, увесистый том под названием «Большая Библия». С момента выхода этого текста все остальные переводы попали под запрет, а Большая Библия получила статус официальной версии Святого Писания на английском языке.

В 1604 году пуританин Джон Рейнольдс обратился к королю Якову Iс инициативой создания нового авторитетного перевода Библии. Король поддержал это предложение и отобрал 47 переводчиков для воплощения данной идеи. Переводчиков разделили на три группы, каждая из которых отвечала за определенную часть Библии. «Ученые мужья» собирались в Вестминстере, Кембридже и Оксфорде. В круг их задач входило также совместное слушание и одобрение чернового перевода новой Библии. Благодаря их совместным усилиям в 1611 году стал возможным выход в свет «Библии короля Якова». Это событие произошло в Лондоне. И хотя ни королевский дом, ни парламент официально не утверждал данный перевод, «Библия Короля Якова» сохранила за собой статус официального перевода. В Англии с 1611 года и по сегодняшний день ее именуют как «Официально одобренный перевод (Authorized Version)». И если твердое убеждение протестантов заключалось в том, что Библия представляется основным первоисточником истины вероисповедания (принцип *sola Scriptum*), то «Библия Короля Якова» предлагала посредством доступности и ясности перевода (а не посредством «латинизированного буквализма») познать ту самую Божественную истину, заключенную в Священном тексте. Следует напомнить, что «Официально одобренный перевод» был сделан исключительно из оригинальных источников: из еврейского были переведены Ветхозаветные тексты, греческий выступил исходным языком для перевода Нового Завета на английский язык.

В XXвеке возобновляются попытки создания нового перевода Библии на современный, естественный язык второго тысячелетия. Так, благодаря совместным усилиям христианских церквей Великобритании, стало возможным появления на свет «Новая Английская Библия». И только Римско-католическая церковь осталась в стороне от этого события. В 1961 году был завершен новый перевод Нового Завета. В 1969 году появились на свет Божий в новом переводе на английский язык Новый Завет, Ветхий Завет и Апокрифы. Однако, по мнению Роберта Кэрролла и Стефана Прикетта, современные версии перевода Книги Книг (такие как: *the New English Bible, the Revised Standard, the Good News Bible*) остаются в тени «Официально одобренного перевода (*the Authorized Version*)», который не сдает своих позиций и до сих пор сохраняет статус эксклюзивности в силу того, что “It has shaped, formed, and moulded the language with which the others must speak” [The Bible, 2008. – p. xxix].

Таким образом, Библия – сакральная Книга Книг – является путеводной звездой для многих поколений «сынов Адамовых». Нет ни одного человека, который так или иначе не обращался бы на протяжении своей жизни к Священному тексту. Самая читаемая, цитируемая и тиражируемая – “the rock of ages in a sea of flux” – Библия вдохновляла иконописцев и художников, музыкантов и композито-

ров, прозаиков и поэтов, литературоведов и историков, архитекторов и простых искренних обывателей. Библия всегда была переведенной книгой, а «иностранный» статус Книги Книг является неотъемлемой частью исторической идентичности нашего цивилизованного мира в социальном, литературном и религиозном смыслах. Само слово «Библия» произошло от латинского и греческого слов, означающих «книга». Книга Книг, создаваемая многими авторами с XV в. до н. э. по н. э., не похожа ни на одну другую и содержит отдельные произведения, составляющие Ветхий и Новый Заветы. Книги Ветхого Завета были написаны на древнееврейском и греческом языке, книги Нового Завета изложены на александрийском наречии греческого языка, а Евангелие от Матфея - на сиро-халдейском наречии еврейского языка. Самыми общепринятыми из древних переводов считают греческий перевод Ветхого Завета Септуагинта (III в. до н. э.) и латинский перевод всех книг Библии Вульгаты (IV в. н. э.), а из более поздних переводов – славянский и русский. На славянский язык с греческого перевода Септуагинта Священное Писание перевели во 2-й половине IX в. братья Кирилл и Мефодий. В 1581 г. князем Острожский была издана первая церковнославянская Библия. В 1876 г. под эгидой московского митрополита Филарета был завершен Синодальный перевод, Ветхий Завет был переведен с еврейского, а Новый Завет переводили с греческого и славянского. В начале XX века советский режим, носивший «антибиблейский характер», приостановил деятельность Российского Библейского общества. Только после распада Советского Союза с идеологией атеизма в 1990-е гг. стало возможным возобновление работы РБО. В 2011 году под его руководством в свет вышел второй после Синодального полного перевода Библии на русский язык. В 2017 году свет увидел 2-е издание «Нового Завета в Современном переводе».

Переводы Библии на Западе осуществлялись посредством передачи текстов Святого Писания с чужого языка на свой. Первые попытки перевода Библии на англосаксонский язык датированы VII веком. В 825 году свет увидел Псалтырь Веспасиана, а первый полный перевод Библии был сделан в конце XIV и известен там как Библия Уиклифа. Сам перевод считался «переводом из вторых рук», т.к. за исходный текст применялась латинская Вульгата. В 1530 году протестант Уильям Тиндал переложил Ветхий Завет на английский язык уже не из латинской Вульгаты, а из еврейских и греческих оригиналов. Однако, Англиканская церковь не приняла данный перевод и обратилась к королю Англии Генрих VIII с инициативой создать английскую Библию. Так в 1539 году появился «новый перевод» под названием «Большая Библия», получивший официальный статус. Тем не менее статус «Официально одобренного перевода (Authorized Version)» Святого Писания в Англии по сегодняшний день принадлежит «Библии короля Якова» 1611 года. Перевод на английский был сделан 47 учеными из оригинальных источников: из еврейского и греческого языков и сохраняет статус эксклюзивности, несмотря на появления в XX веке современных версий, таких как: the New English Bible, the Revised Standard, the Good News Bible. Особый интерес на сегодняшний день представляют собой Синодальный перевод на русский язык и «Официально одобренного перевода (Authorized Version)» на английский язык.

Список литературы

1. Дубровина К.Н. Энциклопедический словарь библейских фразеологизмов [Текст]: К.Н. Дубровина. – М.: Флинта: Наука, 2010. – 808 с.
2. Федуленкова Т.Н. Лекции по английской фразеологии библейского происхождения [Текст]: учебное пособие / Т.Н. Федуленкова. – М.: Издательский дом Академии Естествознания, 2016. – 146 с.
3. Хухуни Г.Т. Лингвокультурные аспекты межъязыковой передачи библейского текста / Г.Т. Хухуни, И.И.Валуйцева, А.А Осипова. – М.: ИИУ МГОУ, 2014. -168 с.
4. Хухуни Г.Т. Переводы Библии: история и современность / Г.Т. Хухуни, И.И.Валуйцева, А.А Осипова. – М.: ИИУ МГОУ, 2015. -121 с.
5. The Bible. Authorized King James Version. – Oxford University Press, 2008. – 445 pp.
6. David Bentley Hart. The Story of Christianity. A History of 2,000 years of the Christian Faith. – Quercus, 2013. – 356 pp.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ВИДЕОМАТЕРИАЛОВ ПРИ ФОРМИРОВАНИИ НАВЫКОВ ГОВОРЕНИЯ НА УРОКАХ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА В НАЧАЛЬНЫХ КЛАССАХ ШКОЛЫ

Серикова Юлия Сергеевна

Аннотация: В статье даётся определение понятия говорения, проводится анализ возрастных особенностей учащихся начальной школы. Также анализируется роль использования видеоматериалов при формировании навыка говорения у младших школьников.

Ещё в XVII веке чешский педагог, основоположник научной педагогики Ян Амос Коменский теоретически обосновал принцип наглядности. В соответствии с этим принципом при обучении надо представить: “видимое – для восприятия зрением, слышимое – слухом, запахи – обонянием, подлежащее вкусу – вкусом, доступное осязанию – осязанием”. В отечественной педагогике обоснование принципа наглядности было дано К. Д. Ушинским, который подчеркивал, что наглядные пособия являются средством формирования чувственного образа, средством активизации мыслительной деятельности. “Применительно к обучению языку принцип наглядности реализуется в процессе специально организованного показа языкового и экстралингвистического материала с целью оказания помощи учащимся в его понимании, усвоении и применении в речевой коммуникации” [Щукин А.Н. 1981: 7-8]. Нельзя не сказать о том, что доминирование в XX веке грамматико-переводного метода обучения иностранным языкам снижало необходимость использования наглядных материалов на уроках иностранного языка. Сторонники этого метода недооценивали важность принципа наглядности. Низкий уровень использования видеоматериалов обуславливался также недостаточной технической оснащённостью, отсутствием специальных технических приспособлений.

Выход в XXI веке коммуникативной методики на первый план внес глобальные изменения в систему обучения иностранным языкам. Именно практическое владение иностранным языком стало потребностью каждого образованного человека. А устное общение невозможно без хорошо развитого умения говорения. Развитие современных технологий, в свою очередь, стимулирует более систематическое использование видеоматериалов на уроках английского языка. Тем не менее, многие педагоги не используют этот инструмент на своих уроках. Причин может быть несколько: недостаточная техническая оснащённость школы, не все учебно-методические комплекты содержат в себе видеокорсы, нехватка времени на подбор дополнительного материала, а также существующее мнение об отсутствии такой необходимости. Целью данной работы является выявление эффективных упражнений с применением видеоматериалов для развития навыков говорения на уроках английского языка в начальных классах школы. Для достижения данной цели требуется решить следующие задачи:

1. Дать определение понятию “говорение”
2. Проанализировать возрастные особенности учащихся 1-4 классов при обучении говорению

3. Дать определение понятию “видеоматериалы” и проанализировать их роль в развитии навыков говорения у учащихся 1-4 классов.

4. Подобрать комплекс упражнений с применением видеоматериалов на уроках английского языка в 1-4 классах средней школы.

“Говорение представляет собой вид речевой деятельности, посредством которого осуществляется устное вербальное общение”[Хужаниязова Г. Ю. [http](http://)]. Говорение в научной интерпретации - это процесс создания смыслового содержания и обмена им с помощью невербальных и вербальных символов. Говорение, наряду с письмом относится к продуктивному навыку, для реализации которого нужны знание языка и умение из отдельных слов составить фразы, а в дальнейшем текст. [Щипцова Н.В. 2017: 110]. Посредством говорения (совместно с аудированием) осуществляется устное вербальное общение. Содержанием говорения является выражение мыслей в устной форме. Обучение говорению является одной из приоритетных задач на уроках английского языка в средней школе. Этому навыку необходимо уделять особое внимание при овладении английским языком. Еще не так давно этому навыку не уделялось достаточного внимания, поэтому многие из тех, кто заканчивал школу, не умели говорить на английском языке. В основном выпускники владели исключительно письменной речью, а говорить могли лишь заученными фразами. Сегодня подход к изучению английского языка существенно изменился, и говорению теперь отводится первостепенная роль. Практически все современные методики настаивают на коммуникативной направленности обучения. При обучении говорению на английском языке выделяются две формы общения: диалогическая и монологическая. Обе формы являются важными, но все же особое внимание уделяется именно диалогической форме, поскольку она более коммуникативно направлена.

Говоря об обучении навыку говорения младших школьников, необходимо сказать об их возрастных особенностях. Учет возрастных особенностей - это отправная точка для конструирования курса обучения иностранному языку в целом, а также для развития различных языковых навыков. Младший школьный возраст – это сензитивный период развития, следовательно он является предпочтительным для начала изучения иностранного языка. Сфер общения у маленького ребенка меньше, чем у старшего, ему еще не приходится решать сложные коммуникативные задачи. А значит, овладевая иностранным языком, он не ощущает такого огромного разрыва между возможностями в родном и иностранном языках. Следует отметить тот факт, что говорение носит пассивный характер на начальном этапе освоения английского языка. Ребенок накапливает лексический запас, запоминает грамматические конструкции и устойчивые выражения, копирует интонации иностранного языка. Таким образом, реализация навыка говорения происходит в рамках изученного на этом этапе материала: определенной лексики, грамматических конструкций, коротких диалогов и монологов. Правильно подобранные упражнения с использованием видеоматериалов помогут детям повторить лексику и расширить свой словарный запас, выучить новые диалоги и песни, увеличить количество тем для общения, выработать навык аудирования. А это, в свою очередь, поможет ребенку постепенно перейти от пассивного говорения к активному.

Видео является великолепным дополнительным материалом при изучении английского языка, так как оно максимально приближено к языковой реальности. “По данным ЮНЕСКО, когда человек слушает, он запоминает 15 % речевой информации, когда смотрит - 25 % видимой информации, когда видит и слушает - 65 % получаемой информации” [Каджаспирова Г.М., Петров К.В. 2001: 8]. Под термином “видеоматериалы” следует понимать широкий спектр видеоресурсов, записанных на электронные носители и воспроизводимых на мониторе компьютера, на экране или на интерактивной доске. Также это могут быть видеоматериалы, транслируемые непосредственно из интернета. Можно использовать такие видеоматериалы, как:

- учебное видео, являющееся частью учебно-методического комплекта
- мультфильмы (аутентичные или обучающие)
- детские песенки с видеоклипами к ним
- рэп (проговаривание текста под музыку с анимацией)
- диалоги на актуальные темы с анимацией
- художественные или документальные фильмы
- телевизионные новости и другие телепередачи
- музыкальные видеоклипы
- реклама
- подкасты [Щипцова Н.В. 2017: 106-109]

Для младших школьников приоритетными будут являться следующие видеоматериалы: видео к УМК, адаптированные мультфильмы, видео с англоязычных сайтов для детей (диалоги, песни, рифмовки, рэп). Очень важно убедиться, что содержание видеоматериалов соответствует:

- уровню языковой подготовленности и возрасту зрителей
- переключается с темой урока
- является интересным для данной возрастной группы
- представляет интерес для развития языковых навыков (доступные упражнения и задания)
- длительность не превышает реальные возможности этапа урока.

Существует мнение, что применение видео на уроках расслабляет детей, учащиеся отвлекаются и плохо себя ведут, воспринимают начало просмотра как сигнал к развлечению. Чтобы этого избежать, нужно учитывать реальные интересы учащихся, заранее продумать задания к видео и четко объяснить их цель. Использование видео должно быть уместно к теме урока. В этом случае видеоматериалы повысят активность учащихся на уроке, у них возникнет желание высказать свое мнение. Вследствие этого у учеников будут развиваться навыки говорения и умение коммуникации, что является главной целью обучения иностранному языку.

Не стоит слишком часто использовать видеоматериалы на уроках, так как учащиеся ими “насыщаются”, снижается мотивация.

Когда стоит смотреть видео?

- Как lead-in в тему, чтобы заинтересовать учащихся
- как задание для развития навыков

К плюсам применения видео на уроке можно отнести следующее:

- аутентичность и натуральный звук (носители языка)
- интересное и содержательное
- источник натурального языка
- визуальная поддержка

Из минусов можно выделить следующее:

- проблемы с видеооборудованием
- сложно подобрать под уровень языка учащихся
- необходимы упражнения и задания
- тематически не вяжется с уроком

Работа с любым видеоматериалом предполагает 3 этапа деятельности:

- предфильмовый (предпросмотровый)
- прифильмовый (просмотровый)
- послефильмовый (послепросмотровый)

Каждый этап предполагает наличие определенных упражнений для развития тех или иных навыков. Говоря о том, что навык говорения является слаборазвитым на начальном этапе обучения, важно подобрать такие упражнения, которые будут способствовать повторению лексики и расширению словарного запаса, пониманию речи на слух и, как следствие, развитию навыка говорения в целом.

Цель первого этапа – создать мотивацию для его просмотра, ввести учащихся в атмосферу фильма. Упражнения, используемые на данном этапе:

- На экран выводится картинка с фрагментом из видео и учащиеся предполагают, о чем может идти речь.
- Учащиеся называют известные предметы, изображенные на экране.
- Знакомство с новой лексикой (заранее выписываем и отрабатываем)
- Учащимся раздаются несколько картинок, соответствующих видео сюжету и предлагается предположить очередность кадров.

Цель второго этапа – понимание темы и содержания. Виды упражнений:

-Стоп-кадр – по ходу видео останавливаем фильм и задаем определенные вопросы (например, какое животное увидели в видео, какого цвета была одежда, какое было время года, профессия человека, что делает лягушка и т.д.) Данное упражнение можно применять для повторения лексики и для введения новой лексической темы.

-По ходу просмотра заполнить пропуски в тексте (текст написан на доске или предоставлен в печатном виде)

-Угадывание дальнейшего хода событий (с использованием соответствующих картинок)

-Пересказ просмотренной части (используя опорный образец и знакомую лексику)

-Заполнить пропуски

-Правда/ложь

-Множественный выбор

-Найди лишнее

-Ответь на вопросы

-Занести данные в таблицу (например, имена героев, их возраст, хобби)

На данном этапе учащиеся могут увлечься происходящим на экране, вме-

сто того, чтобы сосредоточиться непосредственно на аудировании. Поэтому очень важно, особенно на начальном этапе, дать четкие задания [Тихомирова Ю.Л. [http](http://)]

Цель третьего этапа – организация речевой деятельности учащихся. Виды упражнений:

- ролевая игра (инсценировка увиденного)
- воспроизведение увиденного (например, диалог)
- выполнение устного задания, схожего с увиденным (с опорой на изученную лексику и грамматику)
- после первого просмотра ученикам раздаются подготовленные карточки с репликами героев, которые они должны расположить в правильном порядке
- назовите все прилагательные, которые употреблялись со словом дом (или другие части речи)
- сочинить продолжение фильма

Как показывает практика, не все УМК содержат видеоматериалы в своем составе. Учащиеся устают от однообразных упражнений в учебнике, соответственно снижается мотивация к изучению языка и эффективность обучения. Возникает необходимость использования внешних источников видеоматериалов. В данной работе мы рассмотрели варианты упражнений к видеоматериалам для развития навыка говорения в начальной школе. Такие методы и приемы использования видео на уроке иностранного языка открывают уникальные возможности для учителя и учащихся с целью формирования социокультурной и коммуникативной компетенции. Эффективность использования видеопленки при обучении речи во многом зависит от того, насколько рационально организована структура видеозанятия, как согласованы учебные возможности видеоматериала с задачами обучения. При обучении говорению на иностранном языке учителю необходимо создавать речевые ситуации с целью мотивирования учащихся на активное общение. Обучение говорению происходит благодаря общению в диалоге и монологе. Использование видеоматериалов активизирует речевую деятельность учащихся, создают ситуации для их общения. Использование видео на уроках способствует повышению качества произношения, лучшего понимания иностранной речи, мотивации к обучению. Таким образом можно отметить, что использование видеоматериалов в начальных классах общеобразовательной школы является эффективным методом развития навыка говорения.

Список литературы

1. Каджаспирова Г.М., Петров К.В. Технические средства обучения и методика их использования. – М. Академия ИЦ, 2008. – 8 с.
2. Щипцова Н.В. Практический курс методики преподавания иностранного языка. – М.: Перо, 2017. – 106-110 с.
3. Щукин А.Н. Современные интенсивные методы и технологии обучения иностранным языкам. – М.: Филоматис, 2008. – 7-8 с.
4. Методика использования видеоматериалов на уроках английского языка. Тихомирова Ю.Л.[http://открытыйурок.рф/статьи/656611/\(11.03.2018\)](http://открытыйурок.рф/статьи/656611/(11.03.2018))
5. Говорение как цель обучения иностранному языку. Хужаниязова Г.Ю <https://moluch.ru/conf/ped/archive/68/3550/> (11.03.2018)

СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ К АНАЛИЗУ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

*Симакин Сергей Сергеевич
магистр направления «Менеджмент» ОЧУ ВО ММА*

В постоянно меняющихся условиях рыночной конъюнктуры очень часто предприятия не выдерживают рыночную конкуренцию, в своей хозяйственной деятельности встречаются с определенными трудностями и под влиянием объективных и субъективных причин уменьшают объем производимой продукции. В итоге они оказываются нерентабельными. Увеличение числа таких предприятий отрицательно влияет на устойчивое развитие территориальной и отраслевой экономики, а также на развитие национального хозяйства в целом.

В рыночной экономике любое предприятие при определенных обстоятельствах может оказаться в кризисном финансовом состоянии. Причины такого положения связаны как с влиянием внешней среды на деятельность предприятия, так и с внутренними недостатками управления производством.

Внешние и внутренние факторы, отрицательно влияющие на финансовое состояние предприятия:

Внешние факторы:

- экономические: кризисное состояние экономики страны, общий спад производства, инфляция, нестабильность финансовой системы, рост цен на ресурсы, изменение конъюнктуры рынка, неплатежеспособность и банкротство партнеров. Одной из причин несостоятельности предприятия может быть неправильная фискальная политика государства. Высокий уровень налогообложения может оказаться непосильным для предприятия;
- политические: политическая нестабильность общества, внешнеэкономическая политика государства, разрыв экономических связей, потеря рынков сбыта, изменение условий экспорта и импорта, несовершенство законодательства в области хозяйственного права, антимонопольной политики, предпринимательской деятельности и прочих проявлений регулирующей функции государства;
- усиление международной конкуренции в связи с развитием научно-технического прогресса;
- демографические: численность, состав народонаселения, уровень благосостояния народа, культурный уклад общества, определяющие размер и структуру потребностей, и платежеспособный спрос населения на те или другие виды товаров и услуг.

Внутренние факторы:

- дефицит собственного оборотного капитала как следствие неэффективной производственно-коммерческой деятельности или неэффективной инвестиционной политики;
- низкий уровень техники, технологии и организации производства;

- снижение эффективности использования производственных ресурсов предприятия, его производственной мощности и как следствие высокий уровень себестоимости, убытки, уменьшение собственного капитала;
- создание сверхнормативных остатков незавершенного строительства, незавершенного производства, производственных запасов, готовой продукции, в связи с чем происходит затоваривание, замедляется оборачиваемость капитала и образуется его дефицит. Это заставляет предприятие залезать в долги и может быть причиной его банкротства;
- плохая клиентура предприятия, которая платит с опозданием или не платит вовсе по причине банкротства, что вынуждает предприятие самому залезать в долги;
- отсутствие сбыта из-за низкого уровня организации маркетинговой деятельности по изучению рынков сбыта продукции, формированию портфеля заказов, повышению качества и конкурентоспособности продукции, выработке ценовой политики;
- привлечение заемных средств в оборот предприятия на невыгодных условиях, что ведет к увеличению финансовых расходов, снижению рентабельности хозяйственной деятельности и способности к самофинансированию;
- быстрое и неконтролируемое расширение хозяйственной деятельности, в результате чего запасы, затраты и дебиторская задолженность растут быстрее объема продаж. Отсюда появляется потребность в привлечении краткосрочных заемных средств, которые могут превысить чистые текущие активы (собственный оборотный капитал). В результате предприятие попадает под контроль банков и других кредиторов и может подвергнуться угрозе банкротства.

Достичь финансовой устойчивости и эффективности функционирования такие предприятия могут посредством их финансового оздоровления.

Согласно Гражданскому кодексу Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 № 14-ФЗ термин «финансовое оздоровление» определяет, как процедуру банкротства, применяемую к должнику в целях восстановления его платежеспособности и погашения задолженности в соответствии с графиком погашения задолженности [1].

По мнению Бармута К.А. финансовое оздоровление представляет собой систему мероприятий по финансовому оздоровлению предприятия, реализуемых с помощью других юридических и физических лиц и направленных на предотвращение объявления предприятия-должника банкротом [3, с.39]

М.А. Федотова определяет финансовое оздоровление предприятия как управление внутренней финансовой устойчивостью, в основе которой лежит управление по принципу обратной связи, т.е. активное реагирование управления на изменение внешних и внутренних факторов [7].

Отечественный экономист И.А. Бланк указывает, что «финансовое оздоровление предприятия представляет восстановление предприятием утраченной

ликвидности, восстановление им финансовой устойчивости и платежеспособности, и обеспечение финансового равновесия в длительном периоде его развитии» [4].

Целью финансового оздоровления является покрытие текущих убытков и устранение причин их возникновения, восстановление или сбережение ликвидности и платежеспособности предприятий, сокращение всех видов задолженности, улучшение структуры оборотного капитала и формирование фондов финансовых ресурсов, необходимых для проведения оздоравливающих мероприятий производственного характера [6].

Виды финансового оздоровления предприятия зависят от причин его несостоятельности. Поскольку многие предприятия разоряется в период кризиса, по вине неэффективной государственной политики, то одним из путей финансового оздоровления предприятий должна быть государственная поддержка.

С целью сокращения дефицита собственного оборотного капитала акционерное предприятие может попытаться пополнить его за счет выпуска и размещения новых акций и облигаций. Однако при этом надо иметь в виду, что выпуск новых акций может привести к падению их курса и это тоже может стать причиной банкротства.

Важным источником финансового оздоровления предприятия так же является факторинг, т.е. уступка банку или факторинговой компании права на востребование дебиторской задолженности, или договор-цессия, по которому предприятие уступает свое требование к дебиторам банку в качестве обеспечения возврата кредита.

Одним из эффективных методов обновления материально-технической базы предприятия является лизинг, который не требует полной единовременной оплаты арендуемого имущества и служит одним из видов инвестирования. Использование ускоренной амортизации по лизинговым операциям позволяет оперативно обновлять оборудование и вести техническое перевооружение производства. Привлечение кредитов под прибыльные проекты, способные принести предприятию высокий доход, также является одним из резервов финансового оздоровления предприятия. Этому же способствует, и диверсификация производства по основным направлениям хозяйственной деятельности, когда вынужденные потери по одним направлениям покрываются прибылью от других.

Если предприятие получает прибыль и является при этом неплатежеспособным, нужно проанализировать использование прибыли. При наличии значительных отчислений в фонд потребления эту часть прибыли в условиях неплатежеспособности предприятия можно рассматривать как потенциальный резерв пополнения собственных оборотных средств предприятия.

Большую помощь в выявлении резервов улучшения финансового состояния предприятия может оказать маркетинговый анализ по изучению спроса и предложения, рынков сбыта и формирования на этой основе оптимального ассортимента и структуры производства продукции.

Уменьшить дефицит собственного капитала можно за счет ускорения его оборачиваемости путем сокращения сроков строительства, производственно-ком-

мерческого цикла, сверхнормативных остатков запасов, незавершенного производства и т.д.

Одним из основных и наиболее радикальных видов финансового оздоровления предприятия является поиск внутренних резервов по увеличению прибыльности производства и достижению безубыточной работы за счет более полного использования производственной мощности предприятия, повышения качества и конкурентоспособности продукции, снижения себестоимости, рационального использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов, сокращения непроизводительных расходов и потерь.

В особо тяжелых случаях необходимо провести реинжиниринг бизнес-процесса, т.е. радикально пересмотреть производственную программу, материально-техническое снабжение, организацию труда и начисление заработной платы, подбора и распределения персонала, систему управления качеством продукции, рынки сырья и рынки сбыта продукции, инвестиционную и ценовую политику.

Первичным этапом финансового оздоровления предприятия является формирование концепции предотвращения кризиса или вывода предприятия из кризиса, а также разработка политики, которая поможет финансово оздоровить предприятие.

Финансовое оздоровление предприятия является следствием ухудшения финансового состояния или кризиса [2, с. 67].

Антикризисное управление – управление, нацеленное на предвидение опасности кризиса, анализ его симптомов, принятие мер по снижению отрицательных последствий кризиса, использование факторов кризиса для последующего развития предприятия.

Кризисные ситуации могут возникнуть на любой стадии жизненного цикла предприятия, и это является особенностью существования хозяйствующих субъектов в рыночных условиях.

Существует три вида кризиса предприятия:

- **стратегический кризис** – когда на предприятии разрушен производственный потенциал и отсутствуют долгосрочные факторы успеха;
- **кризис доходности** – когда перманентные убытки выхолащивают собственный капитал, что приводит к неудовлетворительной структуре баланса;
- **кризис ликвидности** – когда предприятие является неплатежеспособным или существует реальная угроза потери платежеспособности.

Определение типа кризиса способствует выбору первоочередных задач, направлений и методов преобразований. Несвоевременное выявление кризисных явлений ограничивает сферу деятельности по их преодолению.

Основные функции финансового оздоровления предприятия:

- управление, направленное на вывод предприятия из кризисного состояния;
- минимизация потерь от кризиса;
- осуществление комплекса мер предупреждения кризисных явлений.

Между рассматриваемыми видами кризиса существуют тесные причин-

но-следственные связи: стратегический кризис вызывает кризис доходности, которая, в свою очередь, приводит к потере предприятием ликвидности. Обусловлено внешними и внутренними факторами уменьшения объемов реализации продукции приводит, с одной стороны, к снижению прибыльности и убыточности, а с другой – к снижению уровня ликвидности и платежеспособности. Закономерным результатом развития симптомов финансового кризиса является непомерная кредиторская задолженность, неплатежеспособность и банкротство предприятия.

Особое место в процессе оздоровления занимают мероприятия финансово-экономического характера, которые отражают финансовые отношения, возникающие в процессе мобилизации и использования внутренних и внешних финансовых источников оздоровления предприятий. Источниками финансирования оздоровления могут быть средства, полученные на условиях займа или собственности; на возвратной или безвозвратной основе.

Предприятие должно обладать способностью к правильной и своевременной трансформации структуры своего бизнеса, постоянно проводить стратегические и оперативные изменения.

Управление финансами предприятия складывается из различных действий по оптимизации и совершенствованию. Для эффективности управления финансами необходимо сначала получить объективную картину финансового состояния предприятия, эту задачу решает финансовый анализ деятельности предприятия [5].

Практически все пользователи финансовых отчетов используют методы финансового анализа для принятия решений по оздоровлению предприятия. Собственники анализируют отчеты для повышения доходности капитала, обеспечения стабильности положения предприятия. Кредиторы и инвесторы анализируют финансовые отчеты, чтобы минимизировать свои риски по займам и вкладам, кредитные учреждения – для определения условий кредитования и степени риска; поставщики – для обеспечения своевременных расчетов за поставленные материальные ценности; налоговые службы – для обеспечения поступления налоговых платежей в бюджет.

Можно твердо говорить, что качество принимаемых решений целиком зависит от качества аналитической обоснованности принимаемых решений.

Анализ финансового состояния предприятия для дальнейшего финансового оздоровления может проводиться двумя способами:

1. Табличный способ анализа и оценка финансового состояния предприятия осуществляются с помощью расчетных таблиц абсолютных значений показателей и их удаленных величин, темпа прироста для оценки показателей структуры, динамики и структурной динамики [5].

Табличным способом анализируются валюта баланса, активы, пассивы, запасы, финансовые результаты, платежеспособность и кредитоспособность с помощью построения таблиц. В рамках табличного способа предварительные расчеты для проведения анализа сводятся в табличные формы. Такой подход приспособлен к использованию компьютерной техники для проведения расчетов – одни и те же формулы в таблицах применяются для расчета по нескольким показателям.

2. Коэффициентный способ финансового анализа описывает финансовые пропорции между различными статьями бухгалтерской финансовой отчетности. Достоинством данного способа являются простота расчетов и элиминирование влияния инфляции, что особенно актуально при анализе в долгосрочном аспекте.

Коэффициентный способ предусматривает, во-первых, расчет соответствующего показателя и, во-вторых, сравнение этого показателя с какой-либо базой, например, с общепринятыми стандартными параметрами; показателями конкурирующих предприятий; аналогичными показателями предшествующих лет; среднотраслевыми показателями, показателями конкурирующих предприятий [5].

При коэффициентном способе анализа финансового состояния предприятия используются коэффициенты распределения и коэффициенты координации. Коэффициенты распределения применяются, когда требуется определить, какую часть тот или иной абсолютный показатель финансового состояния составляет от итога включающей его группы абсолютных показателей. Коэффициенты координации используются для выражения отношений между имеющими различный экономический смысл абсолютными показателями финансового состояния или их линейными комбинациями. Оценка сложившегося финансового состояния предприятия производится по данным формы № 1 бухгалтерской финансовой отчетности «Баланс», с помощью коэффициентов финансового состояния предприятия, эффективности использования имущества и капиталов – по данным форм № 1 бухгалтерской финансовой отчетности «Баланс» и формы № 2 бухгалтерской финансовой отчетности «О финансовых результатах», по коэффициентам финансовых результатов деятельности. В коэффициентном способе используются относительные безразмерные величины.

Финансовые коэффициенты представляют собой относительные показатели финансового состояния предприятия. Они рассчитываются в виде отношений абсолютных показателей финансового состояния. Анализ финансовых коэффициентов заключается в сравнении их значений с базисными величинами, а также в изучении их динамики за отчетный период и за ряд лет. В качестве базисных величин используются усредненные по временному ряду значения показателей данного предприятия, относящиеся к прошлым благоприятным с точки зрения финансового состояния периодам. Кроме того, в качестве базы для сравнения могут применяться теоретически обоснованные или полученные экспертным путем значения. Такие величины фактически выполняют роль нормативов для финансовых коэффициентов, хотя методики их расчета в зависимости от отрасли не создано, поскольку в настоящее время не устоялся набор относительных показателей, применяемых для оценки финансового состояния предприятия. Для точной и полной характеристики финансового состояния необходимо достаточно небольшое количество показателей. Важно лишь, чтобы каждый из этих показателей отражал наиболее существенные стороны финансового состояния.

В зависимости от характеризуемых объектов финансового анализа различают коэффициенты, предназначенные для оценки:

- платежеспособности предприятия;
- кредитоспособности предприятия;

- вероятности банкротства предприятия;
- имущества предприятия;
- капитала предприятия;
- финансовых результатов деятельности предприятия.

Суть анализа финансовых коэффициентов в том, что необходим простой инструмент, позволяющий сосредоточить внимание на самых важных областях деятельности предприятия и сопоставить результаты деятельности различных предприятий. Одним из таких инструментов является анализ финансовых коэффициентов, который использует вычисление финансовых коэффициентов как отправную точку для интерпретации финансовой отчетности.

Коэффициент — это отношение одного показателя к другому.

Анализ финансовых коэффициентов используется в целях контроля, за хозяйственной деятельностью предприятия и для выявления сильных и слабых сторон предприятия относительно конкурентов, а также при планировании деятельности предприятия на будущее.

Расчет финансовых коэффициентов сосредоточен в основном на трех ключевых областях бизнеса:

- прибыльность (управление процессом покупки и продажи);
- использование ресурсов (управление активами);
- доходы инвесторов.

Недостатком финансовых коэффициентов является то, что они статичны, не отражают различий в методах бухгалтерского отчета и качества составляющих показателей.

Анализ финансового состояния предприятия дает оценку основных характеристик деятельности предприятия, при этом в каждом из способов оценка производится с помощью различных показателей.

Финансовая отчетность предприятия — это наиболее объективный источник информации о предприятии и эффективности его деятельности, который доступен менеджерам, инвесторам и конкурентам.

Документы финансовой отчетности используются для оценки сильных и слабых сторон финансовой деятельности предприятия, выявляется его готовности к использованию предоставляемых возможностей и способности противостоять грозящим рискам, исходящим из внешней среды, а также достигнутых предприятием целей, поставленных инвестором в начале года. Необходимо сопоставить результаты предприятия с результатами его ближайших конкурентов и со среднеотраслевыми стандартами.

Анализ данных прошлых периодов — это первый шаг в определении финансовой стратегии предприятия и установлении четких задач на будущее. Такой анализ создает некоторый контроль над деятельностью предприятия в будущем.

Анализ финансовой деятельности необходим любой организации, даже в тех случаях если она не испытывает конкретных проблем. В этом случае он необходим потому что, как и любому живому организму организации нужен «профилактический осмотр» его финансового здоровья – возможно, существуют какие-либо негативные тенденции, которые не видны невооруженным взглядом.

Список литературы

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 № 14-ФЗ (с изм. и доп., вступ. в силу от 28.03.2017). // Справочно-правовая система «Консультант-Плюс».
2. Положение по бухгалтерскому учету «Расходы организации». ПБУ 10/99. Утверждено приказом Минфина РФ от 06.05.99г. № 33н (ред. от 06.04.2015). // Справочно-правовая система «Консультант-Плюс».
3. Бармута К.А. Управление на предприятии в условиях кризиса: Учебник. – М.: Феникс, 2015.
4. Бланк И.А. Управление финансовой стабилизацией предприятия. – К.: Ника-Центр, Эльга, 2016.
5. Жилкина А.Н. Управление финансами. Финансовый анализ предприятия: Учебник. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014.
6. Колесников С.Н. Управление ресурсами предприятия // Дайджест-директор, 2016, №3
7. Федотова М.А. Как оценить финансовую устойчивость предприятия? / Финансы, №6 - 2015.

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ И ПРАВОВЫЕ ОСНОВЫ ОБЯЗАТЕЛЬНОГО МЕДИЦИНСКОГО СТРАХОВАНИЯ

*Смирнов Максим Анатольевич,
Магистр направления «Менеджмент» ОЧУ ВО ММА*

Правовые основы ОМС закреплены в статье 2 ФЗ от 29.11.2010 № 326-ФЗ «Об обязательном медицинском страховании в Российской Федерации» (далее – Закон об ОМС). Законодательство об обязательном медицинском страховании основывается на Конституции РФ, другими словами она вынесена за пределы законодательства об ОМС (формула «основывается» значит, что нормами Конституции РФ как акта, который имеет высшую юридическую силу и занимает главенствующее место среди всех нормативных правовых актов РФ, определяют содержание норм законодательства об ОМС, но сама Конституция РФ, являясь вне отраслевой системы РФ, создаёт ее структуру, но при этом не является элементом ни одной из отраслей, а только лишь возглавляет собственно конституционное законодательство РФ [2].

Законодателем указывается на такой существенный нормативно-правовой акт как ФЗ от 21 ноября 2011 года № 323-ФЗ «Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации» [4]. Данный федеральный закон регулирует отношения, появляющиеся в сфере охраны здоровья населения РФ и благоприятствует формированию современной, эффективной системы здравоохранения. На первое место в данном законе поставлен принцип соблюдения прав человека и гражданина в сфере охраны здоровья и обеспечения связанных с этими правами гарантий государства.

Полномочия по организации оказания скорой медицинской и первичной медико-санитарной помощи, раньше были возложены на органы местного самоуправления, а теперь закреплялись за органами государственной власти субъектов РФ. При этом обязательным требованием осталось обеспечение доступности медицинских услуг соответствующего качества для граждан вне зависимости от места их работы или проживания. В законе подробным образом регулируются вопросы прав граждан на выбор врача, а также выбор медицинского учреждения. Особым новшеством стала обязанность медицинских учреждений страховать гражданскую ответственность перед своими пациентами.

Статья 3 ФЗ от 21 ноября 2011 года № 323-ФЗ, посвящена законодательству в сфере охраны здоровья. При этом понятия «законодательство об обязательном медицинском страховании» и «законодательство в сфере охраны здоровья» соотнесены между собой как часть и целое. Нормы об охране здоровья, которые содержатся в остальных федеральных законах, других нормативных правовых актах РФ, законах и иных нормативных правовых актах субъектов РФ, не должны являться противоречивыми нормам ФЗ от 21 ноября 2011 года № 323-ФЗ. Вышеуказанное также верно по отношению к нормам Закона об ОМС, нормы которого обладают меньшей юридической силой в сравнении с нормами ФЗ от 21 ноября 2011 года № 323-ФЗ.

Положениями ФЗ от 21 ноября 2011 года № 323-ФЗ необходимо руководствоваться в том случае, когда требуется правильное истолкование таких понятий как «лечение», «здоровье», «профилактика», «медицинская услуга», «диагностика» и т. д. Понятийная база представляется применимой к положениям ФЗ от 21 ноября 2011 года № 323-ФЗ, но по сути, может быть использована в таком же значении в других законодательных нормах.

Ещё одним по важности установления правовых основ в сфере ОМС нормативным правовым актом является ФЗ от 16 июля 1999 года № 165-ФЗ «Об основах обязательного социального страхования» [6]. Законодателем было дано ясное понимание того, что ОМС представляет один из важнейших механизмов обеспечения права любого гражданина на бесплатную медицинскую помощь и входит в качестве составного элемента как в законодательство РФ об охране здоровья населения, так и в законодательство о социальном страховании.

С 1 января 2011 года вступил в силу Федеральный закон от 29 ноября 2010 года № 326-ФЗ «Об обязательном медицинском страховании в Российской Федерации». Новый закон предусматривает новые правила обязательного медицинского страхования. Федеральным законом устанавливаются новые принципы осуществления обязательного медицинского страхования, полномочия фондов ОМС, их права, обязанности и ответственность, а также права, обязанности и ответственность страховых медицинских организаций (СМО), лечебно-профилактических учреждений, страхователей и застрахованных лиц. Законом урегулированы отношения, касающиеся финансового обеспечения обязательного медицинского страхования.

На первый взгляд, Закон от 29 ноября 2010 года вносит только прогрессивные моменты в ОМС. В медицинском законодательстве теперь юридически определены базовые понятия медицинского страхования. В частности, в Законе определяется, что такое ОМС, объект ОМС, страховой риск, страховой случай по ОМС, страховые взносы, застрахованное лицо, базовая и территориальная программа ОМС. Впервые в законе регламентированы основополагающие начала ОМС.

Положительно следует оценить, что новый закон посвящен исключительно обязательному страхованию в отличие от ранее действующего Закона о медицинском страховании, которым регулировалось как обязательное, так и добровольное медицинское страхование.

Конечно необходимо одобрение введения единого полиса, который будет выдаваться одновременно и который нет необходимости менять в случае смены места работы, жительства либо страховой организации. Тем не менее, застрахованное лицо должно «поставить в известность СМО об изменении фамилии, имени, отчества, места жительства сроком в один месяц со дня вступления в силу данных изменений» (п. 2. ст. 16). Данная мера по состоянию на текущий момент времени представляется очевидной, т. к. договор ОМС является лишней, утяжеляющей взаимоотношения субъектов, конструкцией. Отмена договоров в системе ОМС упрощает жизнь не только российским гражданам, но также и их работодателям, которые вынуждены заниматься не свойственной им функциональной

обязанностью – заключения договоров, произведения обмена полисов, поддержания в актуальном состоянии у страховой организации информации о собственных сотрудниках и др.

Еще одним положительным аспектом является понимание законодателем необходимости перехода на одноканальную модель финансирования сферы здравоохранения. Данный способ позволяет избежать двойной оплаты аналогичных услуг, способ более эффективного управления средствами.

В отличие от Закона «О медицинском страховании граждан в Российской Федерации» от 28 июня 1991 г. № 1499-1 в Законе от 29 ноября 2010 г. выделены не только субъектов ОМС, круг которых является ограниченным, но и участников ОМС. Впервые в качестве субъекта назван Федеральный фонд обязательного медицинского страхования (ФФОМС).

До 1 января 2011 года право выбора пациентом медицинского учреждения, как и лечащего врача было в большинстве своём декларативного характера. В текущее время пациент может заблаговременно определиться со своим врачом. Предусматривается, что в систему ОМС смогут войти коммерческие лечебные организации и частнопрактикующие врачи в том случае, если ими будет дано согласие на оказание услуг по тарифам ОМС и заключены соответствующие договоры со страховыми организациями и территориальными фондами ОМС. По настоящее время коммерческая медицина функционировала лишь в системе добровольного дополнительного медицинского страхования – по прямым договорам с пациентами или же коллективным договорам с работодателями.

Принцип оказания первичной медицинской помощи по территориальному принципу не отменен – система участковых врачей – терапевтов, педиатров сохранена. Кроме того, лицензии страховщиков ОМС действуют на определенных территориях и закрепляют компании за ними.

Самостоятельным территориальным фондам ОМС как некоммерческим организациям, создаваемым высшими исполнительными органами государственной власти субъектов РФ, отведена роль по реализации государственной политики в области обязательного медицинского страхования на территории субъектов РФ. Именно это не позволяет сформировать единую национальную систему ОМС с едиными финансовыми и организационными нормативами и обеспечить конституциональное равенство граждан на получение медицинской помощи независимо от места проживания [5].

Предусмотрено право застрахованного лица выбирать и менять страховую медицинскую организацию. Одновременно исключается право работодателя и органов государственной власти субъектов Федерации на выбор страховых компаний. В соответствии с законом пациент сможет выбирать медицинскую организацию и врача, получать медицинскую помощь в любой медицинской организации, работающей в системе ОМС.

Законом устанавливается минимальный размер платежа за неработающее население в систему ОМС (раньше регионы платили за неработающее население по-разному, что не обеспечивало равнодоступность медицинской помощи). Размер ежемесячного страхового взноса на ОМС неработающего населения, уплачи-

ваемого страхователями составил одну двенадцатую годового объема бюджетных ассигнований.

Снятие сразу нескольких административных барьеров для бизнеса – еще одна особенность закона. Отпадает необходимость регистрироваться работодателю-страхователю в территориальных фондах ОМС (ТФОМС), как это делалось раньше. По новому закону фонды ОМС могут пользоваться информационной базой Пенсионного фонда. Все зарегистрировавшиеся в ПФР работодатели автоматически считаются и зарегистрированными в ФОМС. Также директорам предприятий больше не нужно заключать договоры страхования, которые они ранее в обязательном порядке подписывали со страховыми компаниями.

Таким образом, в новом законе устранены ряд недочетов и противоречий, существовавших в старом, и потому он выглядит довольно целостно, содержит ряд интересных новаций, учитывают многие принципы обязательного медицинского страхования как важнейшего инструмента социальной защиты населения. Закон предусматривает формирование единого пространства организации ОМС, сделан акцент на вопросах ответственности медицинских организаций перед пациентами и защиты персональных данных. Достоинством закона является и то, что он устанавливает контроль за качеством медицинской помощи.

К другим законам, кроме упомянутых выше, относятся следующие [4]:

1) Закон РФ от 27 ноября 1992 года № 4015-1 «Об организации страхового дела в Российской Федерации» содержит в себе постановления по регулированию отношений между теми лицами, которые осуществляют разнообразные виды деятельности в страховой сфере, либо с их непосредственным участием, отношения по реализации государственного надзора за функционированием субъектов страхового дела. В этом законе содержатся нормы, которые касаются СМО.

2) ФЗ от 24 июля 2009 года № 212-ФЗ «О страховых взносах в Пенсионный фонд РФ, Фонд социального страхования РФ, ФФОМС» в данном законе указаны положения, которые занимаются регулированием отношений, связанных с исчислением а также перечислением (уплатой) страховых взносов в разнообразные фонды, включая страховые взносы на ОМС в ФФОМС.

3) Налоговый кодекс РФ. Им определяется порядок уплаты сборов и налогов любых компаний. Специальным составом обладает норма статьи 294.1 Налогового кодекса РФ, в которой содержатся специфические особенности определения расходов и доходов страховых компаний, выполняющих ОМС.

4) ФЗ от 30 ноября 2011 года № 354-ФЗ «О размере и порядке расчета тарифа страхового взноса на обязательное медицинское страхование неработающего населения». Данным законом устанавливается тариф страхового взноса на ОМС неработающих граждан, а также порядок расчета данного тарифного сбора.

5) ФЗ 1 декабря 2014 года № 387-ФЗ «О бюджете Федерального фонда обязательного медицинского страхования на 2015 год и на плановый период 2016 и 2017 годов» занимается урегулированием бюджетных вопросов ФФОМС.

Законы субъектов РФ, в отличие от ФЗ и законов РФ, обладают ограниченной областью действия – лишь в пределах субъекта, в котором данный нормативно-правовой акт был принят. К примеру, Законом Московской области от 12 дека-

бря 2013 года № 151/2013-03 «О бюджете Территориального фонда обязательного медицинского страхования Московской области на 2014 год и на плановый период 2015 и 2016 годов» утверждаются главные характеристики бюджета Территориального фонда ОМС Московской области на 2014 г., а также на плановый период 2015-2016 гг, включая прогнозируемый общий размер доходов бюджета и общий размер расходов бюджета ТФОМС. Данным Законом утверждаются ещё и размер нормированного страхового запаса финансовых средств, главные администраторы доходов бюджета, главные администраторы источников финансирования дефицита бюджета ТФОМС, объемы межбюджетных трансфертов, и особенности выполнения бюджета и норматив расходов на ведение дела по ОМС.

Федеральными органами исполнительной власти принимаются нормативные акты, которые основываются на положениях законов и при этом им не противоречат. В тексте комментируемого Закона об ОМС (к примеру, ч. 10 ст. 14) имеется множество ссылок на Правила ОМС, которые были утверждены Приказом Минздравсоцразвития РФ от 28 февраля 2011 года № 158 н [3]. Вышеуказанными Правилами установлено следующие положения:

- порядок подачи заявления о выборе (замене) СМО застрахованным лицом;
- единые требования к полису ОМС;
- порядок ведения реестра СМО выполняющих свою деятельность в сфере ОМС;
- порядок ведения реестра медицинских учреждений, реализующих деятельность в области ОМС;
- порядок направления территориальным фондом ОМС данных о принятом решении об оплате расходов на лечение застрахованного гражданина непосредственно сразу по прошествии тяжелого несчастного случая на производстве;
- порядок оплаты медицинской помощи по ОМС;
- методику определения тарифов на оплату медицинской помощи по ОМС и т.д.

Согласно ч. 1 ст. 14 Закона принято постановление Правительства РФ от 31 декабря 2010 г. № 1227 «Об особенностях лицензирования деятельности страховых медицинских организаций в сфере обязательного медицинского страхования и признании утратившими силу некоторых актов Правительства Российской Федерации».

Примером нормативного акта, при помощи которого решаются кадровые и организационные вопросы, которые относятся к Федеральному фонду ОМС, является постановление Правительства РФ от 29 декабря 2008 года № 1060 «Вопросы Федерального фонда обязательного медицинского страхования» [3]. В данном постановлении упоминается предельное штатное количественная характеристика сотрудников ФФОМС – 290 единиц и фонд оплаты труда данных сотрудников. Федеральному фонду по согласованию с Минздравом РФ и Министерством финансов РФ предписывается установление системы оплаты труда сотрудников ФФОМС.

ФФОМС могут быть приняты нормативные акты, которые направлены на унификацию порядка рабочей деятельности. Согласно Приказу ФФОМС от 1 декабря 2010 года № 227 был утвержден Порядок применения средств нормированного страхового запаса территориального фонда ОМС. При этом цели и размер применения средств нормированного страхового запаса устанавливаются законом о бюджете территориального фонда. Следует акцентировать внимание на тот момент, что отношения субъектов медицинского страхования могут быть урегулированы не только в нормативном, но также и в договорном порядке. Договорной порядок основывается на взаимном согласии всех взаимодействующих сторон. Порядок заключения договоров урегулирован главой 28 ГК РФ [1].

В целях единообразного применения Закона об ОМС могут в случае необходимости быть изданы определённые разъяснения. К примеру, постановлением Правительства РФ от 31 декабря 2010 года № 1226 «Об издании разъяснений по единообразному использованию ФЗ «Об обязательном медицинском страховании в Российской Федерации» право издавать соответствующие разъяснения предоставляется органу, специально для этого уполномоченному. Данным органом является Министерство здравоохранения РФ. При этом данные разъяснения могут быть изданы вместе с ФФОМС, а также по согласованию с Министерством финансов РФ в части вопросов, которые находятся в его компетенции.

Список литературы

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 № 14-ФЗ: по сост. на 23 мая 2017 г. // Собрание законодательства РФ. 29.01.1996. – № 5. – Ст. 410.
2. Об основах обязательного социального страхования: Федеральный закон от 16.07.1999 № 165-ФЗ: по сост. на 23 мая 2017 г. // Собрание законодательства РФ. – 19.07.1999. – № 29. – Ст. 3686.
3. Об утверждении Правил обязательного медицинского страхования: Приказ Минздравсоцразвития России от 28.02.2011 № 158н: по сост. на 27 октября 2016 г. // Российская газета. – № 51. – 11.03.2011.
4. Вопросы Федерального фонда обязательного медицинского страхования: постановление Правительства РФ от 29.12.2008 № 1060: по сост. на 10 декабря 2016 г. // Собрание законодательства РФ. – 12.01.2009. – № 2. – Ст. 245.
5. Научно-практический комментарий к Федеральному закону «Об обязательном медицинском страховании в Российской Федерации» от 29 ноября 2010 г. № 326-ФЗ / отв. ред. к.ю.н. Н.В. Путило. – М.: Юриспруденция, 2016. – 504 с.
6. Воробьева Л.В. Комментарий к Федеральному закону от 29 ноября 2010 г. № 326-ФЗ «Об обязательном медицинском страховании в Российской Федерации» / Л.В. Воробьева. – Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2014. – 360 с.
7. Гура Г.М. Обязательное медицинское страхование: возможности и перспективы / Г.М. Гура // Территория науки. – 2017. – № 6. – С. 88-94.

РОЛЬ КАЧЕСТВЕННОГО ОТБОРА ПЕРСОНАЛА В ОРГАНИЗАЦИЮ

Солдаев Р.И.,

магистр

ОЧУ ВО «Московская международная академия»

Комплектование кадров является одним из ключевых элементов работы службы управления персоналом любой организации, так как от качества отобранных кадров зависит эффективность деятельности организации в целом. В этой связи ошибки в подборе кадров могут дорого обойтись организации, а подбор хороших работников является удачным вложением денег.

Отбор представляет собой латентную функцию, осуществляемую организацией для выявления из списка заявителей лиц, наилучшим образом подходящих для вакантной должности. Поскольку рабочая сила нанимается в организацию исходя из требований как тактических, так и стратегических задач, необходимо, чтобы:

- при наборе были отобраны самые подходящие для организации работники;
- издержки, связанные с привлечением рабочей силы, были незначительными по отношению к результатам;
- сохранялась структура кадров с одновременным притоком новых идей в организации;
- не пострадал психологический климат организации;
- личные ожидания работников организации были воплощены в жизнь.

Подбор персонала проводится, как правило, в следующих формах: набор, отбор, наем. При организации процесса подбора персонала необходимо учитывать влияние целого комплекса факторов: законодательных ограничений и возможностей, специфики предприятия, рынка рабочей силы, непосредственного окружения, местоположения предприятия и т. д. Чем выше должность, на которую претендуют кандидаты, тем сложнее и продолжительнее процесс отбора.

В управленческой практике при отборе персонала используется несколько видов критериев: квалификационные, устанавливаемые нормативной документацией определенной отрасли или организации; объективные, констатирующие соответствие реальных достижений оцениваемых претендентов некоторым количественным и качественным показателям; психолого-личностные, характеризующие наличие качеств, которые позволяют добиваться высоких результатов в профессиональной деятельности.

Подбор персонала — это важный этап в работе с кадрами, включающий расчет потребности в персонале, построение модели рабочих мест, профессиональный отбор кадров и формирование резерва.

Существует два вида источников набора персонала: внутренние — за счет сотрудников самой организации и внешние — за счет ресурсов внешней среды.

Внешние источники являются наиболее распространенными, так как ресурсы компании ограничены, и даже если на вакантную должность находится замещение внутри компании, то освобождается место работника, который занял первую вакансию.

Внешние источники можно условно подразделить на два класса: недорогие и дорогостоящие. К недорогим источникам относятся, например, государственные агентства занятости, контакты с высшими учебными заведениями. К дорогостоящим источникам относятся, например, кадровые агентства, публикации в средствах массовой информации (печатные издания, радио, телевидение).

Кроме того, существуют внешние источники потенциальных кандидатов на вакансии, использование которых может оказаться и вовсе бесплатным для организации. Прежде всего, речь идет о бесплатных Интернет-порталах, посвященных публикации вакансий и резюме соискателей. Также компания может получить резюме от самих соискателей, осуществляющих самостоятельный поиск работы без обращения к посредникам.

Следует отметить, что даже в условиях высокой безработицы найти высококвалифицированного специалиста — трудная задача, и компании прибегают к дорогостоящим источникам привлечения персонала. Что же касается должностей, не требующих высокой квалификации, то здесь компания может набирать персонал самыми дешевыми способами.

Существуют следующие виды внешних источников:

1. Привлечение кандидатов на вакантную должность по рекомендациям знакомых и родственников, работающих в компании. Этот метод является достаточно эффективным и распространен в небольших организациях. Так, по данным кадрового агентства «Анкор» для компаний, численность персонала которых не превышает 40-60 человек, в 40% случаев найм новых сотрудников осуществляется через связи и знакомства.

Данный подход характерен для компаний, работающих в узких секторах, где количество специалистов ограничено, и поиск кандидатов на рынке труда может оказаться длительным и неэффективным.

Однако этот способ имеет серьезный недостаток, связанный с риском взять неквалифицированного специалиста. Данный недостаток можно компенсировать проведением отбора на общих основаниях в том числе и для кандидата, рекомендованного «своими», что позволит провести его адекватную оценку

2. «Самостоятельные» кандидаты — люди, занимающиеся поиском работы самостоятельно без обращения в агентства и службы занятости — они сами звонят в организацию, присылают свои резюме и т.д. Самостоятельные кандидаты обращаются в конкретную организацию, в которой хотели бы работать, что, как правило, связано с ее ведущим положением на рынке.

Даже если на данный момент организация не нуждается в услугах такого кандидата, информацию о нем все же стоит сохранить, чтобы можно было привлечь его в случае необходимости. Многие организации устраивают дни открытых дверей, а также принимают участие в ярмарках вакансий и выставках с целью привлечения «самостоятельных» кандидатов.

3. Реклама в СМИ. Наиболее распространенным приемом рекрутмента является размещение в СМИ рекламного объявления об имеющейся в организации вакансии. В данном случае соискатель обращается непосредственно в кадровую службу организации-работодателя.

Самыми популярными СМИ для размещения объявлений о вакансиях являются периодические издания и Интернет. Такие СМИ, как телевидение и радио, используются редко. Периодические издания (газеты и журналы), публикующие объявления о вакансиях, можно также подразделить на две категории: издания общего профиля и специализированные профессиональные издания. Издания общего профиля публикуют информацию о вакансиях в различных областях деятельности и для широкого круга профессий. Специализированные профессиональные издания ориентированы на проблематику какой-то отдельной отрасли (например, металлургия) или профессии (например, бухгалтерский учет). Соответственно в рубриках, посвященных трудоустройству, публикуются объявления о вакансиях для специалистов этой отрасли (например, инженер-металлург) или профессии (например, бухгалтер).

То же самое можно сказать и об Интернет. Существуют серверы, посвященные трудоустройству, на которых соискатели публикуют свои резюме, а работодатели — информацию о вакансиях. Также публикация информации о вакансиях и размещение резюме возможны на специализированных порталах, представляющих собой виртуальные профессиональные сообщества.

Применение специализированных профессиональных изданий и Интернет-порталов считается эффективным в случае поиска узкопрофильных специалистов (например, инженеров в области телекоммуникаций, специалистов-нефтяников и т.д.). Поиск кандидатов на распространенные должности без жесткой индустриальной зависимости (маркетолог, экономист, секретарь и т.д.), как правило, проводится при помощи изданий, посвященных трудоустройству в различных областях.

Размещение объявлений о вакансиях является эффективным и дорогостоящим инструментом привлечения большого количества кандидатов. Однако этот инструмент может оказаться неэффективным в случае наплыва кандидатов, не обладающих требуемыми качествами. Для того чтобы повысить эффективность объявления о вакансии, необходимо соблюдать следующие условия:

- в рекламном объявлении необходимо в краткой форме излагать ключевые требования к кандидатам, чтобы предотвратить поток резюме неподходящих на эту должность кандидатов;
- объявление должно публиковаться в соответствующем издании (местной прессе или в узкопрофильном журнале);
- следует анализировать количество откликов, полученных от размещения объявлений в разных изданиях, что позволит выбрать наиболее эффективные для конкретных видов и областей работы.

4. Контакты с учебными заведениями. Многие крупные организации ориентированы на набор выпускников вузов, не имеющих опыта работы. С этой целью компания-работодатель проводит презентации в профильных вузах, а также принимает участие в ярмарках вакансий. Особенности набора выпускников связаны с тем, что при отсутствии профессиональных компетенций, оцениваются личностные компетенции, такие как умение планировать, анализировать, личная мотивация и т.д.

5. Государственные службы занятости (биржи труда). Правительства большинства стран способствуют повышению уровня занятости населения, создавая для этого специальные органы, занятые поиском работы для обратившихся безработных граждан. Ведутся базы данных, содержащие информацию о соискателях (их биографические данные, квалификационные характеристики, интересующую работу). Организации имеют доступ к таким базам и могут осуществить в них поиск при незначительных издержках. Однако данный метод не обеспечивает широкий охват кандидатов, так как далеко не все соискатели регистрируются в государственных службах занятости.

6. Кадровые агентства. За последние 30 лет рекрутинг превратился в бурно развивающуюся отрасль экономики. Каждое агентство ведет свою базу данных и осуществляет поиск кандидатов в соответствии с требованиями клиентов — работодателей.

Агентства тщательно изучают требования, которые компания предъявляет к соискателям, подбирают кандидатов, проводят тестирование и собеседование. В случае приема кандидата на работу услуги агентства оплачиваются компанией в размере 30-50% годовой заработной платы нанятого сотрудника. Кадровые агентства могут иметь следующие специализации:

Массовый подбор персонала осуществляется в условиях открытия нового предприятия, когда ставится цель в короткий срок обеспечить его сотрудниками. Отличительной особенностью массового набора является наличие большого количества однотипных вакансий (например, при открытии супермаркета — кассиры, продавцы, грузчики и т.д.).

Услуги временного персонала. Агентства представляют компаниям временных сотрудников в тех случаях, когда сроки поиска постоянного сотрудника на вакансию увеличиваются, а также на период временной нетрудоспособности постоянного сотрудника организации и отсутствии возможности его замены другим штатным сотрудником. Также агентствами предоставляется услуга лизинга персонала. Это происходит в тех случаях, когда работа квалифицированного специалиста востребована компанией-работодателем на временной, а не на постоянной основе.

Подбор руководителей (executive search). Это направление рекрутмента ориентировано на поиск профессионалов высокого уровня, а также руководителей высшего звена. Метод, используемый этими агентствами, называется headhunting или «охота за головами», а рекрутеры, специализирующиеся в области executive search, называются хэдхантерами.

Метод headhunting

Принцип действия данного метода основывается на следующей предпосылке — руководители высокого уровня не ищут работу по объявлениям или через агентства, большинство из них успешно в своем деле и даже не помышляет о смене работы. Задачей «охотника» является предложение такому кандидату более выгодных условий в другой организации.

Хэдхантеры ведут поиск на основе детального анализа рынка и возможных компаний-доноров. Также они должны хорошо знать специфику работы предпри-

ятий в отдельных секторах рынка, например, в нефтегазовом, банковском и т.д. Источниками информации для хэдхантеров служат:

- отчеты и брошюры, публикуемые организациями;
- отраслевые издания, публикующие рейтинги самых успешных руководителей и работников, а также, статьи, репортажи и прочие публикации;
- конфиденциальная сеть поиска.

К отобранным кандидатам осторожно обращаются с предложением о перемене места работы, обсуждают ее специфику и условия (уровень оплаты, социальные блага), после чего кандидата представляют организации-клиенту.

Хэдхантеры проводят тщательный анализ вакансии, составляют подробные требования к ней, выявляют наиболее подходящий тип личности. Все эти действия производятся на основании требований, к кандидатам, сформулированных клиентом — работодателем. Хэдхантеры осуществляют самостоятельное тестирование кандидатов на соответствие этим требованиям.

Услуги хэдхантеров оплачиваются в абсолютном измерении. Сумма гонорара устанавливается до начала поиска и в виде аванса выплачивается 25-30%. Столько же выплачивается при предоставлении клиенту списка наиболее подходящих кандидатов. Оставшаяся часть гонорара выплачивается после приема одобренного кандидата на работу. К достоинствам headhunting относятся:

- воздействие на нужную целевую аудиторию (традиционные средства привлечения персонала могут не коснуться потенциальных кандидатов на высокую должность);
- руководители, готовые рассматривать предложения о новой работе, сами дают понять хэдхантерам о своих намерениях, а не ищут открыто работы в конкурирующих организациях;
- если выбранный кандидат не хочет менять место работы, он может порекомендовать другого работника аналогичного уровня.

К недостаткам headhunting относятся:

- разрушительное воздействие на эффективно налаженную деятельность организаций;
- руководитель, поддавшийся хэдхантеру, сможет снова стать его клиентом. С целью предотвращения этого организации выплачивают сотруднику значительные средства в обмен на обязательство пребывания длительного срока в организации на занимаемой должности;
- кандидат может подкупить хэдхантера с целью рекомендации на хорошую должность;
- с целью наиболее эффективного поиска хэдхантер может запросить от компании- клиента конфиденциальную информацию.

Принимая решение о проведении отбора персонала, важно корректно производить выбор методов и инструментов, повышающих уровень прогностичности данного процесса. При организации проведения конкурсного отбора необходимо внедрять в отделах службы управления персоналом автоматизированную комплексную программу по регистрации и оценке кандидатов. Последним этапом

процесса набора персонала является составление базы данных по кандидатам на вакантные должности.

Чтобы процесс найма персонала был эффективным, необходимо придерживаться определенных правил и принципов. Рассмотрим каждый из них подробнее: Своевременность. Каждый этап подбора персонала должен происходить в конкретно ограниченные временные рамки. Например, поиск сотрудников будет длиться 30 дней, с 1 числа месяца будет конкурс на вакансию, в день будет проходить по 5 человек. Растянутый на неопределенное время процесс найма персонала может не в полной мере обеспечить решение тех задач, которые были поставлены. Ответствие. Все методы и инструменты, используемые на протяжении процесса найма персонала, должны быть адекватны, то есть должны соответствовать целям поиска и масштабу. Результативность. Каждый этап должен давать определенный результат. Успешность и эффективность действий последующего этапа найма персонала зависит от того, насколько полно было проведено предыдущее. Например, правильный анализ потребностей позволит определить четкие требования к кандидатам. В дальнейшем вам не придется тратить лишние деньги на обучение нанятых кадров.

Критерии найма персонала российскими компаниями представляют собой совокупность разных элементов, являющихся специфическими для той или иной страны. Один из важных критериев отбора в российской практике — возраст кандидата, который не должен превышать 35–40 лет. Важным критерием при отборе персонала в российской практике является также наличие определенного опыта работы, как правило, желательно в той должности, на которую он претендует в новой организации, что подразумевает наличие у него специальных знаний в той или иной области. В 70 % случаев российские менеджеры предпочтут взять на работу человека с этими специальными знаниями и опытом работы, чем человека с общими знаниями [7, с. 27]. В практике некоторых компаний существует политика найма на работу выпускников высших учебных заведений, которые, как правило, могут не иметь опыта работы вообще или имеют небольшой опыт. Найм такого сотрудника предполагает наличие развитой системы тренинга в организации, что могут себе позволить далеко не все компании, так как обычно это достаточно дорогостоящие программы. Следующим требованием в большинстве случаев является владение иностранным языком. В какой-то мере это обуславливается наличием большого количества филиалов иностранных компаний на российском рынке. Несомненно, уровень образования играет немаловажную роль при оценке кандидата. Человек, не имеющий высшего образования, обычно может претендовать только на позицию неквалифицированного рабочего. В этом плане российская политика наиболее близка к западным правилам найма персонала, которые также определяют, что при отсутствии соответствующего образования кандидат может претендовать только на неквалифицированную работу.

Многие российские менеджеры отмечают, что российская практика отбора и найма персонала в последние годы все больше тяготеет к профессиональному уровню отбора, вбирая в себя западную практику и во многом ориентируясь на нее.

В западной практике рекомендации также имеют немаловажное значение при принятии решения о найме того или иного кандидата, но они носят формальный характер и строго проверяются. В настоящее время такой способ приема на работу начинает терять свои позиции, но говорить о том, что сегодня эта составляющая российской практики найма персонала полностью отсутствует, было бы неправильно.

Организации в своем развитии проходят несколько стадий, каждая из которых предполагает особую модель управления. Кризисы в экономике показали, что используемые организационные модели давно устарели и нужно новое дыхание. В условиях перенасыщенного предложениями потребительского рынка люди не хотят получать простой товар или услугу, они желают видеть за ними добавленную стоимость, дополнительный смысл, хотят пережить эмоцию. Поэтому Компаниям важно давать дополнительный смысл и клиентам, и сотрудникам, строить корпоративную культуру. Одни это уже поняли, другие на стадии осознания, к третьим оно придет позже. Важно понимать, что времени и силы, инвестированные в подбор правильных людей, сэкономят потом время и ресурсы, которое могли бы быть потрачены на исправление ситуации. Если принять на работу случайного/не подходящего человека, это все равно, что сделать организму переливание крови неправильной группы. Люди не приходят в Компанию готовые «от и до». Компания служит местом силы, где человек может раскрыть свой талант. И стать тем, кем он мог бы стать. Компания должна видеть его не таким, какой он сейчас в моменте, а видеть его будущим. Компания помогает человеку стать таким, ощутить вкус победы. Чтобы он сказал: «Вау! У меня получилось!» Задача человека войти в нужную дверь, а задача компании впустить его. Неверный выбор бывает и в жизни, и в карьере. Это не страшно, нужно просто не бояться вовремя расставаться. Нет смысла мучить человека, который понял, что выбрал не тот путь. В тот момент человек перестает развиваться, и компания больше не может мотивировать его на эффективную работу в своем бизнесе.

Список литературы

1. Кибанов, А. Я. Основы управления персоналом: учебник. — М.: ИНФРА-М, 2012.
2. Федорова, Н.В., Минченкова О. Ю. Управление персоналом организации: Учебное пособие/ изд.2 — обновленное — М.: Кнорус, 2015
3. Управление персоналом по ред. Базарова Н. Р., Еремина Б. Л. Библиотека: Центр кадровых технологий — XXI века — М.: Юнити-Дана, 2016.

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ОТБОРА ПЕРСОНАЛА

*Солдаев Р.И.,
магистр*

ОЧУ ВО «Московская международная академия»

Важнейшей предпосылкой, определяющей эффективность работы по поиску и отбору кадров, является тесная связь этого направления деятельности с действующей в организации системой управления. Эта связь может основываться на следующих моментах:

1. доведение до лиц, отвечающих за поиск и отбор кадров, целей, стоящих перед организацией (подразделением);
2. разработка оптимальной организационной структуры управления (исключения дублирования функций и расплывчатости требований к кандидатам);
3. наличие кадрового планирования, являющегося связующим звеном между целями организации и организационной структурой управления.

Для оценки эффективности процесса поиска и отбора новых работников может быть использован ряд количественных показателей, характеризующих работу персонала, приступившего к работе в организации:

1. уровень текучести кадров, особенно среди новых работников;
2. доля работников, не прошедших испытательный срок, от общего числа принятых на работу;
3. финансовые затраты на обеспечение процесса поиска и отбора кадров;
4. уровень нарушений трудовой дисциплины среди новых работников (прогулы, не согласованные с руководством опоздания, отсутствие на рабочем месте и т.п.);
5. количество жалоб со стороны клиентов, потребителей, поставщиков по вине новых работников.

Надо иметь в виду, что трудно получить достоверную информацию из какого-либо одного источника или за счет оценки какого-то одного показателя. К примеру, высокие значения показателя текучести кадров могут быть обусловлены действием ряда факторов, не имеющих отношения к системе поиска и отбора персонала.

При поиске и отборе кадров ни одна организация не застрахована от разного рода ошибок. Особенно велики расходы организации, связанные с ошибками при приеме на работу работников, не отвечающих минимальным требованиям организации. Не следует забывать и о том, что прием на работу лиц, значительно превышающих требования к должности, «слишком хороших», обладающих чрезмерным уровнем знаний или профессиональной подготовки для выполнения конкретной работы, также чреват потерями для организации. Такие работники склонны быстро охладевать к своей работе и увольняться.

По мере подъема российской экономики все больше предприятий начинает сталкиваться с необходимостью развития эффективной системы отбора новых работников, отвечающей современным требованиям. Однако при организации системы отбора кадров многие предприятия сталкиваются с рядом проблем. Среди

этих проблем в первую очередь можно назвать следующие:

1. отсутствие разработанной, подкрепленной соответствующими процедурами и документами системы поиска и отбора персонала;
2. не установлены четкие критерии для отбора разных категорий работников;
3. не разработаны процедуры отбора новых работников;
4. используемые методы отбора нуждаются в совершенствовании и дополнении;
5. не разработаны положения и инструкции, регламентирующие работу в области поиска и отбора кадров;
6. не хватает финансовых ресурсов для организации работы в области поиска и отбора персонала;

Вряд ли кто-нибудь станет спорить, что текучесть кадров отрицательно сказывается на работе предприятия, не дает сформироваться коллективу, а значит и корпоративному духу, что неизменно влечет за собой снижение производственных показателей и эффективности работы.

Текучесть персонала - движение рабочей силы, обусловленное неудовлетворенностью работника рабочим местом или неудовлетворенностью организации конкретным работником.

Для оценки эффективности подбора персонала можно выделить несколько показателей. Анализируя каждый из них, мы рассмотрим смежные факторы, что, в свою очередь, поможет также судить о качестве работы системы подбора персонала в целом.

1. Выполнение планов набора персонала (набор запланированного количества сотрудников в запланированные сроки). Этот показатель является целевым и в реальности дает ответ на целый ряд вопросов.

Идеальная ситуация, когда в компании есть стратегическое планирование, и у службы подбора есть четкий план, каких и сколько сотрудников необходимо привлечь в определенный период времени. При таких обстоятельствах достаточно просто сравнить планы и результат по факту, дать объективную оценку выполнения планов. Если же компания не практикует планирование, можно использовать показатель времени, потраченного на подбор одного кандидата.

Рекрутер должен четко представлять себе кандидата, которого он ищет, а это просто нереально без использования таких инструментов, как профиль должности, подробная анкета-заявка на подбор и интервью с линейным руководителем.

2. Показатель текучести кадров среди сотрудников, проработавших в компании 1 месяц / полгода / год

Предлагаю рассматривать эти показатели отдельно от общей текучести. Из личного опыта могу сказать, что, работая с этими данными, можно очень быстро диагностировать проблему в подборе. И, как мне кажется, именно эти показатели лучше всего свидетельствуют об эффективности работы системы подбора персонала в целом. Следует рассматривать и учитывать увольнение по инициативе организации и по инициативе сотрудника.

Например, в течение одного месяца в разные отделы компании принято восемь новых сотрудников. Через две недели ушел один из них, еще через неделю был уволен второй. Таким образом, через месяц из восьми осталось шесть новых сотрудников. «Уход» составил 25%. Этот показатель, как и все предыдущие, необходимо рассматривать в динамике, поскольку всегда есть место случайности.

Очень важную информацию вы получите, изучив такие показатели не только по компании в целом, но и по отделам. Почти нереально, чтобы общий показатель совпал с показателем отдельных подразделений. По своей практике знаю, что всегда находится отдел, где вопрос текучести стоит более остро. Изучив проблему и решив ее (решена ли проблема опять же становится очевидным через анализ динамики текучести по отделу), вы, скорее всего, поможете улучшить не только показатель эффективности подбора, но и эффективность нескольких других бизнес-процессов в организации. Причиной текучести кадров могут быть несколько распространенных в рекрутинге проблем:

Сотрудник начал работать, и уже в первый месяц работы линейный руководитель жалуется на то, что человек не владеет всеми необходимыми знаниями и навыками.

В таких случаях необходимо провести оценку инструментов, используемых в процедуре отбора. Как именно вы оцениваете необходимые знания и навыки? Если вы используете профессиональные тесты, в самый раз пересмотреть их содержание. Рекомендую после каждого случая такого ухода анализировать вопросы и задания, по которым оценивались профессиональные знания и навыки кандидата. Если такая оценка проходит в ходе интервью, необходимо пересмотреть и проработать используемые вопросы.

Человек не ужился с коллективом в силу личностных качеств.

Скорее всего, в процессе отбора были неправильно оценены личностные качества кандидата. И это совсем не означает, что проблема в кандидате. Просто человек не сумел влиться в принятый тип взаимоотношений, потому что считает их неприемлемыми для себя. Может быть также, что в силу сформировавшихся у человека традиций, установок и стереотипов, компания и кандидат просто не подходят друг другу.

Оценка личностных качеств -- очень важный этап отбора. Основная задача службы персонала -- увидеть, сможет ли кандидат вписаться в определенную организационную культуру. Специалист по подбору, проработав в компании какое-то время, должен «чувствовать», какой кандидат подойдет на эту позицию. Ответственность за выбор нового сотрудника лежит также и на руководителе подразделения, который лучше всего представляет себе отношения, сложившиеся в коллективе, и людей, с которыми кандидат сможет или не сможет работать. Лучше всего для такой оценки использовать интуицию и опыт.

В первые несколько недель работы растет недовольство со стороны сотрудника в связи с тем, что реальность отличается от того, что кандидат услышал о своей будущей работе на этапах отбора.

Скорее всего, кандидату преподнесли факты, не соответствующие действительности или не достаточно четко его информировали. Это может касаться рас-

порядка рабочего дня, особенностей оформления сотрудничества, финансовых договоренностей, размера «белой» заработной платы, перспектив обучения, карьерного роста и других факторов. Новый сотрудник узнает о таких моментах в течение первых нескольких недель работы, и, разумеется, это не способствует его лояльности к новому работодателю.

Недостаточная информация, представленная реальному кандидату на этапе подбора, либо некорректная информация, дезинформация (осознанная или непредумышленная) являются признаками некачественного подбора. Иногда это может свидетельствовать о том, что сам специалист по подбору не владеет информацией, которую необходимо предоставить кандидату на этапе отбора.

Причиной ухода сотрудника в первый месяц работы может быть неопытность или даже некомпетентность самого линейного руководителя, который изначально был вовлечен в создание профиля должности, и позже -- в окончательный выбор кандидата.

Тогда в самый раз поработать с этим менеджером в области обучения и развития. На самом деле, проблема слабой подготовки линейного менеджмента актуальна сегодня для очень многих компаний. Даже в силу того, что профессиональный менеджмент, каким его знают иностранные компании, в Украине все еще очень молод.

Изучение помесечной динамики такой текучести в сравнении с аналогичными показателями за предыдущие полгода и год также может дать ответ на целый ряд вопросов. Причины, по которым человек покидает компанию «продержавшись» в ней месяц или полгода, будут, скорее всего, совсем другими. Здесь, по моему мнению, стоит вопрос более глубокой оценки эффективности подбора.

Если причиной перехода на новую работу была неудовлетворенность зарплатой, то при следующей новой возможности получать еще больше, чем у вас в компании, такой работник, скорее всего, опять сменит место работы.

Если кандидат на самом деле хотел карьерного роста, а позиция, на которую он перешел, в реальности такой не оказалась, человек продолжит искать возможность работать на более высокой должности.

Определить истинную мотивацию кандидата можно с помощью ряда вопросов, которые я задаю соискателю во время собеседования. Почему кандидат ушел с предыдущего места работы, и почему уходит с нынешнего? Приблизительно в 80% случаев ответы обо всех предыдущих уходах будут одинаковыми: «я хочу больше зарабатывать, я хочу профессионально развиваться, нет возможности карьерного роста». Поверьте, если вы не можете обеспечить то, чего не хватало кандидату на предыдущем месте, то лучше не брать его на работу. Причина ухода от вас будет такой же, как и в остальных случаях. Спрос должен соответствовать предложению. Кстати, такой разговор помогает установить, как человек уживается с коллективом, конфликтен ли он.

3. Показатель соотношения затрат на поиск и подбор к росту прибыли

Отличный показатель. Сегодня все больше компаний используют в системе компенсации привязку к достижению целей или соотношения достигнутых результатов к прибыли. Подбор персонала является привлечением в компанию клю-

чевого ресурса организации, и качество подобранного персонала, несомненно, в результате скажется на прибыли.

4. Общий показатель текучести кадров

Текучесть кадров сегодня -- большая проблема для многих компаний. С точки зрения подбора персонала текучесть, скорее всего, не самый главный показатель, но по нему все же можно оценивать эффективность подбора.

Для калькуляции общей текучести кадров в компании предлагаю использовать формулу, определяющую КТ -- коэффициент текучести:

$КТ = \text{Количество уволившихся за месяц} / \text{общее количество сотрудников в середине месяца} \times 100$

Если за месяц из компании ушло 25 человек при количестве в середине месяца 500, то коэффициент текучести кадров в компании за месяц составил 5%.

Используя показатель текучести кадров для оценки эффективности подбора, очень важно осознавать, что количественный фактор не единственный, который нужно учитывать. Также важны качественные характеристики сотрудников, покидающих компанию. Если из компании уходит «слабенький» сотрудник, эксперты называют это функциональной текучестью, что, на самом деле, может оказаться положительным событием для компании. Ведь затраты на содержание непродуктивного работника иногда выше, чем стоимость подбора и обучения нового, более эффективного сотрудника.

Коэффициент текучести кадров - отношение числа уволенных работников предприятия, выбывших за данный период по причинам текучести (по собственному желанию, за прогулы, за нарушение техники безопасности, самовольный уход и т.п. причинам, не вызванным производственной или общегосударственной потребностью) к среднесписочной численности за тот же период.

Естественная текучесть (3-5% в год) способствует своевременному обновлению коллектива и не требует особых мер со стороны руководства и кадровой службы.

Излишняя же текучесть вызывает значительные экономические потери, а также создает организационные, кадровые, технологические, психологические трудности.

Таким образом,

1. текучесть кадров сказывается на производительности труда не только тех работников, которые намерены уходить, но и тех, которые продолжают работать, то есть на жизни всей организации;

2. текучесть мешает создавать эффективно работающую команду, отрицательно влияет на корпоративную культуру организации.

Несмотря на остроту этой проблемы во многих организациях, «программы сохранения персонала» пока являются редкостью.

С причинами текучести персонала необходимо работать, их можно устранить или снизить их влияние:

1. Неэффективная процедура отбора и оценки кандидатов.

Для эффективной системы отбора и оценки необходимо иметь: должностные инструкции, положения о структурных единицах, четкие критерии отбора и

оценки кандидатов, валидные и надежные методы оценки кандидатов, квалифицированных специалистов по отбору и оценке.

2. Неадекватные меры по введению в должность.

По кадровой статистике самый большой процент ухода происходит в первые три месяца работы сотрудника, т.к. никто не вводит его в должность, не адаптирует к новой работе, к новой культуре компании. Именно в первые три месяца у сотрудника либо появляется лояльность к компании, либо она уже не появляется никогда.

Каждый работник в процессе своей трудовой деятельности допускает какие-либо ошибки: то ошибется с расчетами, то даст неправильную информацию клиенту, то еще что-то сделает не так.

Если по истечении какого-то времени работник обнаруживает свою ошибку самостоятельно, то в большинстве случаев он по этому поводу начинает дико переживать, начинает выстраивать в голове разные сценарии, как обо всем этом он будет докладывать руководству, как руководство на это все отреагирует, что придется говорить клиентам и занимается прочей подобной ерундой.

Между тем, ошибка работника - это вовсе не его ошибка в чистом виде, а прежде всего ошибка работодателя.

Только работодатель ответственен за проводимую им кадровую политику и, соответственно, за те результаты, которые он получает от нанятого им персонала. Это связано с тем, что работодатель знает или, по крайней мере, должен знать, кого он нанимает на работу и кому поручает выполнение тех или иных служебных заданий.

Вот почему при приеме на работу новых сотрудников с ними проводятся различные собеседования, осуществляется разнообразное тестирование.

Поэтому если работник ошибается и причиняет тем самым некоторые неудобства своему работодателю или его клиентам, то вина за это полностью лежит на самом работодателе. Здесь одно из двух - либо работодатель нанимает неквалифицированные кадры, либо он не обеспечивает им приемлемые условия труда. Хотя, вполне может быть и третий вариант, который включает в себя и первое, и второе.

Дополнительная информация о качестве используемой в организации системы отбора кадров может быть получена из трех источников: от самих кандидатов, от работников организации и от увольняющихся. С этой целью могут использоваться интервью, опросы, оценка эффективности работы.

При помощи опросов можно решать как узконаправленные задачи, например, касающиеся выяснения психологического климата в коллективе, так и глобальные. Некоторые организации на основе полученных при исследовании данных даже формулируют миссию компании и ее стратегические цели.

Опросы могут быть использованы для диагностики целого ряда проблем, стоящих перед компанией в рамках ее развития. Они бывают связаны с изменением структуры организации и системы управления, оплаты труда, организацией обучения и работой с кадровым резервом. По результатам исследований, затрагивающих все вопросы жизнедеятельности персонала, удобно строить планы меро-

приятий служб управления человеческими ресурсами. Их деятельность становится более выверенной, так как основывается на конкретных данных, выраженных в цифрах и фактах.

Подобно собеседованию при приеме на работу, процедура оценки эффективности работы уже нанятых сотрудников также создает для них определенный дискомфорт. Многие менеджеры, которые считают, что главным для успешной работы их служащих является уверенность последних в своих силах и удовлетворенность своей работой, стараются смягчить ход собеседования большим количеством общих ободряющих фраз типа «Ты молодец!», «Так держать!» и т.д., при этом они забывают о серьезном анализе самой работы. Но процедура оценки эффективности работы персонала прежде всего должна быть сориентирована на будущее, способствовать профессиональному росту сотрудников и достижению ими более высоких результатов в работе.

Вместе с тем необязательно, что сама процедура оценки эффективности обязана нести в себе отрицательный заряд. Она дает великолепную возможность оценить вклад каждого сотрудника в общий трудовой процесс за прошедший год и способствует выявлению перспективы профессионального роста каждого работающего.

Заключение

Создание производства всегда связано с людьми, которые работают на предприятии. Правильные принципы организации производства, оптимальные системы и процедуры играют, конечно же, важную роль, но реализация всех возможностей, заложенных в новых методах управления, зависит уже от конкретных людей, от их знаний, компетентности, квалификации, дисциплины, мотивации и т.д.

В большинстве компаний отделы кадров или службы управления человеческими ресурсами больше привыкли заниматься планированием численности работников предприятия. Их главная задача - добиться, чтобы на предприятии было столько работников, сколько должно быть в соответствии со штатным расписанием.

Но сегодня отделам кадров важно уже добиваться не просто своевременного заполнения вакансий, чтобы поддерживать на должном уровне объем производства.

Система работы с кадрами должна быть спланирована таким образом, чтобы добиваться постоянного увеличения в составе кадров предприятия тех людей, кто обладает хорошими знаниями, квалификацией, физическими данными, и следить за тем, чтобы таких работников было все больше в каждом подразделении.

В итоге может быть разработана согласованная кадровая политика, включающая системы набора, подготовки, совершенствования и оплаты кадров, а также политика отношений между администрацией и работником.

Эффективный отбор начинается с точной характеристики работы, т.е. с анализа работы конкретной должности. Далее составляется должностная инструкция, на основании которой формулируются требования к кандидатам. Одним из важных этапов является рекламирование работы, т.е. привлечение кандидата.

Собеседование все еще сохраняет свою популярность как один из самых важных элементов процесса отбора персонала. В ходе собеседования можно познакомиться с кандидатом поближе, т.е. узнать его личные качества, манеры поведения. На основании собранных сведений уже происходит принятие решения о выборе потенциального работника.

Список литературы

1. Мякушкин Д.Е. Отбор и подбор персонала: учебное пособие. – Челябинск: Изд-во ЮУрГУ, 2016
2. Кибанов, А. Я. Основы управления персоналом: учебник. — М.: ИНФРА-М, 2012.
3. Резникова О. С., Гарибян А. Б. Роль найма и отбора персонала в организации // Молодой ученый. — 2017. — №8.
4. Федорова, Н.В., Минченкова О. Ю. Управление персоналом организации: Учебное пособие/ изд.2 — обновленное — М.: Кнорус, 2015

НЕКОТОРЫЕ ОСОБЕННОСТИ АНТИКРИЗИСНОГО УПРАВЛЕНИЯ КОМПАНИЕЙ

Сорокин Павел Александрович

Аннотация: В статье приведены некоторые особенности антикризисного управления компанией. Антикризисное управление выступает в качестве эффективной основы использования механизма предупреждения банкротства промышленных предприятий. Программа по выходу из кризиса и минимизации негативных последствий должна рассматриваться как информационный материал, позволяющий продемонстрировать всем заинтересованным лицам то, что у руководства организации есть идеи выхода из кризиса и тем самым подтверждающая готовность к решению существующих проблем.

Современный финансово-экономический кризис коснулся практически всех сфер хозяйствования, нанося негативное влияние и подрывая стабильность множества промышленных предприятий. Некоторые субъекты, несмотря на колоссальные усилия и предпринимаемые действия, были вынуждены объявить себя банкротами. Это, в свою очередь, приводит к полному прекращению функциональной деятельности и массовому увольнению работников с производств. В этой связи повышается актуальность исследований, направленных на изучение антикризисного управления, как основы использования механизма предупреждения банкротства промышленных предприятий.

Прежде всего, целесообразно остановиться на рассмотрении сущностно-содержательной характеристики понятия «антикризисное управление». Следует подчеркнуть, что данный термин непосредственно связан с целеполаганием, сознательным преобразованием существующих условий и обстоятельств.

Антикризисное управление представляет собой скоординированные действия руководства компании, ориентированные на предотвращение возникновения кризиса, ослабления его остроты и устранения негативных последствий [Филатов 2015:19].

Следует отметить, что многие хозяйствующие субъекты, осознавая все негативные стороны и последствия процедуры банкротства, предпринимают комплекс мер в целях его предупреждения. Однако ситуация, как правило, характеризуется высокой скоростью принятия управленческих решений, эпизодическим характером разрабатываемых мероприятий. С одной стороны, когда решение проблемы требует незамедлительной реакции, такой подход может сыграть позитивную роль. Однако в большинстве случаев это приводит к разрозненности и, как следствие, невозможности эффективно справиться с решением проблемы. Это происходит из-за того, что предприятия упускают из вида специфические особенности, свойственные технологии планирования хозяйствующих субъектов, находящихся в кризисной ситуации.

Учитывая вышеизложенное, целесообразно обозначить особенности стратегического планирования в условиях наступления финансово-экономического кризиса. Прежде всего, речь идет о следующих моментах:

- прогнозный характер;
- индикативность;
- высокая степень жесткости [Шкапова 2015:7].

В данном случае план включает в себя только ориентиры, в соответствии с которыми целесообразно осуществлять свою дальнейшую функциональную деятельность в условиях неопределенности. Среди подобных ориентиров можно обозначить внесение коррективов в систему регулирования со стороны органов государственной власти и т.д. При этом данные трансформации условий изменяют стратегические планы, что непосредственно предопределяет их многовариантность.

Перечисленные факторы оказывают непосредственное воздействие и на тактику предотвращения банкротства, которая также обладает рядом специфических особенностей. К ним целесообразно отнести четкую дифференциацию проблем и оптимальных сроков их ликвидации. Иными словами, на промышленных предприятиях, испытывающих серьезные трудности в связи с распространением кризисных явлений, важно грамотно идентифицировать проблему, найти ее истинные причины, детально исследовать их и на основании этого выработать комплекс мероприятий. При этом выбор оптимальных сроков устанавливается с учетом результатов, полученных в ходе проведения процедуры диагностики, принимая во внимание выявленные в процессе аналитической деятельности ресурсы, а также конкретного характера планов. Это означает, что в случае, если субъект хозяйствования на текущий момент находится на этапе открытой процедуры по делу о признании его банкротом, то осуществление планирования подвергается некоторым законодательным ограничениям. Ввиду того, что для убыточных предприятий свойственен краткосрочный временной горизонт, то для устранения понесенных убытков целесообразно разработать плановые меры краткосрочного характера. Вместе с тем, если речь идет о необходимости повышения устойчивости компании, то необходимо разработать более длительные плановые меры.

В целях формирования более полной картины о текущем состоянии промышленного предприятия, находящегося в кризисной ситуации, целесообразно разработать антикризисную программу, обладающую комплексным характером. Такой подход позволяет сбалансировать систему всех предпринимаемых мер по содержанию, срокам, ресурсам и исполнителям работ.

Для того, чтобы мероприятия, содержащиеся в данном документе, были реализованы максимально успешно необходимо скоординировать действия менеджеров, осуществлять непрерывный контроль за ходом выполнения мероприятий и их корректированием. В этой связи антикризисная программа позволит не только детализировать количественные ориентиры, но выработать бюджет и конкретный график антикризисных мер [Гафуров 2012].

Учитывая преимущества, которые предоставляет антикризисная программа, целесообразно сформулировать ряд основополагающих принципов, на которых должна базироваться успешная процедура предупреждения банкротства субъектов хозяйствования промышленной сферы. К ним относятся следующие:

- 1) предварительная идентификация возможного банкротства как информа-

ционная основа разработки антикризисного плана. Проведение диагностики позволяет получить полное аналитическое заключение о финансово-хозяйственном положении промышленного предприятия и обоснованности разрабатываемых мероприятий. Поскольку финансово-экономический кризис порождает реальные угрозы, то, чем раньше будут выявлены проблемы, тем больше времени останется на их устранение и, тем самым, проще будет их устранить. Это, в свою очередь, играет определяющее значение, поскольку очень часто главная причина провалов заключается в применении несвоевременных данных или проведении некорректной диагностики.

2) включение в антикризисный план опережающих и срочных индикаторов реагирования на ключевые факторы процедуры банкротства. В результате углубления кризиса в значительной степени сокращаются ресурсные возможности промышленного предприятия и увеличивается риск банкротства. Исходя из этого, следует заблаговременно проработать различные варианты управленческих решений и адекватно оценить их последствий. В случае их обнаружения целесообразно осуществлять оперативные действия, поскольку им свойственна тенденция к разрастанию и углублению.

3) адекватный характер разрабатываемых мер антикризисной программы в отношении реально существующей угрозы. Антикризисное управление непосредственно затрагивает вопросы, связанные с несением определенных затрат и потерь. В этой связи следует осуществлять соизмерение расходов на разработку таких мер со степенью риска реальных потерь ввиду наступления финансово-экономического кризиса. В случае, если определенное действие недостаточно сильное, то ликвидировать возникшую угрозу не удастся. Если оно достаточно сильное, то понесенные потери могут быть неоправданными и быть в разы больше самой угрозы. При этом разработанные планы могут быть полностью реализованы, если имеется достаточный объем ресурсов.

4) комплексность реагирования на факторы банкротства, которое заключается в том, чтобы максимально полно задействовать различные внутренние и внешние ресурсы для улучшения текущей ситуации. При этом имеющийся ресурсный потенциал должен быть сконцентрирован на решении определенной проблемы. Кроме того, необходимо соблюдать четкую последовательность выполняемых действий для решения первоочередных задач, создать оптимальные условия, достаточные для достижения запланированной цели. Это, в свою очередь, требует осуществления непрерывного мониторинга хода реализации антикризисной программы, а также исследовать ее адаптивность к изменению внешних и внутренних условий и ресурсного потенциала.

5) установление баланса различных видов ресурсов, что означает, что потребности программных документов в ресурсном обеспечении и возможных источниках поступлений должны находиться в равновесии. Такой подход позволит ликвидировать критические ресурсы, а также оптимизировать критические временные периоды, в которых может возникать их нехватка.

6) применение профессионального подхода к разработке и реализации программы антикризисных мер. К разработке программного документа могут при-

влекаться как сотрудники организации, так и специалисты из вне. Причем привлечение сторонних консультантов обладает определенными преимуществами, которые связаны со значительным повышением качества программы. Вместе с тем, в значительной мере возрастает расходная часть бюджета. Кроме того, следует помнить, что для достижения положительных конечных результатов необходимо в обязательном порядке вовлекать всех сотрудников промышленного предприятия, а также осуществлять информирование всех лиц, задействованных в реализации этого процесса.

7) презентабельность плана антикризисных мероприятий. Это необходимо для привлечения капитала частных инвесторов, которые заинтересованы в стабильном функционировании предприятия и получении финансовой поддержки. При этом план должен обладать позитивной окраской, но в то же время содержать сведения о возможных рисках и эффективность основных инвестиций [Крушинский 2012].

Таким образом, антикризисное управление выступает в качестве эффективной основы использования механизма предупреждения банкротства промышленных предприятий. Программа по выходу из кризиса и минимизации негативных последствий должна рассматриваться как информационный материал, позволяющий продемонстрировать всем заинтересованным лицам то, что у руководства организации есть идеи выхода из кризиса и тем самым подтверждающая готовность к решению существующих проблем.

Список литературы

1. Гафуров А.Р. Теоретические основы организационно-экономического механизма предупреждения банкротства предприятий ТЭК // Современные аспекты экономики. №12(184). - 2012.
2. Крушинский А.А. Принципы и инструменты антикризисного управления предприятием в условиях нестабильной экономики // Российский внешнеэкономический вестник. №3. - 2012.
3. Филатов Е.А., Дыкусова И.Г. Антикризисное управление промышленным предприятием // Инновации и инвестиции. №12. - 2015.
4. Шкапова О. В. Особенности антикризисного управления предприятиями малого бизнеса [Текст] // Проблемы и перспективы экономики и управления: материалы IV Междунар. науч. конф. (г. Санкт-Петербург, декабрь 2015 г.). — СПб.: Свое издательство, 2015.

ПРИНЦИПЫ ОБУЧЕНИЯ ДИАЛОГИЧЕСКОЙ РЕЧИ НА СРЕДНЕМ ЭТАПЕ ИЗУЧЕНИЯ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА

Старовойтова Анастасия Сергеевна

Аннотация: Целью настоящей статьи является изучение принципов обучения диалогической речи на среднем этапе изучения английского языка. В работе будут рассмотрены этапы работы с текстом, и его пересказ. А так же рассмотрены принципы диалогической речи, без опоры на какой-либо текст.

Целью настоящей статьи является изучение принципов обучения диалогической речи на среднем этапе изучения английского языка. В работе будут рассмотрены этапы работы с текстом, и его пересказ. А так же рассмотрены принципы диалогической речи, без опоры на какой-либо текст.

Цель обучения языку - это планируемый заранее результат деятельности, направленной на овладение языком, достигаемый при помощи различных приемов, условий и методов формирования у учащихся диалогической речи [Гальскова 2011:3].

В целом работа над текстом включает в себя три этапа:

Первый этап, который подразумевает максимальное применение содержательного плана, языкового его материала, а также композиции в своих диалогах обучаемых. Для того, чтобы этого было можно достичь, целесообразно предложить детям такие задания: прочитать текст и перевести его с английского языка на язык русский, ответить на поставленные вопросы, самостоятельно составить вопросы, а также ответы к этим вопросам, составить по содержанию план, задержать внимание на каком-то конкретном образе, озвучить его характеристику и др. На наш взгляд, важным выступает осознанное заучивание как новой лексики, так и топика целого текста, а также его рассказа.

Практика интенсивного обучения английскому языку показывает, что заученные осознанно топики (тексты) на какую-то востребованную и для учеников актуальную тему, в активной памяти сохраняются надолго и могут применяться затем в разных ситуациях общения.

Итак, запоминаются как новые слова и выражения, так и целые лексические конструкции в «действии», что не только упрощает дальнейшее формирование и развитие диалогической речи, но и дает возможность сэкономить энергетические и временные затраты учащихся.

Второй этап включает в себя различные пересказы исходного текста: вначале близко к тексту, потом от имени различных действующих лиц, вносятся изменения в текст и т.п. Пересказ выступает одним из наиболее эффективных средств в обучении детей диалогической речи.

3. Третий этап включает в себя изменение ситуативных условий, когда исходный текст целиком перерабатывается. Здесь прослеживается новая интерпретация учеником текста.

Рассмотрим путь «снизу» в процессе обучения диалогической речи учащихся [Шайхуллин 2013: 88].

В этом случае диалог базируется без опоры на какой-то конкретный текст. Диалог предполагает создание высказывания от какой-то элементарной единицы, например, предложения, к завершеному диалогу.

В целом обучение диалогической речи учащихся без опоры на какой-то текст включает в себя три этапа:

Первый этап, во время которого ведется работа детей над заданиями, которые содействуют организации коротких высказываний по определенной ситуации (теме).

Второй этап, во время которого осуществляется конкретизация и уточнение сказанного. Данный этап характеризуется возрастанием объема высказываний всех учащихся, что, в свою очередь, учащихся стимулирует к применению у себя в речи разных синтаксических конструкций, косвенной речи, форм английского глагола и т.д.

Третий этап, который отличает индивидуальная работа учащихся, когда развернутое самостоятельное высказывание всех обучаемых сопровождается комментариями и своей оценкой.

Два рассмотренных подхода – как «сверху», так и «снизу», в обучении диалогической речи применяются как с подготовленной, так и с неподготовленной речью

Также необходимо отметить, что методика обучения учащихся диалогической речи на иностранном языке в себя включает лингвистический, методологический и психологический компоненты.

Рассмотрим содержание данных компонентов:

Лингвистический компонент в себя включает способность учащихся воспроизводить фонетический, лексический, и др. материал; умения в речи использовать какой-то готовый образец (диалог).

Психологический компонент, подразумевающий умения учащихся вести диалог на иностранном языке, умения строить диалогическую речь.

3. Методологический компонент, под которым понимают умение учащихся в своей речи использовать готовые фразы, топики и выражения; способность обучаемых формировать самостоятельно топики и др.) [Фоломкина 2013].

Начинается обучение диалогической речи со становления у детей произносительных навыков, формирования диалогической и лексической речи, навыков аудирования.

При этом привлечение какой-то зрительной опоры (рисунков, фотографий, аудиоряда и т. д.), которая связана с информацией аудиотекста, положительным образом воздействует на процесс понимания ребенком иноязычной речи.

Под диалогом понимают беседу на какую-то тематику двух собеседников. При этом единицей диалога выступает пара реплик, которые принадлежат разным партнерам и образуют органическое целое в структурном и содержательном планах. Характерными специфическими особенностями выступают такие параметры, как реактивность (скорость реакции партнера по общению), а также ситуативность (степень адаптированности диалога к какой-то ситуации общения) [Клычникова 2018: 214].

В процессе обучения диалогу перед обучающимися обозначаются две ключевые задачи:

- Обучение их реплицированию.
- Обучение детей умениям разворачивать какую-то одну из реплик в диалоге в связанное высказывание.

В методике выделяют свободные и стандартные диалоги.

Стандартные диалоги предназначаются для типичных ситуаций. Их характеризует стереотипный языковой материал (формулы, клише и т.д.) и четкое разграничение ролей. К примеру, служащий и турист гостиницы, торговец и покупатель, больной и врач и т.д. Все это бытовые диалоги, которые нужно заучить.

Свободные диалоги характеризует различная мера речевой активности, они не определены тематически. В группу свободных диалогов относят интервью, дискуссию, обмен мнениями, расспрос и т.п.

При обучении диалогической речи в системе методики обучения иностранным языкам используют два пути: первый - «путь сверху» - обучение, опирающееся на целый диалог-образец, второй – это «путь снизу», когда построение диалога ведется от диалогического элементарного единства.

В обучении языку используется целый ряд определенных упражнений, наиважнейшим из которых является фонограмма с диалогической речью и выступающая в качестве подготовки для создания навыков аудирования. Таковой вид фонограммы предлагает диалог демонстрационный, призванный не просто дать возможность услышать диалог, ведущийся на изучаемом иностранном языке, но и понять его отличительные особенности – интонационные, ритмические, мелодические и т.п. Такой вид фонограммы направлен на демонстрацию специфики иностранной речи. Предварительно в обучении используются несложные искусственные диалоги, основа которых – полный вопрос и полный ответ на него. При начальном ознакомления с естественной иностранной речью на фонограмме демонстрируются эллиптические формы, мотивированные результатами предыдущей беседы, «подхват» речи собеседника. Начиная слушателям этот вид диалога может быть сложно понятным. При обучении с помощью упрощенных диалогов стоит акцентировать внимание на контроле за результатами, который предлагает как пересказ, так и перевод, сделанные обучающимися с использованием родной речи.

Контроль в таких случаях целесообразнее всего осуществлять в форме перевода или пересказа на родном языке.

Следующим видом является фонограмма с диалогической речью, используемая в качестве речевого упражнения для того, чтобы выработать у обучающегося навыки и умения аудирования, произношения и артикуляции. Отличительной особенностью от предыдущего вида фонограмм в этой основной упор делается на естественный диалог с отсутствием комментариев и разъяснений. Вместе с тем, сохраняется и естественный темпоритм речи каждого из собеседников. В качестве контролирующего момента выступает пересказ услышанного с использованием родной речи.

Третьим видом фонограммы с диалогической речью является вариант, в котором используются упражнения, целью которых является подготовка и выработка умений и навыков овладения иностранной речью. Здесь так же присутствуют сложности, но, в отличие от других видов, здесь наличествует требование достаточного точного воспроизведения услышанного. Средний и старший этапы обучения отличаются обязательным пересказом диалогов в парах с как можно более точной имитацией услышанного.

Четвертый вид – это фонограммы с диалогической речью, являющейся речевым упражнением для создания активно-речевых навыков. Согласно тому, насколько сложные упражнения записаны на фонограмму, таковые применяются для освоения иностранного языка на всех ступенях обучения. Данные упражнения прослушиваются множество раз вкуче с упражнениями подготовительными, что дает в результате возможность использования обучающимися разных фрагментов из упражнений для общения в самых разных обстоятельствах.

Пятым видом являются одновременные диалоги, без которых не обходится ни одно занятие в лингафонном кабинете. Этим видом обучения достаточно несложно управлять – направлять беседы и координировать их при помощи пульта. Согласно сложности учебного материала, используемого в работе, а так же уровня речевой подготовки слушателей этот вид обучения можно видоизменять путем создания самых разных речевых обстоятельств, смены ролей в беседах и т.п. [Гез 2014].

Долгий период времени формированию аудитивных умений у учащихся не уделялось достаточного внимания, так как аудирование методистами не рассматривалось как особый вид речевой деятельности, которому нужно целенаправленно обучать детей. В пределах аудиовизуальной методики умения аудирования развивались на базе повторения диалогических звучащих текстов-образцов, а также их трансформации или же создания по аналогии диалога. В двух указанных случаях диалоги вовсе не обязательно должны представляться естественными, самое главное – в них используются подлежащие усвоению лексические конструкции или лексические единицы.

При проведении анализа отношений аудирования, а также говорения были определены первичность говорения, а также вспомогательный характер у слушания.

Речевое сообщение при этом оказывает существенного воздействия на деятельность слушающего человека:

- прием информации зависит от ее выдачи;
- вся продуктивная деятельность слушающего заключается в понимании и осмыслении воспринятой информации;
- результат деятельности слушающего человека опосредуется речевым материалом, на базе которого формулируются выводы по отношению к полученной информации.

Выступая разными формами речевой деятельности, говорение и аудирование являются «видами разнонаправленной актуализации вербально-коммуникативной единой функции индивида». Указанные формы речевой деятельности объединяются единым способом формулирования и формирования мысли, а так-

же самой мыслью [Михеев 2013].

Важно проводить обучение диалогической речи на иностранном языке уже с самых первых занятий. Так, при изучении иностранного алфавита рекомендовано закладывать, а также развивать у детей навыки диалогической, а также монологической речи. Разбирая слова в зависимости от определенной тематики, их можно объединять в предложения по определенной схеме. Например, одной из самых первых тем в изучении иностранного языка выступает тема родства. Ребенок, изучив такие слова, как «мама» и «папа», «брат» и «сестра», «дедушка» и «бабушка», запомнив такую связку, как «у меня есть», самостоятельно может познакомить всех окружающих на иностранном языке с членами своей семьи.

В процессе изучения новых слов, из урока в урок, применяя предложенную конструкцию, в речи детей уже можно услышать о присутствии друзей и животных и т.д. Такую новую лексику будет эффективным закреплять также во время проведения фонетической либо лексико-фонетической зарядки. Актуальной также выступает тема знакомства. Учитель, подчеркнув необходимость и важность знания данной темы в ходе любой коммуникации, может предложить разные виды драматизации речи.

Организовав изучение с детьми слов приветствия, элементарных вопросительных предложений, лексику по теме семьи, национальности и т.д., учитель далее может организовать коммуникацию с элементами диалогической речи. Опыт показывает, что весьма успешной формой драматизации речи выступает обыгрывание ситуаций знакомства двух учащихся из различных стран, которые владеют иностранным языком. Также эффективна и иная форма, когда собеседники общаются посредством переводчика, в таком случае задействуется не только два ученика, а весь класс и переводчик.

Список литературы

1. Гальскова Н.Д. Межкультурное обучение: проблема целей и содержания обучения иностранным языкам / Н.Д. Гальскова // Иностранные языки в школе. - 2011. - №1. - С. 3-8.
2. Гез Н.И. Методика обучения иностранным языкам в средней школе. / Н.И. Гез. - М., 2014.
3. Клычникова З.И. Психологические особенности обучения диалогической речи на английском языке. / З.И. Клычникова. - М: Просвещение, 2014. - 214 с.
4. Михеев А.С. Типология английского языка. / А.С. Михеев. - Казань: ТГГИ, 2013. - 168 с.
5. Рахманов И.В., Мироллюбов А.А., Цетлин В.С. Общая методика обучения иностранным языкам в средней школе. / И.В. Рахманова. - М., 2012.
6. Фаттахова А. Р. Методика преподавания английского языка в школе: учеб. пособие / А. Р. Фаттахова. - Казань: Казан. ун-т, 2013. - 84 с.
7. Фоломкина С.К. Методика обучения диалогической речи на английском языке в средней школе. / С.К. Фоломкина. - М., 2013.
8. Шайхуллин Т.А. Обучение диалогической речи английского языка в вузе (на примере английского языка). // Вестник Российского исламского университета, 2013, №1. С. 88-91.

ОСОБЕННОСТИ ТЕКСТОВ ОБЩЕСТВЕННО-ПОЛИТИЧЕСКОЙ НАПРАВЛЕННОСТИ

Сувханова Бахар Байраммухамедовна

Аннотация: Данная статья посвящена изучению особенностей общественно-политических статей и их переводу. Отличительной чертой текстов общественно-политической тематики как вида газетно-информационного текста является их пропагандистский характер, задача оказывать воздействие на мнение и решения читателей. В соответствии с этим возникают различные особенности перевода подобных текстов: четкость и лаконичность передачи информации, сохранение и передача эмоциональной окраски сообщения.

Политическая сфера играет важную роль в жизни общества, и в связи с развитием международных отношений привлекает большое внимание современного человека. Увеличивается потребность в понимании политических процессов, которые обуславливают ход истории и человеческой жизни на современном этапе. Издается и публикуется большое количество текстов общественно-политической направленности. Таким образом, переводы данной тематики являются наиболее востребованным, чем и обусловлена актуальность данной работы.

Актуальность выбранной темы заключается также и в том, что в условиях современного мира перевод общественно-политических текстов имеет большое политическое значение и может быть использован как орудие политической борьбы и средство пропаганды. Объектом перевода чаще всего становятся выступления политических лидеров, материалы заседаний партийных и общественных организаций, различного рода публикации, касающиеся острых международных вопросов.

Целью данного исследования является выявление проблем общественно-политического перевода, выявление лексико-грамматических аспектов перевода, особенностей перевода фразеологических единиц, неологизмов. Кроме того, в ходе своей работы переводчик использует ряд способов для раскрытия всех аспектов содержания. Ведь для того, чтобы обеспечить адекватность перевода в работе с общественно-политическими текстами недостаточно лишь передать содержание, необходимо помнить назначение данного материала и его функцию.

Стоит отметить, что степень разработанности темы перевода общественно-политических статей достаточно велика. Помимо современных исследователей особенностей общественно-политической лексики Бантышевой Л.Л., Виноградова В.С., Зражевская Т.А., Гутнер М.Д. теоретиков переводческого процесса Комиссарова В.Н., Крупнова В.Н., Рецкер Я.И., Осокина Б.А. необходимо выделить авторов, чьи исследования представляют историческую ценность: Винокур Г.О., Сычев А.С., Стам И.С., Виноградов В.В. описывали стилиобразующие черты газетно-публицистической речи, Гальперин И.В. уделял внимание стилистике английского языка в целом, Швейцер А.Д., Солганик Г.Я., Бархударова Л.С., Михеев А.В., Латышев Л.К., Беляева М.А., Федеров А.В., Чубукова Е.В. занимались вопросами грамматики английского языка, общими вопросами перевода, англий-

ской риторикой и проч.

В современном мире СМИ являются неотъемлемой частью культуры и выступают основным способом влияния на общество. Основной функцией газет является формирование общественного мнения, влияние на принятие решений, психологическое воздействие, убеждение. Также средства массовой информации выступают наиболее ярким отражением состояния языка того или иного общества на определенном этапе. Появление новых тенденций сразу находит свое отражение в периодике.

В этой связи выступают актуальными слова канадского философа, филолога, литературного критика, теоретика воздействия артефактов как средств коммуникации Маршалла Маклюэна: «Для того чтобы жить в современном обществе, надо быть медиа грамотным».

Для достижения воздействия через экспрессивность существуют следующие способы и средства [Беззубов 2000: 1]. Например:

- открытость авторской оценки подаваемой информации. В публицистике важен не подтекст, а сам текст, в котором отражается мнение автора по заданной теме;
- простые, несложные синтаксические конструкции, использование общеупотребительной лексики, специальные термины объясняются автором;
- стремление к введению новых слов и словосочетаний, к стилистической новизне текстов, желание разнообразить лексику, конструкции и обороты;
- элементы рекламности, которые выражаются в особенностях заголовков и подзаголовков, в обращении к читателям и других способах и средствах;
- коммуникация, носящая массовый характер.

Информационная функция выражается в интеллектуальности речи газетного стиля. Можно выделить следующие стилевые черты [Беззубов 2000: 1]:

1) документально-фактологическая точность выражения означает объективность и проверенный характер информации. Данному виду присущи такие особенности как высокая насыщенность речи терминами, использование метафор и терминов профессиональной лексики;

2) излагаемое четко аргументировано.

Переводчику необходимо знать характерные черты английской периодики [Тертычный 2002: 3]:

- ряд материалов носит разговорно-фамильярный характер;
- публицистический стиль разбавляется использованием перифраз, жаргонизмов, фразеологизмов и тому подобного;
- соблюдается официальный характер титулов и обращений;
- газетные заголовки носят особый характер;
- внимание к выделению абзацев;
- газетно-информационные материалы имеют лексические особенности;
- используются термины.

Газетный вид текста является одним из наиболее сложных для перевода. В материалах данного жанра существует ряд трудностей, например, стилистические, терминологические и экстралингвистические. В связи с этим обеспечение адекватного перевода газетно-информационных текстов невозможно без преодоления всего комплекса указанных особенностей.

Подача информации в газете обуславливается, как правило, условиями, в которых происходит чтение, например, в метро, за завтраком, после работы, в поезде, то есть в условиях, где сложно сосредоточиться и удерживать внимание длительное время. Таким образом, необходимо подавать информацию четко, лаконично и сжато. Самое важное необходимо сообщать вначале, оказывая требуемое эмоциональное воздействие, так как заметка может быть не дочитана до конца. Информация должна подаваться максимально независимо от контекста, для того, чтобы читатель мог понять смысл изложенного без предварительной подготовки.

Тем не менее, появление штампов в газетных текстах во многом обусловлено тем, что тематика текстов повторяется, а вместе с ней повторяются и ситуации, и аргументы. Это, а также отсутствие времени у журналистов для тщательной обработки материала, ведут к частому использованию клише [Конурбаев 2003: 2].

Как указывалось ранее, общественно-политический текст призван передать определенную позицию по тому или иному вопросу. Кроме того, задачами такого текста являются: формирование определенного мнения у реципиента, убеждение в правильности тех или иных взглядов или опровержение тех или иных фактов, стимулирование рассуждений за рамками предрассудков и предубеждений.

Как отмечает А.В. Федоров, общественно-политическим материалам присуща специфика стиля, которая заключается в соединении научного языка и разнообразных средств выражения эмоциональности и образности мысли, а также полемичности и яркости тона [Федоров 2002: 4]. Что касается грамматического аспекта общественно-политических текстов, то здесь важную роль играют средства синтаксиса.

Рассмотрим, какими особенностями они характеризуются:

- наличием простых коротких предложений;
- построение фраз отличается четкостью и лаконичностью, присутствуют абзацы и цепи абзацев;
- использованием многочисленных синонимов, а также приема параллелизма;
- словосочетания и предложения, которые наиболее точно выражают основную мысль текста, повторяются с целью наиболее эффективного воздействия.

Лексический состав текстов общественно-политического содержания делится на общественно-политическую лексику и общественно-политическую терминологию.

Под общественно-политической терминологией понимаются слова или словосочетания, которые в общественном сознании соотносятся с конкретными понятиями общественно-политической жизни; общественно-политическая тер-

минология нейтральна, в ней отсутствует эмоциональность, она неподвижна.

Таким образом, следует отметить, что основной особенностью перевода текстов общественно-политической тематики является наличие безэквивалентной лексики. В русском и английском языках имеются такие лексические единицы, которым невозможно подобрать соответствие при переводе. Таким образом, существует несколько способов передачи безэквивалентных единиц:

1) Транскрипция и транслитерация

Транслитерация осуществляется путем точной передачи знаков английского слова соответствующими им знаками русского слова. “The New York Times” — «Нью-Йорк таймс», “Washington Post” — “Вашингтон Пост”, «Мэдисон-сквер-гарден» - «Madison Square Garden». Важно отметить, что при транскрибировании нельзя точно воспроизвести слова на русском языке, так как фонетические системы двух языков различны. Транслитерация и транскрипция используются при переводе английских имен собственных, а также некоторых неологизмов. “Queen Victoria” — “Куин Виктория”; Wall Street — Уолл Стрит; — импичмент; Mercedes — Мерседес (транскрипция); iPhone — Айфон; Scorpion- Скорпион, manager-менеджер.

2) Калькирование — Переводческий прием, заключающийся в том, что составные части слова (морфемы) или словосочетания заменяются их прямыми соответствиями на языке перевода. Вместе с тем, элементы переводятся отдельно и объединяются в соответствии с образцом иностранного слова или словосочетания. “Shadow market” — теневой рынок; White Russian — белый русский; supreme court—Верховный суд; Master Degree — магистерская степень.

3) Описательный перевод подразумевает развернутое объяснение явления, которому невозможно подобрать эквивалент, состоящий из одного слова в языке перевода. Например, planning policies — помощь клиентам в планировании чего-либо; facilitate—предоставить возможность для реализации чего-либо; flotations – основание коммерческого предприятия; landslide - победа на выборах с большим перевесом голосов.

Таким образом, можно говорить о том, что адекватность перевода зависит от наиболее удачно и верно подобранных эквивалентов лексики языка перевода для текста оригинала.

Текст газет и журналов насыщен специализированными терминами из политической, государственной и общественной жизни.

Здесь можно встретить названия государственных учреждений, политических и общественных организаций, например:

- Declaration of Independence - Декларация независимости США
- Supreme Court- Верховный суд
- Security Council - Совет безопасности
- Mission of good will –миссия доброй воли
- European integration - европейская интеграция
- Coldwar - холодная война.

Кроме того, зачастую можно встретить ряд следующих сокращений: GOP – Grand Old Party, UN – United Nations, AIA – American Insurance Association, CIA

–Central Intelligence Agency, NASA – National Aeronautics and Space Administration, NAACP - National Association for Advancement of Colored People, GMT – Greenwich Mean Time. Также используются аббревиатуры фамилий и прозвищ известных политических лидеров и общественных деятелей: JFK - John Fitzgerald Kennedy, POTUS – President of the United States of America, etc.

В сравнении с текстами других стилей в публицистических текстах политической направленности часто встречаются интернационализмы и неологизмы. К интернационализмам относятся такие слова как president, parliament, minister, republic, candidate, separatist.

Газетно-информационным материалам характерно то, что в них наиболее часто встречаются термины с множеством значений, термины-синонимы, сокращенные названия. В США «государство» и «штат» обозначается одним и тем же термином - «state»: The President of the United States is the elected head of state and head of government of the United States. В первом случае термин «state» употребляется в значении «государства», в случае употребления United States в значении «штат». Термин «congressman» может употребляться в узком значении - «член палаты представителей» и в более широком – «член конгресса». Кроме того, «congressman» может быть заменен синонимом «representative». Для термина «Устав» относительно организаций могут употребляться следующие термины: regulations, statutes, constitution, rules.

Что касается сокращений то здесь выделяют еще и такие как, например, использование Speaker of the House: Rep. Paul D. Ryan. В данном случае сокращенное «House» употреблено вместо полного названия «The House of Representatives», а Rep. вместо «Republican».

Вместе с приданием текстам этого жанра фамильярно-разговорной окраски можно выделить наличие противоположных тенденций. В английских и американских информационных статьях всегда указывается титул (должность) политической фигуры даже в тех случаях, когда автор статьи критикует описываемое в статье лицо. Если же фамилия человека употребляется без упоминания занимаемой им должности, перед ней всегда используется сокращение «Mr» (Mister) или «Mrs» (Missis). Таким образом, Trump –Mr. Trump, Тетчер - The Baroness Thatcher, Франц Фердинанд - Archduke Franz Ferdinand. В газетной статье можно встретить упоминание о политическом лидере как о главе банды преступников и одновременно автор, описывая его, может указывать перед его фамилией титул или слово мистер. Вместе с тем титулы носят формальное значение в английском тексте. В связи с этим принято не указывать их при переводе. Исключением являются только особо официальные тексты. При этом здесь следует заметить, что «Mr» and «Mrs» переводятся как господин и госпожа, а не мистер и миссис.

В первой главе были рассмотрены характеристики газетно-информационного текста и особенности материалов общественно-политической тематики как вида газетного текста. Кроме того, проведен анализ исследований на тему трудностей перевода материалов газетно-информационного характера российских и зарубежных авторов.

В результате удалось определить основные стилистические особенности используемых средств, особенности перевода статей указанной тематики и причины возникновения трудностей перевода.

Газетно-публицистический текст направлен на распространение информации различной тематики и побуждению читателя к рассуждению.

Для публицистического стиля характерна функция выражения языка и его коммуникативной функции. В рамках эффективного воздействия используются как объективные, так и эмоциональные способы манипуляций. Таким образом, публицистический стиль, с одной стороны, наполнен профессиональными терминами и фактическими данными, а с другой, в нем присутствуют и способы воздействия, выражаемые средствами языка: приемы параллелизма, риторические вопросы, повторы наиболее важной информации, противопоставления. Кроме того, информация в газетах предварительно обрабатывается журналистами, упрощается и систематизируется для лучшего восприятия.

Отличительной чертой текстов общественно-политической тематики как вида газетно-информационного текста является их пропагандистский характер, задача оказывать воздействие на мнение и решения читателей. В соответствии с этим возникают различные особенности перевода подобных текстов: четкость и лаконичность передачи информации, сохранение и передача эмоциональной окраски сообщения.

Отдельно стоит отметить трудности, с которыми встречается переводчик при столкновении с безэквивалентной лексикой. Рассмотрены общие правила ее перевода. Даны примеры перевода.

Кроме того, рассмотрены основные трудности перевода газетных статей, а также газетных заголовков.

Для наиболее корректного перевода лингвисту необходимо четко понимать и истолковывать содержание оригинального текста, обладать фоновыми знаниями для понимания контекста переводимого материала, связывать текст с реальной действительностью, видеть структуру текста и определять цель коммуникации.

Список литературы

1. Безубов, А.Н. Стилистические приемы газетной речи. - СПб.:2000. – 217с.
2. Конурбаев, М.Э. Критерии выявления публицистических жанров. Место СМИ в системе функциональных стилей. Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования: под ред. д.ф.н. проф. Володиной М.Н. - М.: Изд-во МГУ, 2003. – 230 с.
3. Тертычный, А.А. Жанры периодической печати. - М.: Аспект Пресс, 2002. - 320 с.
4. Федоров, А. В. Основы общей теории перевода (лингвистические проблемы): Для институтов и факультетов иностр. языков. Учеб. пособие. -- 5-е изд. - СПб.: Филологический факультет СПбГУ; М.: ООО «Издательский Дом «ФИЛОЛОГИЯ ТРИ», 2002. - 416 с.

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ (ОПЛАТОЙ ТРУДА, МОТИВАЦИЕЙ И ДР. ПРОЦЕССАМИ)

*Терехова-Пушная Д.В.,
к.э.н., доц. каф. экономики, менеджмента и
маркетинга ОЧУ ВО ММА
Иванова В.А.,
магистр направления Менеджмент
ОЧУ ВО ММА*

Персонал любых организаций – это человеческий капитал приносящий предприятиям капитал, в следствие чего, управление персоналом по прежнему актуальный вопрос современности.

Работа менеджера по управлению персоналом (англ. Human resources management, аббревиатура HRM, или коротко HR-менеджмент) заключается в осуществлении набора определённых функций, а именно планирование, организация, подбор кадров, руководство и контроль.

На заре современного бизнеса комплектование штата сотрудников было рядовым пунктом в графе «Приобретение» и сводилось к тому, чтобы нанимать и/или увольнять людей. Сотрудники ассоциировались с товаром, который необходимо покупать и продавать и желательно на самых выгоднейших условиях. На нужды работников повышению эффективности их труда кадровики практически не обращали внимания. Задачами производительности труда занимались исключительно менеджеры.

С течением времени пришло осознание важности внимания к персональным нуждам работников и понимание того, что удовлетворенный и заинтересованный человек работает эффективнее, поэтому группы персонала во многих компаниях сосредоточились на отношениях с сотрудниками и обрели новую суть, переименовавшись в «отделы по работе с человеческими ресурсами» (HR).

Стратегическое управление персоналом заключается в следующем: поскольку конкурентоспособность организации зависит от ее сотрудников, то функции ответственных за подготовку, оценку и поощрение персонала должны играть более значимую роль в успехе фирмы. Определение персонала в качестве фактора конкурентного преимущества образовало область знаний, именуемой как стратегическое управление персоналом, «связь управления персоналом со стратегическими целями и задачами во имя совершенствования исполнения и разработки организационных культур, стимулирующих инновацию и гибкость». В идеале HR-менеджер и высшее руководство вместе выстраивают бизнес-стратегию компании. Затем эта стратегия дает основу для разработки особых действий HRов, как набор и подготовка. Это должно вызвать такое поведение работников, которое в свою очередь должно помочь в претворении стратегии в жизнь и достижении целей фирмы.

Стратегии управления персоналом – это курсы действия, которые менеджеры по персоналу используют, чтобы помочь компании достичь свои

стратегические цели. Одна из стратегических целей компании FedEx, к примеру – это достичь особого уровня обслуживания клиентов и высокой доходности посредством приверженных работников. Главная задача компании в управлении персоналом состоит в создании приверженной рабочей силы, желательной в условиях с отсутствием профсоюза. Для достижения этих целей компания применяет способ двусторонней связи, выявляет потенциальных менеджеров, чьи ценности не ориентированы на людей, предоставляет работникам высоко конкурентоспособные оклады и финансовые поощрения по результатам работы, а также возможности для самосовершенствования и повышения квалификации.

За последние десятилетия работа отделов HR претерпела невероятное преобразование. В основе перемен лежали творческие идеи и труды зарубежных ученых и экспертов, в числе которых Эд Шейн, Эд Лаулер, Дейв Ульрих, Норм Смолл-вуд, Уэйн Брокбэнк, Джек Фиц-енц, Майкл Лоуси и Джерри Лейк. Они очень много сделали, для того чтобы изменить отношение кадровиков и линейных менеджеров к работе с персоналом. Вот их основные достижения:

Убедительное обоснование нового отношения к персоналу. Четкое описание основных ролей, в которых могут выступать профессионалы HR. Д. Ульрих выделяет следующие:

- стратегический партнер;
- специалист-администратор;
- защитник интересов работников;
- инициатор перемен.

– Выявление специфических качеств, необходимых для каждой из перечисленных сфер. В результате быстро выросло число кадровиков, начавших развивать в себе эти качества.

– Новые методики измерения эффективности работы с персоналом и вклада отдела HR.

– Создание концепции делового партнерства, обоснование необходимости тесного контакта с бизнесом и реального участия в итоговом результате деятельности компании.

Эти разработки значительно продвинули вперед как работу с кадрами так и управление с персоналом в целом.

Важность работы с персоналом не нуждается в дополнительном обосновании. Полная стоимость организации в значительной мере зависит от эффективности управления человеческими ресурсами. Заметьте: это утверждают не представители консалтинговой фирмы по персоналу, а финансовые аналитики. Речь идет о существенном факторе бизнеса: финансовый успех предприятия непосредственно связан с качеством человеческих ресурсов и эффективностью их использования.

Необходимо обратить внимание читателей на важность комплексного подхода: формирование как материальной составляющей (системы оплаты труда), так и нематериальной мотивации.

Важно также обращать внимание на развитие на производстве сбалансированности системного и индивидуального подхода. На

предприятиях нужно использовать понятную и прозрачную систему оплаты труда. Это позволяет повышать мотивацию сотрудников, снижать субъективизм, избегать хаос и непредсказуемость в системе выплат. Но в то же время руководители компаний всегда должны помнить о важности индивидуального подхода, особенно к талантливым сотрудникам и мотивировать их дополнительно.

В итоге, чтобы человеческий капитал приносил прибыль, необходимо вложить в его развитие немалые средства и полностью пересмотреть подход к управлению кадрами, так как существующие методики безнадежно устарели. Будущее – за стратегическим подходом к управлению человеческими ресурсами, за интеграцией всех функций кадрового менеджмента в корпоративную стратегию развития.

Список литературы

1. Управление персоналом. Гари Десслер М. БИНОМ. Лаборатория знаний, 2004.
2. Управление персоналом в схемах. Владимир Веснин М. Проспект, 2015.
3. Управление человеческими ресурсами. Валерий Кафидов СПб, Питер, 2013.
4. Стратегическое управление человеческими ресурсами: дорожная карта. От великой идеи к деловой практике. Ральф Кристенсен М. Олимп-Бизнес, 2012.
5. Мотивация и оплата труда: Инструменты. Методики. Практика. Елена Ветлужских М. Альпина Паблишер, 2013

МАЛЫЙ И СРЕДНИЙ БИЗНЕС РОССИИ И ЗАРУБЕЖНЫХ СТРАН: СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ

*Тертова Е.В.,
магистр*

ОЧУ ВО «Московская международная академия»

Субъекты малого и среднего предпринимательства (далее – МСП) играют важную экономическую и социальную роль в развитии экономики в целом. Важно отметить, что МСП также создает рабочие места для населения страны, что весьма важно для государств в направлении обеспечения занятости населения и в борьбе с безработицей. По экспертным оценкам, вклад малого и среднего предпринимательства в валовой внутренний продукт России находится на уровне 20%, что в три раза ниже аналогичного показателя стран Евросоюза, США и стран Азии.

В этой связи представляется интересным сравнительный анализ малого бизнеса в России и за рубежом.

В странах, входящих в Организацию экономического сотрудничества и развития (далее – ОЭСР) МСП играет ключевую роль, представляя все бизнес-сообщество. Во всех странах доминируют микропредприятия, насчитывая от 70 до 90% от числа всех предприятий. В 2013 году в секторе нефинансовых предприятий ОЭСР на долю малого и среднего бизнеса приходилось до 60% от общего числа занятого населения и 99,7 % всех предприятий. Значительная доля малых и средних предприятий насчитывается в четырех сферах: оптовая и розничная торговля, проживание и питание, деятельность в области недвижимости, научно-техническая деятельность.

В США малый и средний бизнес обеспечивает порядка половины ВВП страны, на предприятиях которого занято 50% от общего числа занятых в США. В 2013 году в США осуществляло деятельность более 20 млн. субъектов МСП, насчитывалось 28 млн. работников, занятых на этих предприятиях. При этом подавляющее большинство сектора МСП составляют индивидуальные предприниматели. Рассматривая динамику числа МСП в США, стоит отметить, что в 11-летнем периоде прослеживается рост числа предприятий бизнеса, даже в 2007-2008 годах, когда в мире был кризис.

В Канаде по состоянию на декабрь 2015 года насчитывалось 1,17 млн. предприятий, 97,9% которых составляют малые предприятия (включая микропредприятия).

Распределение предприятий Канады по размерам приведено в таблице 1.

Таблица 1. Количество бизнес-предприятий Канады, а также критерии отнесения предприятий к микро, малым, средним и крупным, 2015 год

Размер фирмы (количество работников)	Количество предприятий, ед.	Доля, %
Всего предприятий (1-499)	1 167 978	100

Микропредприятия (1-4)	632 460	54,1
Малые предприятия (1-99), в том числе микро	1 143 630	97,9
Средние предприятия (100—499)	21 415	1,8
Крупные предприятия (более 500)	2 933	0,3

На частных предприятиях Канады в 2015 году трудилось порядка 11,6 млн. граждан, что составляло 90,3% от общего количества занятых в стране, большая часть из которых работала на малых предприятиях.

В Великобритании на начало 2015 года насчитывалось порядка 5,4 млн. предприятий малого и среднего бизнеса, на которых трудилось 1,31 млн. работников. Количество занятых в МСП Великобритании составляет 52% от общего числа трудовых ресурсов страны. Оборот МСП составил 44% от общего оборота частного сектора. Количество работников, занятых на предприятиях малого и среднего бизнеса Великобритании, а также критерии отнесения предприятий к микро, малым и средним представлено в таблице 2.

Таблица 2. Количество работников, занятых на предприятиях малого и среднего бизнеса Великобритании, а также критерии отнесения предприятий к микро, малым и средним, 2015 год

Размер фирмы (количество работников)	Количество работников, ед.	Доля, %
Всего предприятий малого и среднего бизнеса (1-249)	1 304 900	99,5
Микропредприятия (1-9)	1 068 815	81,5
Малые предприятия (10-49)	203 525	15,5
Средние предприятия (50-249)	32 560	2,5

Во всем Европейском союзе (далее – ЕС) вклад МСП в нефинансовый предпринимательский сектор значителен. Как видно из таблицы 2 малый и средний бизнес в ЕС составляет 99,8% от числа всех предприятий, на которых занято порядка 67% работников от общего числа трудящихся, вклад МСП в валовую добавленную стоимость составил 57,4%.

Среди предприятий малого и среднего бизнеса в ЕС наибольшую долю составляют микропредприятия (92,8%), на которых также занята большая часть работников (30% от числа занятых в МСП). Главными сферами МСП в ЕС являются сфера гостиничных услуг и питания, бизнес услуги, строительство, производство и торговля. На эти 5 сфер приходилось до 71% вклада валовую добавленную стоимость, а на предприятиях данных сфер было занято 78% от общего числа работников МСП.

В Китае малый бизнес составляет 98,6% от общего числа предприятий страны. Предприятия малого бизнеса в Китае составляют важную часть экономики страны и создают более 60% ВВП, обеспечивают до 50% налоговых поступлений, на предприятиях МСП занято более 75% трудоспособного населения, предприятиями МСП экспортируется 68% товаров. В Китае к малым предприятиям относят предприятия, на которых занято до 300 человек. Согласно Национальному экономическому консенсусу, в Китае насчитывается до 7,85 млн. действующих малых предприятий бизнеса и 32,79 млн. действующих индивидуальных предпринимателей.

В России к средним предприятиям бизнеса относят те, на которых занято от 101 до 250 человек, менее 100 человек для малых предприятий и менее 15 человек для микропредприятий. По состоянию на январь 2018 года на территории РФ насчитывается более 6 млн. субъектов МСП, на которых трудится более 16 млн. человек, что составляет 22% от занятого населения страны.

В Российской Федерации преобладает микробизнес – порядка 95% от общего числа МСП в стране. Также отмечается преобладание индивидуальных предпринимателей над юридическими лицами, что объясняется более легкой процедурой регистрации предприятия. Наибольшее количество предприятий малого и среднего предпринимательства действует в сфере оптовой и розничной торговли; ремонте автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования.

В 2010-2016 годах количество предприятий малого и среднего бизнеса России, начиная с 2010 года, увеличивается вместе с числом занятых на них, однако в 2012-2015 годах количество предприятий и сотрудников на них снижалось в связи с кризисом. Снижение численности персонала отмечается и в 2016 году, несмотря на рост числа предприятий. Этот факт подчеркивает необходимость привлечения и удержания работников на развивающихся предприятиях малого и среднего бизнеса.

В отличие от России, в Европейском союзе, США, Канаде и Китае вклад малого и среднего бизнеса в экономику страны весьма значителен. Стоит отметить, что сектор малого и среднего бизнеса очень развит в данных странах и подавляющий процент от общего числа предприятий составляют МСП (в Европейском союзе порядка 100%). В тоже время предприятия малого и среднего бизнеса обеспечивают занятость для большинства трудоспособного населения (более 50%), в то время как в России сектор МСП предоставляет рабочие места всего лишь 22%. На основании этих данных заметно существенное отставание сектора малого и среднего бизнеса России от других стран, что говорит о необходимости развития малого и среднего бизнеса.

Список литературы

1. United Kingdom. Financing SMEs and Entrepreneurs 2017 [Электронный ресурс]: An OECD Scoreboard, OECD Publishing, Paris. Режим доступа: http://dx.doi.org/10.1787/fin_sme_ent-2017-48-en
2. 2016 SBA Fact Sheet – European Union [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://ec.europa.eu/small—business>
3. China (People’s republic of). Financing SMEs and Entrepreneurs 2017 [Электронный ресурс]: An OECD Scoreboard, OECD Publishing, Paris. Режим доступа: http://dx.doi.org/10.1787/fin_sme_ent-2017-17-en
4. Малое и среднее предпринимательство в России. 2017: Стат.сб./ М 19 Росстат. – М., 2017.

СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РФ

*Тертова Е.В.,
магистр*

ОЧУ ВО «Московская международная академия»

Осуществляемые в Российской Федерации экономические реформы 90-х при всей их непоследовательности и противоречивости стали условием становления и развития малого предпринимательства, которому свойственны цивилизованные черты. Малое предпринимательство выполняет основные функции, присущие предпринимательской деятельности вообще.

Как показывает опыт развитых стран, малое и среднее предпринимательство играют весьма важную роль в экономике, их развитие влияет на экономический рост, на ускорение научно-технического прогресса, на насыщение рынка товарами необходимого качества, на создание дополнительных рабочих мест, т.е. эти виды предпринимательства решают многие актуальные экономические, социальные и другие проблемы.

Во всех экономически развитых странах государство оказывает большую поддержку малому предпринимательству. Дееспособное население все больше и больше начинает заниматься малым бизнесом. Быстрый темп развития предпринимательства ставит перед Россией задачи, которые можно решить, соединяя наши преимущества в виде интеллектуальных ресурсов с достижениями экономики. Эта тема тем более актуальна в контексте участия России в ВТО. Нам нужно принять меры по государственной защите российского малого бизнеса.

Развитие малого и среднего предпринимательства в России будет осуществляться в рамках Национального проекта «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы».

Национальный проект структурирован таким образом, чтобы предложить необходимые меры поддержки предпринимателю на каждом этапе жизненного цикла развития бизнеса: от появления идеи начать бизнес, далее - регистрации и помощи в получении доступного финансирования, имущественной поддержки, до реализации проектов в отдельных отраслях (туризм, сельское хозяйство) и расширения бизнеса с выходом на экспорт.

По итогам заседания президиума Совета при Президенте Российской Федерации по стратегическому развитию и национальным проектам 24 декабря 2018 года утвержден паспорт национального проекта «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы».

Паспорт нацпроекта разработан Минэкономразвития России во исполнение Указа Президента Российской Федерации от 7 мая 2018 года № 204 «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года» и включает в себя пять федеральных проектов: «Улучшение условий ведения предпринимательской деятельности», «Расширение доступа субъектов МСП к финансовым ресурсам, в том числе к льготному финансированию», «Акселерация субъектов малого и среднего предпринимательства», «Со-

здание системы поддержки фермеров и развитие сельской кооперации» и «Популяризация предпринимательства» [1].

Срок реализации нацпроекта: с октября 2018 года по 2024 год (включительно).

Рассмотрим, какова же стратегия развития малого и среднего предпринимательства в РФ.

Государство в 2019 году планирует в 11 раз увеличить субсидии из бюджета на программу льготных кредитов для малого и среднего бизнеса в приоритетных отраслях – до 7,2 млрд руб. Планируется распространить льготы и на другие отрасли. Государство готово в 2019 году компенсировать российским банкам 7,2 млрд руб. недополученных доходов при кредитовании по льготным ставкам малых и средних предприятий (МСП) в приоритетных отраслях. Это следует из проекта федерального бюджета на 2019 год и последующие 2020–2021 годы. В бюджете на текущий год на эти цели заложено в 11 раз меньше – 635,5 млн руб. Расходы на субсидирование кредитов МСП планируется увеличить за ближайшие шесть лет еще почти в десять раз, до 66,6 млрд руб. в 2024 году. Общая сумма расходов на шестилетку на эти цели запланирована на уровне 190,9 млрд руб. [3].

Речь идет о выдаче кредитов на проекты в приоритетных отраслях по ставке 6,5%. Согласно действующим правилам, разницу с рыночными ставками в размере 3,1% по кредитному договору для среднего и 3,5% для малого бизнеса банкам возмещает бюджет. Если заложенные в этом году средства позволяют выдать кредитов на 20 млрд руб., то в 2019 году речь может идти уже о льготном кредитовании более чем на 200 млрд руб. Программа льготного кредитования МСП была утверждена постановлением правительства от 30 декабря 2017 года и начала действовать в 2019 году. Увеличение поддержки малого и среднего бизнеса осуществляется во исполнение Указа Президента РФ Владимира Путина, который поручил Правительству увеличить количество занятых в сфере МСП до 25 млн человек к 2024 году (по состоянию на 1 июля 2018 года – 19,2 млн человек), а в послании Федеральному собранию поставлена цель – нарастить вклад МСП в ВВП до 40% (по данным МЭР, в этом году 19,9%) [3].

В настоящее время Правительство разрабатывает национальный проект «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы», предусматривающий в том числе и меры, способствующие увеличению кредитования МСП. Одна из обозначенных целей – увеличить объем кредитного портфеля малого и среднего предпринимательства с 4 трлн (на 31 декабря 2017 года) до 9 трлн руб. (в 2024 году), следует из предварительной документации к проекту.

Сами правила льготного кредитования малого и среднего бизнеса в 2019 году также могут поменяться. Минэкономразвития подготовило проект постановления Правительства, которое предусматривает распространение льгот на кредиты для МСП не из приоритетных отраслей. Для них ставку предполагается рассчитывать по формуле «ключевая ставка плюс 2 п.п., но не более 8,5%», тогда как для МСП из приоритетных отраслей ставка по-прежнему не должна превышать 6,5%. Возмещать банкам планируется 3,5% за кредиты малому и 3,1% - сред-

нему бизнесу из приоритетных отраслей, а за кредиты МСП, которые работают по другим направлениям, – 2% [1].

К приоритетным отраслям относятся сельское хозяйство, обрабатывающие производства, производство электроэнергии, газа и воды, строительство, транспорт, связь, туристическая деятельность, здравоохранение, сбор, обработка и утилизация отходов, а также отрасли экономики, в которых реализуются приоритетные направления развития науки, технологий и техники (этот список впоследствии может корректироваться).

С внесением в программу изменений, в частности, можно ожидать рост спроса на льготные кредиты со стороны предприятий оптовой и розничной торговли. В Минэкономразвития пояснили, что предлагаемые изменения позволят увеличить количество льготных кредитов, что в итоге будет способствовать более активному развитию малого бизнеса и росту его доли в ВВП. Минэкономразвития также планирует расширить число банков - участников программы, в первую очередь за счет некрупных региональных банков, которые имеют опыт кредитования субъектов МСП, рассказали РБК в МЭР. Сейчас в программе задействовано 15 банков.

Среди них четыре системно значимых - Альфа-банк, Россельхозбанк, ВТБ, Сбербанк и 11 региональных – РосЕвроБанк, «Акцепт», «Интеза», банк «Левобережный», «Санкт-Петербург», Запсибкомбанк, КБ «Ассоциация», Примсоцбанк, банк РНКБ, банк ТКБ и МСП Банк. В течение 2018 года 15 уполномоченных банков заключили 1056 льготных кредитных договоров с субъектами МСП по программе на общую сумму 48,4 млрд. руб. [1].

Запланированное в проекте бюджета финансирование программы Минэкономразвития по льготному кредитованию малого и среднего бизнеса действительно существенно. Это большие суммы, но, думаю, они могут быть реализованы, поскольку для многих субъектов МСП эта программа – возможность выжить и реализовать свои проекты.

Программа льготного кредитования МСП действительно работает. Конечно, у компаний могут возникать определенные трудности, они сталкиваются с серьезной бюрократией, и это неудивительно: чтобы получить кредит на таких выгодных условиях, компания должна соответствовать множеству требований.

Программа Минэкономразвития предоставляет гораздо более выгодные условия малым и средним предприятиям по сравнению с одновременно действующей программой ЦБ по стимулированию кредитования МСП в приоритетных отраслях (ставка для кредитов объемом не менее 3 млн руб. – 10,6% для малого бизнеса и 9,6% - для среднего), подчеркивает вице-президент «Опоры России». И расширение этой программы, по его мнению, продиктовано потребностью увеличить помощь субъектам МСП: «Нет отраслей, которые бы были неприоритетными для малого и среднего бизнеса, весь сегмент МСП нуждается в материальной поддержке» [2].

Развитие малого бизнеса, в том числе наукоемкого, на региональном уровне без внимания со стороны федеральных властей затруднено. Производственный бизнес, в отличие от торгового, по природе не может быть «сливочным»: «бы-

стрых» денег здесь не бывает и поиски инвесторов и кредитов связаны с большими трудностями. В частности, сложившаяся российская банковская система никак не стимулирует развитие малого предпринимательства. В лучшем случае можно получить «короткие» деньги на операцию «купи-продай». А вот кредиты на несколько лет для начинающих «с нуля» предпринимателей практически недоступны. Ведь новоиспеченному бизнесмену нечего заложить, кроме собственной квартиры, да и то, если она имеется. Нужны совершенно новые, неординарные залоговые механизмы, новые принципы финансирования малого бизнеса.

Предлагаемые нововведения будут способствовать более успешному «освоению» банками лимита субсидий. Ведущий аналитик по банковским рейтингам «Эксперт РА» Екатерина Михлина, в свою очередь, отметила, что оценить возможный эффект от предлагаемых изменений по льготному кредитованию МСП пока трудно. Сохранение напряженной ситуации на валютном рынке, а также ожидаемое замедление темпа роста ВВП продолжают сдерживать рост кредитования субъектов малого и среднего бизнеса до конца этого года, считает она [1].

Очень важно, что государство закладывает дополнительные средства в бюджет на предоставление новых льготных кредитов в рамках данной программы в следующем году. Это будет способствовать дальнейшему развитию малого бизнеса, созданию новых рабочих мест, строительству новых объектов, реализации новых инфраструктурных проектов и производств и в целом улучшению качества товаров и услуг, предоставляемых потребителям.

Нацпроект - это очень сложная задача. В нашей структуре экономики очень много тяжеловесных игроков. Это значит, что малый бизнес должен расти быстрее, чем крупный. Чтобы поддержать малый и средний бизнес, Правительство планирует упростить налоговую отчетность при внедрении контрольно-кассовой техники, пересмотреть уголовную ответственность по «предпринимательским» статьям, расширить доступ МСП к льготному финансированию, заняться популяризацией малого предпринимательства и т.д.

Планы по росту МСП подвергались критике. Счетная палата в своем отчете писала, что задача увеличить долю сектора до 40% не учтена в Стратегии развития МСП, а рост на 1% в год «создает риск недостижения поставленной цели» [1].

Мэр Москвы усомнился, что вклад малого и среднего бизнеса в экономику можно довести даже до трети. «Я не очень верю, что доля малого и среднего бизнеса будет 30%. Тогда нужно закрыть «Газпром», «Роснефть» - без этого 30% не будет. Либо месторождения раздать малому и среднему бизнесу», - заявил он [1].

Помочь достичь цели может механизм «регуляторной гильотины», через который правительство будет сокращать излишние требования к бизнесу, считает Калинин: «Вопрос, как это будет сделано. Если переписать миллион требований заново, то и смысла нет. Но мы надеемся, что эти требования будут переписываться только через согласование с бизнесом». Еще один инструмент - выдача кредитов МСП под льготные 8,5%, заметил он [1].

Доведение доли МСП в экономике до трети «потребует структурных изменений сектора», подчеркивает Минэкономразвития: «Речь идет об увеличении доли средних предприятий, акселерации субъектов, относящихся к категориям

«микро» и «малые». Такая задача требует создания благоприятных условий ведения предпринимательской деятельности и переформатирования существующих мер поддержки».

Список литературы

1. Национальный институт системных исследований проблем предпринимательства [Электронный ресурс]. URL: <http://www.nisse.ru>
2. Борисов С.Р. Малое и среднее предпринимательство в Российской Федерации: текущее состояние и перспективы [Электронный ресурс]. URL: <https://www.hse.ru>
3. Предпринимательство: дело за малым [Электронный ресурс]. URL: <http://dailymoneyexpert.ru>

ДОЛГОСРОЧНЫЕ ФИНАНСОВЫЕ ВЛОЖЕНИЯ НА СОВРЕМЕННОМ РЫНКЕ

*Тумаков А.В.,
магистр*

ОЧУ ВО «Московская международная академия»

Долгосрочные финансовые вложения представляют собой вложения свободных средств организации, не связанных с собственным производством либо оказанием услуг с целью получения дохода, срок погашения которых составляет более одного года.

Основными формами долгосрочных финансовых вложений являются:

а) вложения в долгосрочные фондовые инструменты (акции, облигации и т.п.);

б) вложения в долгосрочные денежные инструменты (депозитные вклады в банках и т.п.);

в) вложения в уставные фонды организаций и пр. Бухгалтерский учет долгосрочных финансовых вложений в банке осуществляется с целью формирования информации, необходимой для контроля над вложениями в уставные фонды других юридических лиц, за получением доходов от этих вложений в виде дивидендов и для принятия управленческих решений.

Вложения в долгосрочные фондовые инструменты представляют собой средства, направленные на покупку акций и облигаций, не принадлежащих этой же компании.

В качестве долгосрочных денежных вложений могут выступать займы, выданные организациям на срок выше одного года под долговые обязательства, депозиты, размещенные в банках на срок более одного года, а также все другие способы размещения свободных средств организации, направленные на получение дохода на срок, превышающий один год.

Вложения в уставные фонды организаций представляют собой средства организации, вложенные в долевое участие в уставный капитал других организаций, которые могут быть как на территории Республики Беларусь, так и за ее пределами.

Самыми распространенными среди долгосрочных финансовых вложений являются вклады в уставный капитал других организаций. Они производятся как денежными средствами, так и в форме вложений основными средствами, материальными активами, а также товарами, сырьем и материалами. Помимо этого вложения осуществляются и в виде вклада других ценностей.

Реже организация осуществляет долгосрочные финансовые вложения в виде покупки акций других предприятий, если эти предприятия известны как приносящие стабильно хорошую прибыль. Такие вложения осуществляются с целью извлечения постоянного стабильного дохода в течение нескольких лет, либо с целью оказания влияния на финансовую, ценовую политику данного предприятия. Для достижения последней цели необходимо иметь контрольный пакет

акций, т.е. 50% от всех акций данного акционерного общества и еще хотя бы 1 акцию. Но чаще на практике все же акции покупают на краткосрочный период, чтобы извлечь доход от выгодной продажи какого-либо пакета акций

Долгосрочные финансовые вложения представляют собой затраты на доле-вое участие в уставном капитале других предприятий, на приобретение акций, облигаций на долговременной основе. Они включают в себя инвестиции фирмы в дочерние и зависимые общества, а также в другие организации, займы, предо-ставленные организациям на срок более 12 месяцев.

Согласно правилам бухгалтерского учета к финансовым вложениям относят:

- ценные бумаги (государственные, муниципальные, других компаний), в том числе долговые ценные бумаги, в которых дата и стоимость пога-шения определены (облигации, векселя);
- вклады в уставные (складочные) капиталы, в том числе дочерних и за-висимых хозяйственных обществ;
- предоставленные займы;
- депозитные вклады в кредитных организациях;
- вклады организации-товарища по договору простого товарищества.

Инвестиции – денежные средства, целевые банковские вклады, паи, акции и другие ценные бумаги, технологии, машины, оборудование, лицензии в том чис-ле и на товарные знаки, кредиты, любое другое имущество или имущественные права, интеллектуальные ценности, вкладываемые в объекты предприниматель-ской и других видов деятельности в целях получения прибыли, дохода и дости-жения положительного социального эффекта. Различают инвестиции в основные средства (капитал) – капиталовложение или реальные инвестиции, инвестиции в ценные бумаги – портфельные инвестиции, инвестиции в государственные, част-ные и иностранные.

С позиции финансов фирмы инвестиции – это активы (средства) фирмы, вкладываемые в хозяйственную деятельность с целью получения доходов.

Инвестиции обеспечивают динамичное развитие фирмы и позволяют ре-шать такие задачи, как:

- расширение собственной предпринимательской деятельности на основе накопления финансовых и материальных ресурсов;
- приобретение новых предприятий;
- диверсификация деятельности за счет освоения новых областей бизнеса;

Основная цель осуществления инвестиции - получение дохода и выгоды.

При этом выгодой необходимо понимать не только получение предприниматель-ской фирмой дополнительной прибыли, но и сохранение достигнутого уровня рентабельности, снижения возможных убытков, расширение круга потребителей продукции, расширение имеющихся и завоевание новых рынков сбыта продук-ции и т.п. Объектами инвестиционной деятельности в РФ выступают:

- вновь создаваемые и модернизируемые основные фонды во всех отраслях народного хозяйства РФ;
- ценные бумаги;

- целевые денежные вклады;
- научно-техническая продукция;
- другие объекты собственности;
- имущественные права;
- права на интеллектуальную собственность.

Управление инвестициями представляет собой процесс управления всеми направлениями и аспектами инвестиционной деятельности.

Управление инвестициями включает:

- управление инвестиционной деятельностью на государственном уровне, что предполагает регулирование, контроль, стимулирование инвестиционной деятельности законодательными и регламентирующими методами;

- управление отдельными инвестиционными проектами, которое включает в себя деятельность по планированию. Организации, координации, контролю в течении всего жизненного цикла инвестиционного проекта путем применения системы современных методов и техники управления.

- управление инвестиционной деятельностью отдельного хозяйствующего субъекта – предпринимательской фирмы, которое предполагает выбор объектов инвестирования и контроль за протеканием процесса инвестирования.

На уровне предпринимательской фирмы управление инвестиционной деятельностью направлено на обеспечение реализации наиболее эффективных форм вложений капитала и включает в себя несколько этапов.

Первый этап управления инвестициями на уровне фирмы – это анализ инвестиционного климата страны, который включает в себя изучение данных о:

- динамике валового внутреннего продукта, национального дохода и объемов производства промышленной продукции;
- динамике распределения национального дохода (накопления и потребление)
- развитии приватизационных процессов;
- изменении законодательства, регулирующего инвестиционную деятельность; развитии отдельных инвестиционных рынков, в особенности денежного и фондового.

Второй этап: - выбор конкретных направлений инвестиционной деятельности фирмы с учетом стратегии ее экономического финансового развития. На этом этапе фирма определяет отраслевую направленность своей инвестиционной деятельности, а также основные формы инвестирования на отдельных этапах деятельности. Отраслевая ориентация инвестиционной деятельности определяется на основе изучения инвестиционной привлекательности отдельных отраслей экономики, которое включает анализ их конъюнктуры, динамики и перспектив потребностей общества в продукции этих отраслей.

Третий этап – выбор конкретных объектов инвестирования, в результате которого анализируется текущее предложение на инвестиционном рынке, а затем отбираются отдельные реальные инвестиционные проекты и финансовые инструменты, которые соответствуют основным направлениям инвестиционной деятельности экономической стратегии предприятия.

В процессе управления инвестициями предпринимательской фирме необходимо обеспечение высокой эффективности инвестиций, поэтому все объекты инвестирования, запланированные к реализации, анализируются с позиции их экономической эффективности.

Четвертый этап - обеспечение ликвидности инвестиций. В процессе осуществления инвестиционной деятельности фирмы должны учитывать, что в результате изменения инвестиционного климата по отдельным объектам инвестирования может значительно снизиться ожидаемая доходность. В результате таких изменений необходимо своевременно принимать решение о выходе из отдельных инвестиционных программ и реинвестировании капитала. Поэтому по каждому объекту инвестирования первоначально должна быть оценена степень ликвидности инвестиций и предпочтение должно быть отдано тем из них, которые имеют наибольший потенциальный уровень ликвидности.

Пятый уровень – определение необходимого объема инвестиционных ресурсов и поиск источников их формирования. На этом этапе прогнозируется общая потребность в инвестиционных ресурсах, необходимых для осуществления инвестиционной деятельности фирмы в запланированных направлениях. Исходя из потребности в инвестиционных ресурсах, определяются источники их формирования. Принимается решение о привлечении заемных финансовых средств при недостатке собственных.

Шестой этап управления инвестициями – управление инвестиционными рисками, возникающими в процессе осуществления фирмой инвестиционной деятельности. На этом этапе необходимо выявить риски, с которыми может столкнуться предприятие в процессе инвестирования по всем объектам инвестирования, и с учетом выявленных рисков разработать мероприятия, направленные на их минимизацию.

Главное значение инвестиций состоит в том, что реализация их функций является необходимым условием и основой таких направлений:

- развитие финансовых рынков и банковского дела;
- повышение качества товаров и услуг, обеспечение их конкурентоспособности;
- охрана окружающей среды, решение проблем экологии;
- увеличение занятости населения, снижение безработицы;
- структурная перестройка производства, сбалансированное развитие всех отраслей экономики;
- расширенное воспроизводство;
- ускорение научно-технического прогресса;
- повышение обороноспособности государства;
- международное сотрудничество;
- развитие социальной сферы (образование, жилищное строительство, социальное обеспечение, здравоохранение, культура, спорт и т.д.).

Список литературы

1. Илышева Н.Н., Крылов С.И. Анализ финансовой отчетности: Учеб. М.: Финансы и статистика; ИНФРА-М, 2011
2. Финансы предприятий: Учебник для вузов / Н.В. Колчина. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015
3. Чечевицына Л.Н. Экономический анализ: Учебное пособие. – Ростов н/Д: изд-во «Феникс», 2017
4. Мордовкин А.В. Основные средства и капитальные вложения: Учет и налогообложения // Главбух. - 2017. - №10

РОЛЬ И ЗНАЧЕНИЕ ВНЕОБОРОТНЫХ АКТИВОВ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Тумаков А.В.,

магистр

ОЧУ ВО «Московская международная академия»

Внеоборотные активы имеют значительную долю в структуре баланса предприятия. Одной из основных проблем обеспечения устойчивого экономического роста хозяйствующих субъектов в настоящее время является неэффективная политика управления внеоборотными активами. Сформированные на первоначальном этапе деятельности предприятия внеоборотные активы требуют постоянного управления ими. В этих условиях особенно важными становятся задачи анализа внеоборотных активов на предприятии. Поэтому тема курсовой работы «Внеоборотные активы» выбрана не случайно, она является очень актуальной в настоящее время.

Сейчас происходит старение материальной базы оборудования многих предприятий, а средств на обновление не всегда хватает. В итоге, теряется предполагаемая эффективность использования активов, а ведь именно за счет ее можно добиться необходимого уровня финансовых средств, которые необходимы в свою очередь для финансовой.

Острота этой проблематики нашла отражение в существенном обновлении нормативного регулирования, изменениях базовых аспектов учета основных средств, усилении правовых регламентов их использования, расширении спектра хозяйственных операций. В связи с этим внеоборотные активы по праву заняли важное место среди ключевых объектов бухгалтерского учета и аудита, что видно по характеру публикаций в печати.

Однако аналитическая проработка данной проблемы не достигла, по-нашему мнению, того необходимого уровня, который в полной мере отражал бы реальное значение внеоборотных фондов в современной экономике как важнейшего фактора ее развития, а также соответствовал изменениям и новым возможностям бухгалтерского учета в условиях его реформирования.

В состав внеоборотных активов входят: нематериальные активы; основные средства; незавершенное строительство; доходные вложения в материальные ценности; долгосрочные финансовые вложения; прочие нематериальные активы.

Обеспечение эффективности использования внеоборотных активов требует постоянного управления ими, которое осуществляется в различных формах. Наибольшую часть в составе внеоборотных активов составляют, как правило, операционные активы, которые проходят следующие основные стадии кругооборота:

1. Перенос стоимости внеоборотных активов на готовую продукцию;
2. Накопление суммы износа путем формирования амортизационного фонда;
3. Финансирование за счет амортизационного фонда восстановления или приобретения внеоборотных операционных активов и других источников.

Система управления операционными внеоборотными активами включает следующую последовательность мероприятий, осуществляемых менеджментом организации:

- анализ современного состояния операционных внеоборотных активов, включая изучение динамики их общего объема и состава, степени годности, интенсивности обновления и эффективности использования;
- оптимизация состава и структуры операционных внеоборотных активов для выявления резервов повышения их производственного использования по времени и мощности в разрезе отдельных их видов;
- создание условий, обеспечивающих своевременное обновление операционных внеоборотных активов;
- повышение эффективности использования операционных внеоборотных активов организации, сокращение их объема и в соответствии с этим снижение размеров финансирования их воспроизводства;
- оптимизация структуры источников финансирования операционных внеоборотных активов;

Важное значение в реализации системы управления внеоборотными активами имеет обеспечение их своевременного и эффективного обновления, для чего необходимо определить периодичность обновления, которая зависит от продолжительности их физического и морального износа.

Организация в своей практической деятельности использует различные формы обновления операционных внеоборотных активов, при этом в процессе простого воспроизводства применяются: текущий ремонт, капитальный ремонт, приобретение новых видов активов, а в процессе расширенного воспроизводства - реконструкция, модернизация и т.д. Выбор конкретной формы обновления должен осуществляться по критерию эффективности, когда объем генерируемой будущей прибыли в результате эксплуатации актива после обновления должен превышать его ликвидную стоимость.

Процесс финансирования обновления определенных видов операционных внеоборотных активов предполагает выбор вариантов их формирования, т.е. приобретение в собственность или заключение договора аренды (лизинга). При решении данной задачи, как правило, исходят из анализа преимуществ и недостатков той или иной формы привлечения активов.

Основным критерием для принятия управленческого решения с позиции финансового менеджмента является сравнение денежных потоков при различных формах финансирования обновления активов. При этом сравнивается стоимость приобретения за счет собственных средств, за счет банковского кредита и с использованием договора лизинга.

Далее рассмотрим оборотные активы. Оборотные средства последовательно принимают денежную, производительную и товарную формы, что соответствует их делению на производственные фонды и фонды обращения.

К оборотным производственным фондам относятся производственные запасы (сырье, материалы, топливо, запасные части, малоценные и быстроизнашивающиеся предметы), незавершенное производство, расходы будущих периодов.

Основное назначение оборотных фондов производства (производственных запасов и незавершенного производства) – обеспечить бесперебойность и ритмичность процесса производства.

Готовые изделия, а также денежные средства в кассе, на расчетном счете, дебиторская задолженность и средства в расчетах составляют оборотные фонды обращения. Потребность в этих оборотных фондах обуславливается непрерывностью процесса кругооборота фондов производственных объединений (предприятий).

Сущность оборотных средств определяется их экономической ролью, необходимостью обеспечения воспроизводственного процесса, включающего как процесс производства, так и процесс обращения. В отличие от основных фондов, неоднократно участвующих в процессе производства, оборотные средства функционируют только в одном производственном цикле и независимо от способа производственного потребления полностью переносят свою стоимость на готовый продукт.

Эффективность работы предприятия во многом зависит от ее обеспеченности оборотными средствами. В значительной степени определяют эффективность использования оборотных средств источники их формирования. Установление оптимального соотношения между собственными и привлеченными средствами, обусловленного специфическими особенностями кругооборота фондов в том или ином хозяйствующем субъекте, является важной задачей фирмы.

Организация оборотных средств выступает важным элементом в процессе управления активами и включает:

- о определение состава и структуры оборотных средств;
- о установление потребности предприятия в оборотных средствах и поддержание оборотных средств в размере, оптимизирующем управление текущей деятельности;
- о определение соотношения между источниками покрытия, достаточного для обеспечения долгосрочной производственной и эффективной финансовой деятельности предприятия
- о определение источников формирования оборотных средств;
- о ответственность за сохранность и эффективное использование оборотных средств.

Повышение эффективности внеоборотных активов выражается прежде всего в увеличении объема хозяйственной деятельности, получаемого без дополнительных капитальных вложений. Эффективность использования основных фондов во многом зависит от производственных особенностей той или иной отрасли кооперативного хозяйства, достигнутого уровня организации, технологии и других факторов.

Улучшение использования основных средств отражается на финансовых результатах работы предприятия за счет: увеличения выпуска продукции, снижения себестоимости, улучшения качества продукции, снижения налога на имущество и увеличения балансовой прибыли.

Улучшения использования основных средств на предприятии можно достигнуть путем:

- * освобождения предприятия от излишнего оборудования, машин и других основных средств или сдачи их в аренду;
- * своевременного и качественного проведения планово-предупредительных и капитальных ремонтов;
- * приобретения высококачественных основных средств;
- * повышения уровня квалификации обслуживающего персонала;
- * своевременного обновления, особенно активной части, основных средств с целью недопущения чрезмерного морального и физического износа;
- * повышения коэффициента сменности работы предприятия, если в этом имеется экономическая целесообразность;
- * улучшения качества подготовки сырья и материалов к процессу производства;
- * повышения уровня механизации и автоматизации производства;
- * обеспечения там, где это экономически целесообразно, централизации ремонтных служб;
- * повышения уровня концентрации, специализации и комбинирования производства;
- * внедрения новой техники и прогрессивной технологии -- малоотходной, безотходной, энерго- и топливосберегающей;
- * совершенствования организации производства и труда с целью сокращения потерь рабочего времени и простоя в работе машин и оборудования.

Пути улучшения использования основных средств зависят от конкретных условий, сложившихся на предприятии за тот или иной период времени.

Технический прогресс создает новые виды средств труда, совершенствует действующие, т. е. расширяет возможности основных фондов. Можно считать, что технический прогресс -- основное направление повышения фондоотдачи. Именно технический прогресс органически связан с вложением капитальных средств и определяет возможности увеличения эффективности их использования.

Но технический прогресс должен заключаться не только в создании новых, более производительных средств труда (в первую очередь, машин и оборудования), но и в уменьшении затрат на единицу мощности. Причем падение стоимости единицы мощности должно выступить как общая тенденция. Отсюда вытекает требование: темпы роста стоимости производимой продукции должны опережать темпы роста стоимости основных фондов. Поскольку денежным выражением стоимости является цена, то можно считать, что цены единицы мощности должны уменьшаться. Следовательно, вопрос упирается в ценообразование.

Цена относится к тем факторам, изменение которых, как правило, не зависит от предприятия, и в этом случае динамика фондоотдачи также происходит независимо от качества работы предприятий и отраслей. По этой причине необходимо при исчислении фондоотдачи учитывать фактор изменения цен и на основные фонды, и на производимую с их помощью продукцию.

Поскольку важнейшим источником повышения эффективности основных фондов является технический прогресс, то от темпов его ускорения и зависит динамика фондоотдачи. Но в действительности эффективность внедряемых основных фондов, прежде всего, новой техники, совершенно недостаточна, так как стоимость основных фондов растет быстрее, чем производительность, что подтверждается сравнительными темпами роста фондовооруженности и производительности труда.

Различают два основных направления улучшения использования основных фондов: экстенсивное и интенсивное.

Экстенсивное направление связано с увеличением времени функционирования средств труда за определенный период времени (месяц, квартал, год). Чем лучше используются имеющиеся основные фонды во времени, тем выше фондоотдача. Увеличение времени функционирования оборудования, машин, транспортных средств в результате сокращения простоев, повышения коэффициента сменности является важным фактором интенсификации всех видов деятельности кооперативных предприятий и организаций.

Экстенсивный путь повышения фондоотдачи особенно важен для таких отраслей хозяйственной деятельности, как торговля и заготовки, где относительно высока доля пассивной части основных фондов (зданий, магазинов, баз, складов, заготовительных пунктов и др.). Увеличение времени работы здесь достигается за счет сокращения времени инвентаризаций товарно-материальных ценностей, оптимизации работы в течение суток магазинов, заготовительных пунктов, предприятий общепита, ликвидации простоев, недопущения потерь рабочего времени, сокращения сроков проведения ремонтных работ и т. п.

Интенсивное направление означает увеличение нагрузки средств труда в единицу времени. Оно связано с улучшением использования материальных и трудовых ресурсов, повышением производительности труда, снижением фондоемкости.

Необходимо отметить, что под воздействием научно-технического прогресса даже в отраслях сферы обращения происходит рост доли активной части основных фондов.

На сегодняшний день основными направлениями повышения эффективности использования основных фондов могут быть:

1. повышение сменности и непрерывности работы сети предприятий;
2. техническое совершенствование оборудования и технологии торговых и производственных процессов;
3. совершенствование структуры основных фондов (повышение доли активной части);
4. повышение темпов обновления основных фондов наиболее совершенной материальной базе и технологии торговых и производственных процессов;
5. увеличение доли капитальных вложений, направляемых на реконструкцию и техническое перевооружение предприятий;

Но при совершенствовании использования основных фондов необходимо учитывать специфические особенности развития каждого потребительского об-

щества, так как центр тяжести экономических преобразований в потребительской кооперации переносится на места.

Поскольку многие потребительские кооперативы в годы рыночных реформ были убыточными, они не имели возможности выделять из прибыли средства для обеспечения обновления основных фондов.

Негативное влияние на воспроизводство основных фондов оказывает тенденция к повышению расходов на капитальный ремонт. Высокая доля ремонта подтверждает тезис от ориентации инвестиционного процесса на дешевые и краткосрочные методы обновления производственного аппарата. В результате инвестиционный спрос предъявляется на компоненты технического оборудования, которые можно заменить без долгосрочных инвестиций в основной капитал, то есть счет оборотного капитала, что является особенностью и своеобразной чертой инвестиционного процесса в российской экономике. Однако такая практика в долгосрочном аспекте приводит к экономической и технологической стагнации. Созданный за предыдущие годы, десятилетия производственный аппарат ориентирован на производство продукции в условиях закрытой экономики, в условиях отсутствия конкуренции. В настоящее время актуализировалась проблема качественного изменения технологического уровня производства, торговли, повышения его эффективности.

Обновление основных фондов – также большая социально-экономическая проблема, требующая рассмотрения и охватывающая все региональные организации потребительской кооперации страны.

Накопление основных фондов, их обновление и прогрессивные тенденции в структуре достигаются на базе инвестиций в основной капитал, основным источником которых являются собственные средства организаций потребительской кооперации и в частности амортизационные отчисления и прибыль.

Для совершенствования использования основных фондов необходимо решить следующие задачи:

- проводить качественную амортизационную политику;
- использовать лизинг при формировании основных фондов;
- повысить уровень загрузки оборудования;
- повысить сменность и непрерывность работы предприятий;
- совершенствовать структуру основных фондов;
- увеличить долю инвестиций, направленных на реконструкцию и техническое перевооружение предприятий;
- экономически стимулировать лучшее использование основных средств;
- учитывать показатели, характеризующие экономическую эффективность использования основных фондов при оценке результатов финансово-хозяйственной деятельности и так далее.

При решении этих задач возможно более эффективное использование основных фондов, что приведет к общему эффективному, прибыльному функционированию организации в целом.

Список литературы

1. Положения по бухгалтерскому учету. - М., «Издательство Эксмо», 2014г.
2. Шеремет А.Д., Ионова А.Ф. Финансы предприятий: менеджмент и анализ. Учеб пособие - 2 изд, испр. и доп. -М.:Инфра-М, 2018
3. Шаронова Е.П. Амортизация основных средств: Порядок начисления в бухгалтерском учете и принятии для целей налогообложения // АКДИ Экономика и жизнь. - 2017. - №5
4. Положение по бухгалтерскому учету «Учет основных средств». ПБУ 6/01. Утверждено приказом Минфина РФ от 30.03.2001 г. №26н.
5. Абрютин М.С, Грачев А.В. Анализ финансово-экономической деятельности предприятия: Учебно-практ. пособие. - М.: Дело и сервис, 2017

ИНОСТРАННЫЕ ТОПОНИМЫ ВО ВЬЕТНАМСКОМ ВНЕШНЕПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

Тюменева Е.И.

Аннотация: В статье исследуется проблема использования иностранных топонимов во вьетнамском внешнеполитическом дискурсе. На материалах прессы и электронных СМИ рассматриваются основные виды использования и употребления иностранных топонимов в текстах, посвященных вопросам внешней политики. Отмечается, что особенности вьетнамской фонетики а также то, что вьетнамский язык относится к изолирующим языкам, вместе создают дополнительные барьеры для использования иностранных топонимов во вьетнамской речи. Выделяются три классических вида написания иностранных топонимов, а также ряд новых явлений в языковой практике: от полной транслитерации до использования эмоционально окрашенных перифраз.

Ключевые слова: топонимы, вьетнамский язык, СМИ, дискурс, внешняя политика, Вьетнам

FOREIGN TOPONS IN VIETNAM FOREIGN POLICY DISCOURSE

E.I. Tyumeneva

Abstract: The article studies the problem of using foreign toponyms in Vietnamese foreign policy discourse. The main using-types and use of foreign toponyms in texts on foreign policy issues are considered on the press materials and electronic mass media. It is noted that the peculiarities of Vietnamese phonetics and the fact that Vietnamese belongs to isolating languages together create additional barriers for the foreign toponyms use in Vietnamese speech. There are three classic types of foreign toponyms, as well as many new phenomena in language practice: from full transliteration to the use of emotionally colored periphrases.

Keywords: toponyms, Vietnamese language, mass media, discourse, foreign policy, Vietnam

Топонимы – значительный пласт лексики. Они создаются в одном языке, но присутствуют практически во всех языках мира. При написании статей по международной тематике употребление топонимов обязательно. Пишущий про события в какой-либо стране должен назвать эту страну, то есть употребить общепринятый топоним. Процесс освоения иностранной топонимики можно проследить, исследуя топонимы, обслуживающие вьетнамский внешнеполитический дискурс. Дискурс мы понимаем как текущую речевую деятельность в какой-либо сфере, в нашем исследовании – в сфере внешней политики. Наиболее наглядно эта речевая деятельность проявляется в текстах. Но дискурс включает помимо текста ещё и экстралингвистические факторы – знания о мире, мнения, установки, цели адресата.

Актуальность работы определяется отсутствием лингвокультурологического описания иностранных топонимов и учебного словаря топонимических пе-

рифраз, что создают трудности в межкультурной коммуникации при понимании вьетнамских газетных текстов изучающими вьетнамский язык. Новизна работы заключается в изучении истории записи иностранных топонимов, способов их презентации в СМИ, в том числе электронных. Впервые подобраны и описаны топонимические перифразы и выявлена их национальная специфика.

Для реализации поставленных задач были использованы описательно-аналитический метод, метод сравнительно-сопоставительного анализа, метод лингвокультурологического анализа. Материалом для исследования послужили публицистические статьи колумнистов газет «Народ» и «Народная армия», опубликованных в рубриках «Международный комментарий» и «На злобу дня». Полученные в результате исследования материалы могут внести вклад в теорию и практику изучения топонимической перифрастики, в решение вопроса о соотношении универсального и национально-специфичного во фразеологическом фонде языка, а также будут способствовать совершенствованию методического обеспечения преподавания вьетнамского языка в российских востоковедных ВУЗах.

Создаваясь в одном языке, топонимы широко заимствуются во все языки мира, в том числе и вьетнамский. В топонимах находит отражение история контактов и связей вьетнамцев с другими народами. Первые международные топонимы попали во вьетнамский язык через китайский. На протяжении многих веков вьетнамцы пользовались китайской иероглифической письменностью, адаптированной для записи текстов на вьетнамском языке. Эта письменность получила название «ном». Иероглифы «ном» читались по определённым правилам, устанавливающим соответствия между звуками китайского и вьетнамского языков. Слова в изолирующих языках, к которым относятся китайский и вьетнамский, состоят из отдельных слогов-морфем. Для того, чтобы записать иностранный топоним, его делили на слоги, к каждому из которых подбирали подходящее по звучанию слово, записываемое соответствующим иероглифом. В результате топонимы, процесс заимствования которых нельзя отнести ни к транскрипции, ни к транслитерации, во вьетнамском языке часто значительно отличались от их звучания в языке оригинала.

В эпоху французского колониального правления во Вьетнаме перешли на латинизированное письмо «куок нгы», постепенно вытеснившее иероглифическое из сферы государственного управления и образования. А после провозглашения независимости Вьетнама в 1945 г. письменность «куок нгы» стала единственной официальной письменностью Вьетнама. [Современный Вьетнам 2015: 35]. Исчезла и необходимость заимствовать топонимы через китайские иероглифы. Активно шёл процесс транскрибирования топонимов более приближенно к их звучанию в иностранном языке. Так столица США Вашингтон во вьетнамско-русском словаре 1961 г. обозначена как Ноа-thịnh-đồn, Австралия – Ёс, а Новая Зеландия – Tân Tây-lan [Вьетнамско-русский словарь 1961: 612-616]. А в словаре 1992 г. мы видим Oa-sinh-ton, Ô-xtrây-li-a, Niu Di-lan. [Глебова, Соколов 1992: 791].

В настоящее время во вьетнамском языке определились три основных вида написания иностранных топонимов. Наиболее употребительные сократились до одной морфемы: Anh/Англия, Pháp/Франция, Nga/Россия, Đức/Германия. Вторая

группа – топонимы, попавшие во вьетнамский язык через китайские иероглифы и сохранившие полное написание. В таком случае каждая морфема пишется отдельно и с заглавной буквы: *Thụy Điển*/ Швеция, *Thổ Nhĩ Kỳ*/ Турция. В третью группу входят топонимы, заимствованные путём транскрипции. В этом случае с заглавной буквы пишется только первая морфема, а все последующие через дефис: *Oa-sinh-ton*.

Интересно отметить, что в ряде случаев произошла замена топонима китайского происхождения на слово, более близкое по звучанию к языку оригинала, хотя фонетически новое слово не соответствует произносительным нормам вьетнамского языка. Так звук «п» не может быть инициальной вьетнамской морфемы, а звук «р» отсутствует в большинстве вьетнамских говоров. Поэтому ранее название столицы Франции «Париж» было записано и читалось *Va le*/ «Бале». Но впоследствии *Va le* было заменено на *Pa-ri*/ «Пари». *Lô-mã-ni*/ «Ломани» - Румыния теперь пишется *Ru-ma-ni*/ «Румани». [Тюменева 1977: 86].

Каждая морфема в изолирующих языках, к которым относятся китайский и вьетнамский, имеет одно или несколько значений. Но, используя как часть топонима, эта морфема десемантизируется. Таким образом одноморфемные топонимы лишены коннотаций, характерных для семантики данных морфем в их обычном употреблении. В качестве примера приведём названия нескольких стран: *Mỹ* / Америка, *Anh*/ Англия, *Đức* / Германия. Морфема *mỹ* переводится как «прекрасный», *anh* – «старший брат», *đức* – «нравственность». Но это не значит, что вьетнамцы считают Америку прекрасной страной, Германию – образцом высокой нравственности, а англичан – своими старшими братьями. Иероглифы для записи этих топонимов были выбраны в качестве своеобразной транскрипции как наиболее адекватно отражающие звучание исходного названия на иностранном языке.

В связи с переходом на латинизированное письмо «куок нгы» появилась возможность использовать транслитерацию для написания иностранных топонимов. Однако в средствах массовой информации до недавнего времени преобладала транскрипция. Это связано с особенностями вьетнамской фонетики и графики. Большая часть букв вьетнамской латиницы совпадает с буквами латинского алфавита. Но часть звуков записывается иначе. Наиболее характерный пример – буква *d* передаёт звук «з», а звук «д» передаёт буква *đ*. Оппозиция звука «с» на письме – латинская буква *x*; «ш» - *s*; «ф» - *ph*; «ть» - *ch*; «нь» - *nh*. М.А. Сюннерберг справедливо отмечает, что во вьетнамском языке имеются дополнительные, образованные при помощи различных диакритических знаков, буквы для обозначения не имеющих в европейских языках звуков. Диакритические знаки также передают тональную систему, аналога которой в европейских языках нет. [Сюннерберг 2014: 55]. Вьетнамская морфема может заканчиваться только на 8 согласных звуков: *p*, *m*, *nh*, *ng*, *c*, *t*, *r* и *ch*. В слогах с конечнослоговыми *c*, *t*, *r* и *ch* возможны только восходящий и резконисходящий тоны. На практике это означает, что для обычного вьетнамца прочитать не разделённое на слоги название географического объекта будет практически невозможно. Также будет затруднительно прочитать слоги с финалями *v*/ «в», *s*/ «с» или *g*/ «р». Поэтому при транскрибировании иностран-

ные топонимы должны быть вьетнамизированы: разделены на слоги с заменой в случае необходимости финалей и протонированы согласно нормам вьетнамской фонетики. Например, в слове «Афганистан» в первом слоге конечнослоговой «ф» был заменён на «п» и слог приобрёл восходящий тон: *Áp-ga-ni-xtan*.

В текстах по международной проблематике название страны может упоминаться как в полном, так и в сокращённом виде: США и Америка, Великобритания и Англия, Россия и Российская Федерация. Во вьетнамских текстах мы видим ту же картину. *Hợp chúng quốc Hoa Kỳ* - Соединённые штаты Америки, *Hoà Kỳ* - США, *Mỹ* - Америка; *Nga* – Россия, *Liên bang Nga* – Российская Федерация; *Trung Quốc* – Китай, *Cộng hòa nhân dân Trung Hoa* – Китайская Народная Республика; *Bi* - Бельгия, *Vương quốc Bỉ* - Королевство Бельгия. Часто при написании полного названия страны авторы используют акронимы: республика – *CH* (*cộng hòa*), демократический – *DC* (*dân chủ*), народный – *ND* (*nhân dân*). [Тюменева 2008: 204-209]. В некоторых случаях сначала указывается полное название страны, за ним в скобках – акроним, который затем повторяется в тексте: *Cộng hòa dân chủ nhân dân (CHDCND) Triều Tiên* – Коре́йская Народно-демократическая республика. Но чаще такого рода акронимы хорошо известны вьетнамской читающей публике, поэтому они даются без расшифровки: *CHND Trung Hoa* – КНР, *CH Síp* – Республика Кипр.

В последние годы в связи с развитием электронных СМИ набирает популярность четвёртый вид записи иностранных топонимов – полная транслитерация. Это явление можно объяснить тем, что виртуальное общение предполагает лишь визуальное получение информации, но не требует произнесения иностранного топонима вслух. В случае полной транслитерации название страны записывается с заглавной буквы без деления на слоги. В ряде случаев используются буквы латинского алфавита, которые отсутствуют во вьетнамском языке. Широкое распространение транслитерации именно в электронных СМИ можно объяснить также и тем, что авторы текстов, по всей видимости, предполагают, что пользователи Интернета хотя бы в минимальной степени владеют английским языком. Колумнист газеты «Народ» До Шон Хай в статье «Не заставляйте G20 решать 20 проблем одновременно» пишет: «...*Đông Á, Nga, Brazil* ...» В этой же статье мы видим «...*G20 đã hồi sinh bắt đầu từ hội nghị thượng đỉnh tại Washington*...». Транслитерацию применил автор и для Санкт-Петербурга: *St. Petersburg* [Đỗ Sơn Hải 2013]. Во вьетнамском алфавите нет букв *z* и *w*, тем не менее автор счёл приемлемым дать топонимы «Бразилия» и «Вашингтон» в оригинальной записи. Но даже владея иностранным языком, носитель вьетнамского вряд ли сможет правильно произнести не разделённое на слоги-морфемы заимствованное слово. Пример ответственного и уважительного отношения к своим читателям дан в материале Вьетнамского информационного агентства (ВИА), в котором иностранные имена собственные даны и в транслитерации и в транскрипции: *Vladivostok (Vla-đi-vô-xtốc)*, *Grigory Trofimchuk (Gri-gô-ri Tơ-rô-phim-trúc)*, *Valery Fedorov (Va-lê-ri Phê-đô-rốp)* [Chuyên gia Nga... 2017]. Однако во вьетнамских электронных СМИ такие примеры большая редкость.

Всё чаще во внешнеполитическом дискурсе встречается и такой оригиналь-

ный вид неофициального наименования географических объектов, как перифразы. Перифраз (или перифраза) – это название объекта при помощи описания. Нашу страну связывают с фитонимом «берёза», а вот Японию так же, как и в русском языке, – с восходом солнца. В статье «Потепление российско-японских отношений» её автор Тхатъ Ву пишет: «... lần đầu một nhà lãnh đạo “xứ Bạch Dương” thăm chính thức “đất nước Mặt trời mọc” trong 11 năm qua» (рус. «... впервые за 11 лет руководитель «края Берёз» посетил с официальным визитом «страну Восходящего солнца») [Thạch Vũ, 2016].

Между топонимом и географическим объектом, устанавливается тесная связь, основанная на определённых ассоциациях. Иногда это то, как выглядит страна на карте. В статье «Скрытая угроза» её автор пишет: «... “đất nước hình chiếc ủng” lại một lần nữa trở thành mối quan ngại của EU ...»/ (рус. «... «страна в форме сапога» вновь вызывает озабоченность у Евросоюза...») [Đông Dương 2016]. Таков стилистический вариант топонима «Италия». С тем, как выглядит страна на карте, ассоциируется и название Франции - “đất nước hình lục lăng” - страна в виде шестиугольника. «Chuyến thăm của các quan chức cấp cao Pháp diễn ra trong bối cảnh nhiều công ty đến từ “đất nước hình lục lăng” muốn đặt chân vào thị trường I-ran. (рус. «Визиты высших должностных лиц Франции происходят на фоне стремления многих фирм «страны шестиугольника» закрепиться на иранском рынке») [Bảo Ngọc, 2017]. С географическим положением тесно связан климат. Образ тумана лежит в названии Великобритании: “xứ sở sương mù” – «край туманов», «туманный Альбион» [Đông Dương, 2017]. В прессе также встречается и такое наименование Англии: “quốc đảo sương mù” – букв. «государство-остров туманов». Но в обоих названиях прослеживается метафоричность топонимического образа: «туманный».

Стилистический топоним часто опирается на экстралингвистические факторы, знания о мире, мнения, установки автора. Вьетнамцы испытывают дружеские чувства к Кубе, которая противостоит США в исключительно сложной политической и идеологической борьбе. Поэтому вполне логичным представляется выбор для этой страны перифраза «Hòn đảo tự do»- «Остров свободы» [Đức Anh, 2016]. Такой экстралингвистический фактор, как коррида, определил название Испании: “xứ sở bò tót” – «край быков» [Đông Dương, 2015]. Восточными сказками навеян образ Турции – «края ковра-самолёта»: “xứ sở thảm bay” [Thái Thanh, 2016].

Часто основой для выбора перифраза служат достопримечательности. Во всём мире известны египетские пирамиды. Именно они послужили мотивом выбора названия «страна пирамид», в котором читатель без труда узнаёт Египет: «Tổng thống Trăm ca ngợi khả năng “chèو lái” của Tổng thống Xi-xi trong giai đoạn đất nước Kim tự tháp gặp khó khăn» (рус. «Президент США Трамп похвалил президента Ас-Сиси за способность «рулить» страной в трудное для «страны пирамид» время») [Thanh Vân, 2017]. Камбоджа - «страна пагод и ступ»: «đất nước Chùa Tháp» [Đỗ Sơn Hải, 2015]. Слово «пагода» мы видим и в перифразе, выбранном для Мьянмы: “đất nước Chùa Vàng”- страна золотых пагод [Thạch Vũ, 2016]. И, наконец, стилистический топоним может быть простой расшифровкой названия

страны: «*quốc đảo Sư tử*» - букв. остров Льва – Сингапур [Thạch Vũ, 2016].

Приведённые выше примеры показывают, что употребление перифразы является стилистическим приёмом, позволяющим избежать повторения географического названия в тексте. Перифразы в основном выполняют характеризующую функцию, которая может быть мелиоративной (положительно-оценочной) или пейоративной (отрицательно-оценочной). Однако последняя во вьетнамском внешнеполитическом дискурсе практически не встречается. Обобщённо-символическая функция топонима и её особая разновидность – аллюзия реализуются авторами внешнеполитических текстов путём использования слов или словосочетаний, косвенно относящихся к определённым фактам культуры. В статье Тханг Лонга “*Khô tận sam lai*” (рус. беды пройдут и наступят счастливые дни) Греция упоминается как “*đất nước của các vị thần*” (рус. «страна богов») и “*xứ sở thần thoại*” (рус. «край мифов») [Thăng Long, 2017]. С помощью топонимических аллюзий автор подчеркивает связь греческой культуры с прошлым и настоящим современной Европы. Перифразы отражают типовые, в ряде случаев даже ошибочные, представления носителей вьетнамского языка о различных странах. Существует данные о том, что перифраз «*xứ cờ hoa*» (рус. край флага с изображением цветов») возник потому, что китайцы приняли яркие цветные полосы и звёзды, изображённые на американском флаге, за цветы [TẠI SAO LAI...].

Перифразы могут рассматриваться как источник дополнительной информации об объекте, которая не находит полного отражения топонимическими средствами. В статье «Щит от наводнений» её автор Дык Чунг пишет о Нидерландах, употребляя перифраз «*đất nước cối xay gió*» (рус. «страна ветряных мельниц») [Đức Trung, 2017]. Необходимость в появлении стилистических топонимов для отражения географического положения, мифологии, природных особенностей, обычаев, нравов и других свойств связана с тем, что информативность топонима с течением времени уменьшается и становится недостаточной в современных условиях.

В современной вьетнамской прессе широко представлена языковая карта политического мира. Топонимы отражают определённые представления вьетнамцев об образах зарубежных стран, обычаях населяющих их народов, взаимоотношения Вьетнама с различными государствами и цивилизациями. Со временем эти представления меняются, появляется необходимость фиксации новых лексических единиц, в том числе с помощью ресурсов метафоризации. Образ подчёркивает и передаёт те признаки географического объекта, через которые можно передать отношение авторов, вызвать у читателя целенаправленное восприятие фактов международной жизни. Это становится возможным с помощью синонимии, когда указывая на один и тот же объект, автор использует разные лексические единицы. Эмоциональность, экспрессивность, оценочность становятся необходимы авторам статей по внешнеполитической тематике для демонстрации своего отношения к изображаемым событиям, расширения читательского кругозора и даже навязывания читателю определённого видения мира.

В своём исследовании мы показали, что топонимы соотносятся с конкретным денотатом и могут быть нейтральными и стандартизированными. Наряду

с этим существуют их стилистически маркированные варианты – перифразы. В индивидуализирующее значение топонима входит некий минимальный набор наиболее существенных характеристик географического объекта. В большинстве случаев указание на примерное местоположение, климатические особенности, связь с историческими событиями, общественно-культурная значимость.

В настоящее время в практике преподавания вьетнамского языка существует необходимость разработки способов презентации топонимической лексики в учебных пособиях и принципов отбора и лексикографического описания топонимов в учебных целях. Потребуется специальная работа с ономастическим материалом при обучении переводу текстов по внешней политике, а также лингвострановедческое комментирование географических названий.

Список литературы

1. Вьетнамско-русский словарь // Гл. ред. И.М. Ошанин. М.: Государственное издательство иностранных и национальных словарей, 1961. – 616 с.
2. Глебова И.И., Соколов А.А. Вьетнамско-русский словарь. М.: Русский язык, 1992. – 792 с.
3. Современный Вьетнам. М.: ИД «Форум», 2015. – 366 с.
4. Сюннерберг М.А. Система вьетнамских имён и фамилий. М.: «Ключ-С», 2014. – 66 с.
5. Тюменева Е.И. Акронимизация как инновационный графико-стилистический приём современной вьетнамской прессы. // Традиционный Вьетнам. - Вып. 3. М.: 2008. – С. 204-209.
6. Тюменева Е.И. К вопросу о классификации фонетических заимствований во вьетнамском языке. // Вопросы языка и литературы. - Вып. 17. М.: МГИМО, 1977 – С.82-88.
7. Báo Ngọc. Ruộng hạn đón mưa rào // NDĐT, 15.03.2017: сайт. – URL: <http://www.nhandan.com.vn/thegioi/binh-luan/item/32312002-tho-nhi-ky-dinh-chi-quan-he-ngoai-giao-cap-cao-voi-ha-lan.html> (дата обращения: 12.01.2018).
8. Chuyên gia Nga đề cao vai trò «cầu nối» của Việt Nam giúp Nga xích lại gần ASEAN // QĐND, 09.11.2017: сайт. – URL: <http://www.qdnd.vn/thoi-su-quoc-te/su-kien/chuyen-gia-nga-de-cao-vai-tro-cau-noi-cua-viet-nam-giup-nga-xich-lai-gan-asean-523212> (дата обращения: 12.01.2018).
9. Đỗ Sơn Hải. Châu Á- Thái Bình Dương “mùa mưa bão” // NDĐT, 17.09.2015: сайт. - URL: <http://www.nhandan.com.vn/thegioi/goc-nhin-thu-hai/item/21225802-ch%C3%A2u-%C3%A1-th%C3%A1i-b%C3%ACnh-d%C6%B0%C6%A1ng-%E2%80%9Cm%C3%B9a-m%C6%B0a-b%C3%A3o%E2%80%9D.html> (дата обращения: 12.01.2018).
10. Đỗ Sơn Hải. Đùng bắt G20 giải quyết cùng lúc 20 vấn đề // NDĐT, 09.09.2013: сайт. – URL: <http://www.nhandan.com.vn/thegioi/goc-nhin-thu-hai/item/21168002-%C4%91%E1%BB%ABng-b%E1%BA%AFt-g20-gi%E1%BA%A3i-quy%E1%BA%BFt-c%C3%B9ng-1%C3%BAc-20-v%E1%BA%A5n-%C4%91%E1%BB%81.html> (дата обращения: 12.01.2018).

11. Đông Dương. Hồi chuông cảnh tỉnh. NDĐT, 27.01.2015: сайт. - URL: <http://www.nhandan.com.vn/thegioi/binh-luan-quoc-te/item/25453202-hoi-chuong-canhh-tinh.html> (дата обращения: 12.01.2018).
12. Đông Dương. Nguy cơ tiềm ẩn // NDĐT, 10.12.2016: сайт. – URL: <http://www.nhandan.com.vn/thegioi/binh-luan-quoc-te/item/31509802-con-duong-day-trac-tro.html> (дата обращения: 12.01.2018).
13. Đông Dương. Ở hai đầu nổi... lo // NDĐT, 29.03.2017: сайт. – URL: <http://www.nhandan.com.vn/thegioi/binh-luan-quoc-te/item/32447702-o-hai-dau-noi%E2%80%A6-lo.html> (дата обращения: 12.01.2018).
14. Đức Anh. Không thay đổi // NDĐT, 18.11.2016: сайт. – URL: <http://www.nhandan.com.vn/thegioi/chuyen-thoi-su/item/31303102-khong-thay-doi.html> (дата обращения: 12.01.2018).
15. Đức Trung. Giải pháp chặn lũ // NDĐT, 08/11/2017: сайт. – URL: <http://www.nhandan.com.vn/thegioi/chuyen-thoi-su/item/34644102-giai-phap-chan-lu.html> (дата обращения: 12.01.2018).
16. TẠI SAO LẠI GỌI MỸ LÀ HOA KỲ? // RELAX FUNNY: сайт. – URL: <http://www.relaxfunny.com/2014/10/tai-sao-lai-goi-my-la-hoa-ky.html> (дата обращения: 12.01.2018).
17. Thạch Vũ. Bước khởi động cho nền hòa bình // NDĐT, 05.09.2016: сайт. – URL: <http://www.nhandan.com.vn/thegioi/binh-luan-quoc-te/item/30601102-buoc-khoi-dong-cho-nen-hoa-binh.html> (дата обращения: 12.01.2018).
18. Thạch Vũ. Hợp tác vì chiến lược chung // NDĐT, 14.10.2016: сайт. - URL: <http://www.nhandan.com.vn/thegioi/binh-luan-quoc-te/item/30973502-hop-tac-vi-chien-luoc-chung.html> (дата обращения: 12.01.2018).
19. Thạch Vũ. Sưởi ấm quan hệ Nga - Nhật Bản // NDĐT, 17.12.2016: сайт. – URL: <http://www.nhandan.com.vn/thegioi/binh-luan-quoc-te/item/31576402-suoi-am-quan-he-nga-nhat-ban.html> (дата обращения: 12.01.2018).
20. Thái Thanh. Bài toán an ninh nan giải // NDĐT, 14.12.2016: сайт. - URL: <http://www.nhandan.com.vn/thegioi/binh-luan-quoc-te/item/31544102-bai-toan-an-ninh-nan-giai.html> (дата обращения: 12.01.2018).
21. Thanh Vân. Cài đặt lại” quan hệ đồng minh // NDĐT, 07.04.2017: сайт. – URL: <http://www.nhandan.com.vn/thegioi/ho-so-tu-lieu/item/32536102-%E2%80%9Ccai-dat-lai%E2%80%9D-quan-he-dong-minh.html> (дата обращения: 12.01.2018).
22. Thăng Long. Khó tận cam lai // NDĐT, 28.07.2017: сайт. - URL: <http://www.nhandan.com.vn/thegioi/binh-luan-quoc-te/item/33605102-%E2%80%9Ckho-tan-cam-lai%E2%80%9D.html> (дата обращения: 12.01.2018).

ВОЗНИКНОВЕНИЕ ТЕРМИНА «ЯЗЫКОВОЕ КЛИШЕ», ОПРЕДЕЛЕНИЯ, ОСНОВНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ

Ткачев Вячеслав Викторович

Аннотация: Данная статья посвящена исследованию термина «языковое клише», а также исследованию основных характеристик. Особое внимание уделяется рассмотрению языковых клише для установления надежных критериев, позволяющих выделить клише среди похожих образований.

В настоящее время лингвистика уделяет особое внимание проблеме стандартных структур текста, а именно фразеологизмам, поговоркам, пословицам, крылатым выражениям, моделям построения отдельных частей текста. Речевые клише являются группами слов, позволяющими образовывать текст. Понятие «речевое клише» нуждается в уточнении, ввиду существования неоднозначных определений в этой области.

Возникновение языковых клише было обусловлено исторически. Можно обратить внимание на серьёзные фундаментальные работы классиков или на простые сказки. Рассмотрев любые работы прошлого, можно встретить огромное количество разнообразных клише. Например, «common truth» - «прописная истина», «ugly duckling» - «гадкий утёнок», «beautiful swan» - «прекрасный лебедь». Стараясь задавать нормы языка, так необходимые в те времена, литературные деятели прошлых веков создали «клишированную» литературу.

Слово «стереотип» впервые появилось в печатном производстве. В типографиях с помощью специальных инструментов копировали изображения. Воспроизводили рисунки на полотнах или листах бумаги.

Иногда слово «стереотип» стало употребляться в переносном значении. Оно подразумевало различного рода банальности, отсутствие оригинальной точки зрения. Позднее оно даже стало употребляться пренебрежительно. Считалось, что из-за стереотипов литература потеряла оригинальность. Сегодня существуют стереотипы социальные и языковые. Социальные стереотипы изучает психология. Стереотип – это упрощённое представление о чём-либо, которое появилось не из своего собственного опыта, своеобразный эталон. Психологи понимают социальный стереотип, как простой образ тех или иных людей, событий, явлений, сформировавшийся при отсутствии или недостаточном количестве информации. Стереотип – это следствие обобщения собственных впечатлений и зачастую предвзятых отношений, имеющихся у общества. Языковые стереотипы и стереотипы социокультурные находятся в тесной связи, потому что культура обогащает лексику. Существуют этнические стереотипы – это обобщённые понятия о каких-либо нациях, о чертах их характера. Принято считать, что англичане очень педантичны, финны немногословны, немцы являются очень пунктуальными.

По мнению В.М. Артёмова стереотип – это «устойчивое, трудно поддающееся внешним влияниям отношение к однородным явлениям, фактам, людям и т. п., разделяемое целыми социальными группами», «стереотипы – это представление, выраженное словом или образом». Прочитированные определения являются

социально-психологическими. Языковые стереотипы лингвисты чаще называют «клише».

Слово «клише» также впервые появилось в печатном производстве, в типографиях. Ещё с 1865 года это слово использовалось для обозначения негатива. Слово «негатив» появилось в фотографии позднее. В дальнейшем также появилось и переносное значение. Слово клише стали использовать, когда речь шла о какой-либо банальной вещи или мысли, готовой идее или готовом представлении о чём-либо. К примеру, метафора, которая была некогда оригинальной, со временем всё чаще повторяется и становится клише. Клише – это понятие, относящееся к стилистике, стилю, как способу выражения. Это словно застывшее выражение.

Определения понятия клише весьма неоднозначны в различных источниках. Зачастую различными исследователями предлагаются противоположные суждения относительно сущности данного понятия.

Балли полагает, что: «это готовые обороты, нередко целые небольшие предложения... в результате слишком частого употребления они теряют всякую выразительность». Более поздние формулировки не слишком сильно отличаются от той, что приведена выше.

Суть их сводится к тому, что какое-либо выражение или какая-либо мысль становятся настолько банальны, что они будто специальные пластины в типографии, помогающие делать отпечатки, могут воспроизводить их сколько угодно раз. Избыточное употребление – вот что превращает популярную фразу в клише. Это могут быть метафоры, гиперболы, сравнения или же просто те или иные литературные образы. Порой люди произносят некоторые фразы не очень-то задумываясь о их смысле, происхождении. Это не что иное, как клише.

Английская электронная энциклопедия «Wikipedia» даёт определение «*cliche*» : «изречение, выражение или идея, некогда новая, но из-за чрезмерного употребления, потерявшая оригинальное значение».

Английский словарь «The free dictionary» даёт похожее определение: «выражение или идея, которая потеряла оригинальность и силу из-за чрезмерного употребления». Лингвист из Канады В. Залуски различает два варианта метафор-клише, разделяя их по оригинальности: метафоры-штампы (*cliche metaphors*), а также стандартные метафоры (*stock metaphors*). При чрезмерном употреблении метафоры-штампы превращаются в стереотипы, не выражают прежней экспрессии. Примером могут послужить следующие фразы : «*a heart of stone*» - «каменное сердце», «*green with envy*» - «позеленевший от зависти». Весьма экспрессивные некогда фразы со временем поблекли из-за избыточного употребления. Сегодня они уже не имеют прежней экспрессивной окраски. Стандартные метафоры также очень часто употребляются в речи и в письме. Хотя они отличаются от клише разительно. Они ещё не лишились своей выразительной окраски. Они всё ещё являются колоритными. Выражаясь иначе, они воздействуют на читателя. Примером может послужить следующая фраза: «*a ray of hope*» - «лучик надежды».

Схожие определения «клише» встречаются и в русской лингвистике. О.С. Ахманова считает, что клише – это : «избитое, шаблонное, стереотипное выражение, механически воспроизводимое либо в типичных речевых и бытовых контекстах, либо в данном литературном направлении, диалекте и т.п. ». По мнению

многих исследователей, клише является идиомой, которая потеряла образность и экспрессивность. Приобретая определённую форму, выражение словно застывает. Учитывая этот факт, можно полагать, что термин «штамп» порой соотносится с термином «клише».

В словаре-справочнике терминов Д.Э. Розенталь и М.А. Теленкова дают своё определение клише «...речевой стереотип, готовый оборот, используемый в качестве легко воспроизводимого в определённых условиях и контекстах стандарта... клише образует конструктивную единицу, сохраняющую свою семантику, а во многих случаях и выразительность». Опираясь на данное определение, можно заметить, что клише связано с конкретной ситуацией. Клише часто встречаются в ситуативно-связанных речах. Считается, что клише имеет устойчивую форму, которая воссоздаётся в готовом виде в определённых стандартных ситуациях. Чаще всего они являются краткими.

Итак, основными характеристиками клише являются: связь с определёнными конкретными ситуациями, устойчивая форма, воспроизведение в готовом виде, краткая форма, отсутствие выразительности, относительно частое употребление, принятие формы словосочетания или же короткого предложения. Многие зарубежные исследователи выделяют «ситуационные клише» как особую группу клише. Английские эквиваленты данному понятию: «set expression, set phrase, colloquial expression, locution». В русском языкознании тоже употребляются синонимичные термины: «речевые клише» и «речевые стереотипы». Употребления ситуационных клише зачастую обусловлены различными ситуациями. Они диктуются правилами хорошего тона и социальными традициями. Многократно используемые в тех или иных типичных ситуациях, ситуационные клише становятся необходимым обязательным элементом дискурса. Такого типа клише появляются в конкретных условиях речевого акта, в типичных контекстных ситуациях.

Иными словами, когда мы находимся в определённой ситуации, сама ситуация обуславливает воспроизведение определённой устойчивой фразы, клише. Определённые фразы зачастую ассоциируются с определёнными ситуациями. Например, - « Good luck» - «Удачи». Порой фразы такого рода воссоздаются нами в различных ситуациях общения совершенно автоматически. Иногда это простая вежливость, иногда ситуативные клише обязательно должны использоваться в определённой обстановке. Признаком клише данного вида может служить законченность. Они не добавляются в контекст, а являются самостоятельными. Ситуативное клише – завершённое высказывание. Разумеется, какие-либо слова могут быть добавлены к ним, но это вовсе не требование. Ситуативные клише являются законченными самостоятельными фразами и без добавления дополнительных слов. Обычно с течением времени к какой-либо ситуации привязывается одно или два ситуативных клише.

Изучая иностранный язык необходимо обращать особое внимание на установившуюся практику употребления ситуационных клише. Зачастую употребление ситуационного клише в речи побуждает собеседника использовать в ответе другое ситуационное клише. Изучение вышеупомянутого вида клише необходимо, чтобы суметь дать естественный ответ в обыденной ситуации. Существует ряд случаев, когда от собеседника ожидают клишированного ответа. Это может

быть телефонный разговор или предложение какого-нибудь угощения гостеприимными хозяевами или многие другие моменты. Повседневные ситуации требуют навыков повседневного общения, а это и обуславливает появление новых и новых ситуационных клише – стандартных ответов, готовых фраз. Разумеется, изучение ситуационных клише должно быть тесно связано с изучением культуры страны или группы стран, язык которой или которых рассматривается. Это необходимо, поскольку содержание такого типа клише может различаться по лексической нагрузке.

Сравнивая английскую и русскую культуру можно обнаружить как сходства, так и различия. Например, клише «Happy New Year» в английском языке является пожеланием счастья в новом году. Аналогичная фраза в русском языке «С Новым годом» является лишь поздравлением. В русском языке в ней отсутствуют пожелания счастья. Многие лингвисты также приписывают клише значения как у междометных, а не как у номинативных единиц. Это происходит из-за близкого эмотивного значения у междометий и ситуативных клише. Они вызывают однотипные эмоции у человека, который их воспринимает. Речевые клише могут делать упор на самый широкий спектр человеческих эмоций. А именно, недовольство, раздражение, удовлетворение. Не зная ситуацию употребления, зачастую нелегко выделить значение клише, поэтому в толковых словарях в качестве примера предлагается ситуация употребления. Прагматический характер клише – это одно из важнейших их свойств. Благодаря использованию клише, можно общаться в рамках принятых норм общения, принятых в обществе. Это позволяет реализовать цели коммуникантов. Для ситуационных клише характерно: использование их в определённых речевых контекстах, семантика реализуется в определённом контексте, они обладают эмотивным значением, которое сопровождается оценочным значением, употребление их ограничено несколькими стандартными речевыми ситуациями, они часто употребляются, имеют прагматический характер, имеют относительно краткую форму, и являются самостоятельными и полными высказываниями.

Обобщив данные, приведённые различными исследователями, следует отметить, что среди устойчивых по конфигурации, воссоздаваемых в сложившемся виде в продиктованных какой-либо ситуацией, можно выделить лексического уровня клише, которые выполняют номинативную функцию. Они имеют принадлежность к какому-либо уровню языка. Можно также выделить синтаксического уровня клише. Они могут быть соотнесены с речевыми единицами. Они решают коммуникативные задачи.

Список литературы

1. Ахманова О. С. Словарь лингвистических терминов. Энциклопедия. - М.: Наука. 1969 - 205 с.
2. Балли Ш. Общая лингвистика. М.: Высшая школа. 1961 - 365 с.
3. Розенталь Д. Е. Словарь-справочник лингвистических терминов. М.: Просвещение. 1976 – 148-149 с.

АНАЛИЗ РОССИЙСКОГО И ЗАРУБЕЖНОГО ОПЫТА КОУЧИНГА

Умитян В.А.,

магистр

ОЧУ ВО «Московская международная академия»

Согласно определению Международной федерации коучинга, «профессиональный коучинг – это непрерывное сотрудничество, которое помогает клиентам добиваться реальных результатов в своей личной и профессиональной жизни. Посредством процесса коучинга клиенты углубляют свои знания, улучшают свой КПД и повышают качество жизни. Обычно в поле коучинга выделяют три области: бизнес-коучинг, лайф-коучинг и коучинг как стиль управления. Бизнес-коучинг охватывает решение всех вопросов, связанных с повышением эффективности в рамках производственной, профессиональной деятельности, лайф-коучинг обычно связывают с важными персональными изменениями в жизни индивида. Еще одним отличием бизнес-коучинга является то, что в отличие от лайф-коучинга, заказчиком часто выступает не сам клиент коучинга, а представитель организации-работодателя. Коучинг как стиль управления представляет собой специальные навыки управленца, усиливающие мотивацию, ответственность и качество исполнения работников организации. В качестве одного из направлений бизнес-коучинга выделяют коучинг высших руководителей, или экзекьютив-коучинг (executive-coaching). С точки зрения представителей компании Шерпа Коучинг, США.

Характерные черты коучинга:

- состоит из серии диалогов между коучем и клиентом;
- предполагает предоставление обратной связи клиенту о его сильных и слабых сторонах, стиле, достижениях и проблемах и т.д.;
- предполагает, что клиент знает себя и может расширить это знание;
- решает конкретные, связанные с профессиональной деятельностью клиента вопросы;
- является недирективной формой развития, т.е. коуч не дает клиенту инструкций, а помогает ему самому найти решения;
- направлен на повышение результативности, развитие навыков и/или повышение мотивации;
- предполагает, что клиент является психически здоровым и не требует врачебной помощи;
- коучинговая программа имеет ограниченный срок.

В бизнес-коучинге заказчиком, как правило, является представитель организации, нанимающей коуча. Указанный представитель ставит своему сотруднику цели на коучинг и утверждает эти цели на трехсторонней встрече с сотрудником и коучем. По окончании проведенной работы также на трехсторонней встрече подводятся результаты работы коуча и сотрудника, их соответствие поставленным целям и задачам.

Рынок коучинга существует в России не первый десяток лет, однако участники до сих пор считают его формирующимся. Отношение к коучингу у простого человека тем временем колеблется между непониманием и недоверием. Вместе

с тем, сейчас мы наконец переходим из эпохи бесконечной битвы с непрофессиональным рынком в эру востребованности.

Основными тенденциями на рынке коучинга России эксперты называют рост объема сделок в корпоративном формате, специализацию коучей и расслоение рыночных сегментов. Новой тенденцией являются рост интереса к стратегическому и командному коучингу, замена традиционных форм обучения в корпоративном формате на групповой коучинг и рост спроса/предложения на супервизию среди коучей.

Среди исчезающих тенденций респонденты назвали уменьшение «всеядности» коучей, негативного отношения к коучингу и уменьшение сложностей с подбором коуча. Также были упомянуты снижение интереса к коучингу, как к технологии изменения организационного поведения. По мнению экспертов исследования рынок коучинга в России к 2021 году будет профессиональным, четко сегментированным по специализациям, коучинг будет интегрирован с другими подходами.

Ключевыми факторами успешной практики коуча эксперты назвали: репутацию, рекомендации и постоянное профессиональное развитие.

Согласно исследованию PriceWaterhouseCoopers объем мирового рынка коучинга в 2018 году составил 2,356 миллиарда долларов США. Международный рынок коучинга вырос за 5 лет на 19% в стоимостном выражении. За предыдущий период 2010-2014 рост был 33%

Количество коучей выросло на 11%. Их уровень среднегодового дохода на 6%. Как сопоставить эти показатели с данными российских исследований? Согласно опросу АРК в России практикует около 1000 профессиональных коучей. В мировом исследовании указано 53300 коучей во всем мире (по методологии учёта членства).

В течение следующего года три четверти участников опроса PriceWaterhouseCoopers (75%) ожидают увеличения дохода и количества клиентов. При этом 45% рассчитывают на повышение стоимости коуч-сессии и 63% на увеличение количества коуч-сессий. 53% респондентов не ожидают увеличения стоимости услуг. Мировой рынок коучинга оценивается экспертами в \$2,5 млрд. Из них, по мнению Андрея Королихина, на Россию приходится не более 2–3%, то есть в пределах \$75 млн. С учетом того, что 50% всех российских коучей работают в Москве и Петербурге, можно предположить, что на рынке Северо-Запада вращается порядка \$15 млн.

Согласно исследованию Ward Howell, в России коучинг используется для достижения следующих целей:

- решение конкретных бизнес-задач – 42%;
- поддержка переходов (работа с недавно повышенными сотрудниками или сотрудниками, которые могут быть повышены через некоторое время) – 29%;
- развитие сильных (работа с сотрудниками, которые показывают лучшие результаты/компетенции) – 25%;
- подтягивание отстающих (работа с сотрудниками, которые показыва-

ют средние или невысокие результаты/компетенции) – 4%.

По данным международных исследований, с 2006 года коучинг переориентировался с решения проблем на развитие лидеров. Так, если в 2006 году коучинг использовался примерно в равных долях для развития лидеров и для разрешения проблемных ситуаций, то в 2016 году коучинг используется более проактивно, для развития лидеров

В Америке коучинг – очень популярная тема. Все больше людей пользуются их услугами, и все больше людей становятся коучами. Специалисты по коучингу не дают советов, не проводят терапию. Они работают именно с мотивацией. Задают человеку темп и вектор движения для работы над собой. Задают такие вопросы, чтобы клиент сам находил ответы. Планируют вместе пошаговые действия и следят за их исполнением.

У коучей в Америке есть что-то вроде негласной цели. Многие люди там ходят к психологу, а коучи призывают всех ходить к ним. Потому что для решения большинства проблем нужен не врач, а мотиватор. Психология больше разбирает косяки прошлого, проблемы, которые идут из детства. Коучинг ориентирован на будущее и на позитив.

Опыт коучей в США может быть весьма полезен и для российских коучей.

Коучинг полезен для руководителей. Если менеджер видит потенциал в сотруднике, он может подтолкнуть его к росту правильными вопросами и мотивацией. Коуч помогает идти дальше своих лимитов. На нас накладывает свои рамки общество, культура, образование, воспитание. Появляются шаблоны, которые мешают нам делать больше, больше зарабатывать, достигать своих целей. Специалисты по коучингу помогают двигаться за пределы своих границ.

Групповой коучинг любят те, кто работает с командами. Он помогает людям сплотиться, лучше понять проблемы, с которыми сталкивается группа, и найти решения, который устроят каждого члена команды.

Одно из главных правил коучинга – чтобы было удобно. Если физические потребности не удовлетворены, работать с душевным состоянием не получится. Если в офисе плохая кухня и все голодные или нет воды чистой, или туалет через три этажа, то физические проблемы будут мешать работать со сплоченностью, командным духом и осознанностью.

В Америке визуализацию используют, чтобы быстро наладить контакт. «Ой, какие у тебя наушники прикольные», «Ой, какой у тебя кулончик красивый». Вы начинаете обсуждать кулон, а через пару минут уже решаете бизнес-вопросы собеседника. В коучинге такая зацепка используется не для того, чтобы расположить кого-то к себе, а для того, чтобы глубже проработать свое подсознание.

Главной тенденцией последнего времени специалисты считают бурное развитие внутрикорпоративного коучинга. Как поясняет Татьяна Алмазова, корпорации все чаще формируют внутри себя целые профильные отделы. «Плюс в том, что они работают без минимальной возможности утечки информации, – добавляет Андрей Королихин. – Это западная тенденция. Там услуги внешних коучей на 60% заменены внутренними. Другое дело, что это подходит для уровня линейного менеджмента и ниже, но не для руководителей. Внешний коуч обеспечивает неза-

интересованность в результатах, и он не скован рамками субординации».

По данным исследования Американской ассоциации менеджмента «Коучинг: Глобальное исследование успешных практик – текущие тренды и будущие возможности 2008-2018» 79% респондентов ответили, что используют коучинг для повышения личной эффективности и продуктивности; 63% – для развития и планирования лидерства; 60% – повышение уровня квалификации работников; 56% – повышение эффективности организации; 44% – разрешение организационных проблем; 41% – для повышения вовлеченности работников; 38% – чтобы уменьшить текучесть кадров; 26% – для повышения эффективности работников, чей супервизор (руководитель) проходит коучинг; 24% – для улучшения результатов набора персонала. Частота использования коучинга:

По данным Американской ассоциации менеджмента 52% компаний-респондентов используют коучинг на момент проведения исследования; из оставшихся 48% более трети (37%) североамериканских компаний и более половины (56%) международных компаний планируют внедрение коучинговых программ в будущем. Более половины (57%) компаний, которые используют коучинг, ответили, что используют коучинг в большем объеме, чем раньше. Исследование Ward Howell показало, что среди компаний, которые используют коучинг в России, 22% используют коучинг регулярно и системно, 58% – использовали несколько раз, в конкретных случаях, когда это было необходимо; у 20% респондентов – коучинг – это единичный или разовый продукт.

Согласно Исследованию приоритетов корпоративного обучения, проведенному в 2014 году бизнес-школой Хенли (Henley) индивидуальный и групповой коучинг является лидером среди инструментов развития для бизнеса, 83 % организаций намереваются использовать коучинг для этих целей. Королихин А.В. указывает, что растет спрос на коучинг для развития лидерства высшего руководства по сравнению с программами MBA, согласно Ridler Report 2013. Компании выбирают коучинг, поскольку он соответствует следующим критериям: сфокусированный индивидуальный подход (92%); обеспечивает индивидуальную готовность к изменениям (87%); подтвержденные результаты в изменении поведения (85%); более эффективно по затраченному времени (70%); правильный фокус на приоритетах организации (63%); преимущество в соотношении стоимость/ценность/результат (55%); способ стимулирования «нового» мышления (39%).

Большинство коучей используют различные инструменты диагностики для лучшего понимания своих клиентов. На первом месте – оценка на 360 градусов, на втором месте – оценка эмоционального интеллекта, далее в порядке убывания: опросник Майерс-Бригс (определение личностного стиля), опросник, выявляющий сильные стороны, опросник DISC (2014 г.). Согласно исследованию Американской ассоциации менеджмента (2008 г.), также самым популярным видом диагностики (61%) является оценка на 360 градусов.

Эксперты сходятся в том, что, хотя времена дикого рынка уже миновали, по–настоящему цивилизованным его пока называть рано.

«К сожалению, серой пены по–прежнему довольно много, – констатирует Александр Савкин. – В крупных городах ситуация еще нормальная, но когда

посмотрим за Урал... Там работают такие «специалисты», что если после них приходишь предлагать проект, то в ответ слышишь: «Да не дай Бог, были тут коучи...».

Решить проблему пытаются с помощью введения профессионального стандарта на государственном уровне. Стандарт уже оказал позитивное влияние на рынок, сплотив его участников. После того как он будет принят, должны произойти дальнейшие подвижки. Помимо повышения общей трудовой дисциплины немаловажным считается возможность записывать профессию «коуч» в трудовых книжках. Это особенно актуально для внутренних коучей компаний, которых сейчас, как правило, устраивают на позиции консультантов, сотрудников отдела обучения и так далее.

Можно назвать следующие тенденции в коучинге в 2019-2022 гг.:

Безработица будет расти, за исключением высокотехнологичных квалифицированных специалистов. Высокотехнологичные рабочие места будет трудно заполнить, в то время как для большинства остальных специалистов безработица будет высокой. Кроме того, менее квалифицированные и опытные коучи будут выпадать.

Конфликты между Бэби-бумерами и Миллениалами. Миллениалы (поколение родившихся после 1981 года) все больше будут вступать в ряды рабочей силы, заменяя поколение Бэби-бумеров (дети, рожденные в 1943–1963 годах). Опыт и новые идеи и ценности разных поколений будут конфликтовать. Коучинг будет использоваться для разрешения конфликтов и подготовки нового руководства.

Коучинговые навыки будут широко распространены. Менеджеры, руководители, учителя будут обладать коучинговыми компетенциями.

Высшие учебные заведения станут важным звеном в подготовке профессиональных коучей. Коучи будут иметь дипломы государственного образца, а цена обучения будет расти.

Преимущественно проведение коучинговых сессий и обучение коучингу будет осуществляться онлайн. Снизится количество сессий оффлайн. Кроме того, продолжительность коучинговых сессий будет сокращаться до несколько минут и работа будет четко сфокусирована на конкретном запросе.

Расширятся научные исследования по коучингу. Научные исследования эффективности коучинга будут расти, как и инвестиции в проведении исследований.

Коучинг без границ будет наиболее распространенным. С ростом глобализации экономики и развитием технологий, коучи и менеджеры будут работать по всему миру. Поэтому языковые навыки и осведомленность в культурных особенностях разных стран будут пользоваться большим спросом.

Ожидается, что коучи будут иметь своих менторов и супервизоров. Ожидается, что коучи будут следовать законодательным требованиям, включая постоянный менторинг или супервизию для оценки компетенций и опыта коучей. Менторы и супервизоры будут сертифицированы.

Согласно Одиннадцатому годовому исследованию коучинга руководителей, проведенному компанией Шерпа Коучинг, большинство компаний используют для оценки результативности коучинга опрос на 360 градусов (29%); оценку

общей удовлетворённости и соблюдения договорённостей (22%), отчёт о деятельности коуча (16%). Наибольшую популярность опроса на 360 градусов для оценки результатов коучинга также показывают другие исследования.

Исследование компании Шерпа Коучинг (2016 г.) показало, что респонденты в качестве результата коучинга видят следующее:

- управление изменениями;
- создание роста;
- повышение эффективности;
- создание доверительных отношений между сотрудниками;
- эффективное планирование.

В настоящее время по всему миру насчитывается примерно 53300 практикующих коучей и 10900 коуч-компетентных менеджеров по данным Международной федерации коучинга; наибольшее количество коучей и коуч-компетентных руководителей — 33% от общей численности — работает в Западной Европе, ещё 32% — в Северной Америке. Для сравнения, в 2011 г. во всем мире действовало 47500, а в 1999 году - 2100 профессиональных коучей по данным Международной федерации коучинга. Количество коучей в Восточной Европе в 2016 году оценивается в 4500 человек, количество коуч-компетентных руководителей – 1500 человек.

По данным экспертного опроса Рабочей группы «Профессиональный стандарт «Коуч» (2014 г.) в Российской Федерации в сентябре 2013 года практиковали 1000 профессиональных коучей. То есть Россия по количеству коучей отстает от мировых среднерыночных стандартов на 3 порядка в соответствии с международным критерием оценки плотности коучей. По оценкам исследователей глобальный доход от продажи услуг коучинга в 2015 находился на уровне 2,356 млрд долл., что на 19% больше по сравнению с оценкой 2011 г. В Восточной Европе в 2015 г. рынок коучинга оценивается ISF в 70 млн. долл., прирост с 2011 года составляет 1,4%.

Согласно исследованию Американской ассоциации менеджмента к 2018 году потребность в коучах будет продолжаться увеличиваться; коучинг высших руководителей созреет как самостоятельная отрасль; появятся дополнительные барьеры для входа в эту профессию; появятся профессиональные коучи для руководителей среднего звена; коучинг будет все больше использовать информационные технологии. По оценкам российских экспертов 2014 года, диапазон роста рынка коучинга в России по может составить от 30 до 300% за ближайшие пять лет.

Рынок коучинга в России станет более дифференцированным по направлениям и по запросам целевых аудиторий. Появятся явно выраженные узкие специализации, будут более серьезные требования к специалистам этой профессии. Будет больше специализации, появится группа лидеров рынка – до 50 человек, откроются новые направления, связанные с повышением квалификации коучей – школы менторов и супервизоров, будет больше мастер-классов от мастеров коучинга. В большинстве консалтинговых компаний появится услуга «коучинг». Станет больше внутренних коучей в компаниях.

Клиенты – физические лица будут чаще обращаться за услугами карьерного и лайф-коучинга. Начнется внедрение коучинговых технологий в государственных структурах и в системе образования. Будет больше онлайн-овых и дистанционных продуктов. В Российской Федерации в течение последних трех лет разрабатывается и проходит общественное обсуждение профессиональный стандарт «Коуч». После этого профессиональный стандарт будет передан в Министерство труда и социальной защиты Российской Федерации для экспертизы и утверждения.

Список литературы

- 1.Ковалев В.И. Хатимлянская К. А. Коучинг как инновационный стиль менеджмента персонала в современном глобализированном обществе Интернет-журнал «Науковедение» <http://naukovedenie.ru> Том 7, №6 (ноябрь - декабрь 2015) (<http://naukovedenie.ru/PDF/142EVN615.pdf>)
- 2.Королихин А. В. Рынок коучинга в России и за рубежом: статистика и тенденции развития Организационная психология. 2014.Т. 4. № 1.
- 3..Мелия М. Адекватное позиционирование коуч-консультанта в свете трехмерной модели «значимого другого» А. В. Петровского Развитие личности, № 2 – 2014, С. 159-172
- 4.2016 ICF Global Coaching Study [Электронный ресурс] (<http://coachfederation.org/2016study>)
- 5.Association For Coaching UK Coaching Viewpoint 2014
- 4.2016 ICF Global Coaching Study [Электронный ресурс] (<http://coachfederation.org/2016study>)
- 5.Association For Coaching UK Coaching Viewpoint 2014
- 5.Coaching: A Global Study of Successful Practices - Current Trends and Future Possibilities 2008-2018 by the American Management Association [Электронный ресурс]
- 6.(<http://www.opm.gov/WIKI/uploads/docs/Wiki/OPM/training/i4cp-coaching.pdf>)

GR-КОУЧИНГ В РОССИЙСКОЙ ПОЛИТИКЕ И БИЗНЕСЕ

Умитян В.А.,

магистр

ОЧУ ВО «Московская международная академия»

Как показывает мировая практика, технологии GR-коучинга эффективны во всех сферах человеческой жизнедеятельности. Успешно он стал развиваться в России. Необходимо разобрать это более подробно.

Если опираться исключительно на понимание термина GR как связь с правительственными органами, то можно прийти к мнению, что задействованы исключительно органы исполнительной власти, а именно министерства и аппарат правительства. Но следует понимать, что используются и муниципальная власть и государственная.

Главной миссией GR является формирование взаимного доверия между бизнесменами, представляющими коммерческую сферу и представителями государственного управления, представляющих политическую. Это требуется для получения взаимовыгодного результата, полезного обществу. GR менеджмент приобретает новое качество и новые возможности во взаимодействии государства и частных корпораций, потенциально обеспечивая цивилизованную и правовую оптимизацию интересов политических и экономических субъектов.

Важно подчеркнуть, что результативность GR может быть достигнута только благодаря эффективному применению и реализации GR-технологий. Поэтому понятия «GR» и «GR-технологии» неразрывно связаны друг с другом.

Если рассматривать понятие «GR-технологии» как совокупность методов и процессов, используемых в GR-деятельности, направленных на выстраивание отношений между различными общественными группами такими как бизнес-структуры, профсоюзы, добровольческие организации и органы государственной власти, то можно прийти к выводу, что GR это феномен больше направленный на коммуникацию, чем на развитие любого из этих объектов в частности.

Существует 5 основных видов GR-технологий, наиболее часто применяемых специалистами в своей деятельности: для осуществления прямого диалога с органами государственной власти; участия в экспертных советах; медиа-рилейшнз; корпоративной социальной ответственности и поддержке политической деятельности. Они требуют более детального рассмотрения.

Прямое взаимодействие с органами государственной власти подразумевает участие GR-специалиста в обсуждении вопросов их интересующих совместно с данными представителями. Предполагает наличие эффективных каналов GR-коммуникации и включает в себя:

- непосредственные персональные контакты с представителями органов власти;
- выступления на саммитах, форумах, слушаниях;
- предоставление законодателям информации по интересующему их вопросу, экспертное участие в комитетах, комиссиях, советах и т.д.;

- неформальные встречи на светских, культурных и просветительских мероприятиях и т.п.

Воздействие на лиц, принимающих решение через экспертное сообщество, предполагает участие GR-специалистов в экспертных советах и т.п. Предоставление экспертной информации - один из самых распространенных способов взаимодействия с органами власти. Сюда относится привлечение известных специалистов из разных отраслей в качестве экспертов по спорным вопросам. Привлечь специалистов можно до начала выпуска нового продукта или презентации новой инициативы, если есть необходимость привлечь внимание представителей государственных органов и общественности на актуальную проблему, а также в период продвижения проекта на форуме, симпозиуме, пресс-конференции [3].

Эксперты часто выступают в качестве универсальных лидеров того или иного мнения, способных с помощью СМИ эффективно влиять на общественные взгляды.

Корпоративная социальная ответственность подразумевает под собой общность, направленную на использование интересов общества организациями для осуществления государственной деятельности. Принимая тем самым на себя ответственность за влияние их деятельности на заказчиков, поставщиков, работников, акционеров, местные сообщества и прочие заинтересованные стороны общественной сферы. При таком положении дел, обязательство выходит за рамки закона. Организации должны добровольно принимать дополнительные меры для повышения качества жизни работников и их семей, а также местного сообщества и общества в целом.

Представителями корпоративной социальной ответственности являются проекты государственно-частного партнерства. Обычно, в ходе реализации такого проекта устанавливаются доверительные отношения личного характера, что предоставляет компании хороший шанс продемонстрировать компетентность и профессионализм, укрепить положительный имидж.

Одной из главных задач GR-технологией являются медиа-релейшнз. Средства массовой информации играют важную роль в GR-коммуникациях, так как формируют общественное мнение не только у рядовых граждан, но и у таких приоритетных групп, как политическая элита. Соответственно, сформированное общественное мнение влияет на принятие политических решений представителями государственной власти [2].

Поддержка политической деятельности - распространенная GR- технология. Она может выражаться в виде технической, информационной и волонтерской поддержки политиков во время выборов, подключения экспертов и лидеров мнений, а также бесплатного медийного тренинга для кандидатов.

Другим видом поддержки стали «мягкие деньги». Крупные нерегламентированные пожертвования на нужды партии, ставшие одной из самых противоречивых форм косвенного лоббирования в девяностых годах, в период, когда юридические и частные лица могли спонсировать деятельность политических партий.

Ориентируясь на российскую специфику применения GR-технологий, отметим, что освоение цивилизованных GR-технологий в развитии взаимоот-

ношений бизнеса и государства в современной России будет способствовать их прозрачности, открытости, легальности, подконтрольности обществу, а значит увеличению социальных благ и демократизации жизни общества.

Одним из эффективных методов установления действенных взаимосвязей между бизнес-структурами и государственной властью являются GR-форумы.

Зачастую, деятельность экономических форумов, прежде всего, направлена на развитие партнерства политической элиты и бизнес-элиты, принятии взаимовыгодных решений в условиях динамично меняющегося мира. Форумы представляют собой переговоры между властью и бизнесом, способствующих информационному обмену, который соответствует интересам и ожиданиям партнеров, выявлению узких мест сотрудничества. Зачастую проводимые форумы имеют статус региональных. На подобных форумах вырабатываются стратегии развития региона, совершенствования правовой базы для привлечения инвестиций и улучшения его инфраструктуры. В рамках некоторых форумов проходит обсуждение проблем в масштабах страны. Так, можно полагать, что благодаря проведению подобных форумов появилась возможность для анализа GR- активности бизнеса и власти в рамках новых каналов коммуникации, дифференциации между собой.

Если опираться исключительно на понимание термина GR как связь с правительственными органами, то можно прийти к мнению, что задействованы исключительно органы исполнительно власти, а именно министерства и аппарат правительства. Но следует понимать, что используются муниципальная власть и государственная.

Лоббизм же выступает только в рамках использования GR технологий как коммуникативного средства для налаживания отношений бизнеса и власти, но из-за избирательности чиновников лоббизм становится определением коррупции и теневых сделок.

GR направлен на установку ценностей гражданского общества и демократии. В России эту роль принимает на себя Общественная палата.

Главной миссией GR является формирование взаимного доверия между бизнесменами и представителями государственного управления, представляющих коммерческую и политическую сферы, для получения, как взаимовыгодного и результата полезного обществу. GR менеджмент приобретает новое качество и новые возможности во взаимодействии государства и частных корпораций, потенциально обеспечивая цивилизованную и правовую оптимизацию интересов политических и экономических субъектов.

Важно отметить, что результативность GR может быть достигнута, как и во многих других методиках, исключительной точностью выполнения инструкций. Для этого GR и GR- технологии необходимо понимать, как одно целое. Если углубиться в специфику GR- технологий, то можно понять, что существует множество исследователей, которые по-разному подходили к вопросу разработки GR. В связи с этим, технологий огромное множество и каждая подходит под определенную ситуацию или тип личности человека.

Если рассматривать понятие «GR-технологии» как совокупность методов и процессов, используемых в GR-деятельности, направленных на выстраивание от-

ношений между различными общественными группами такими как бизнес-структуры, профсоюзы, добровольческими организациями и государственной властью. То можно заметить, что сотрудничество этих организаций между собой ведет к процветанию государства и решению конфликтов.

Например, если будут взаимодействовать профсоюзы и государство посредством GR, то могут решиться проблемы, связанные с нарастанием общего недовольства работников из-за уровня заработной платы, некачественными условиями труда, которые влияют на исполнение обязанностей. А продуктивное общение поможет не только решить проблемы рабочих, но и повысить уровень их продуктивности, который делает предприятие более эффективным и конкурентоспособным.

Если рассматривать сотрудничество общественных организаций и государства, то здесь можно повысить уровень социальной ответственности граждан перед государством и возвращать гражданское общество. Таким образом законодотворчество можно будет сделать более эффективным и обеспечить демократизацию страны.

Рассматривая отношения государства и бизнеса, то как уже не раз сказано, это вариант сотрудничества, чья польза имеет конкретный осязаемый результат. Это и экономический уровень, за счет продвижения отечественной продукции за границу. Здесь сразу два положительных влияния: 1 - поддержка отечественного производителя и 2 - получение заказов на экспорт.

Сотрудничество имеет большую эффективность, если бизнесмены сами могут бороться за внимание государства. В противном случае есть риск монополизации экономики и банкротство малого и среднего бизнеса. Ведь малый и средний бизнес должен существовать для создания конкурентной среды. Именно из-за это может расти уровень и качество производства. А если на рынке будут исключительно монополисты, то качество продукции рискует снизиться, а цена возрасти из-за отсутствия конкуренции и повышенного спроса на товар.

Корпоративная социальная ответственность подразумевает под собой общность, направленная на использования интересов общества организациями для осуществления государственной деятельности, принимая на себя ответственность за влияние их деятельности на заказчиков, поставщиков, работников, акционеров, местные сообщества и прочие заинтересованные стороны общественной сферы. При таком положении дел, обязательство выходит за рамки закона, не соблюдая обязательства честно представлять законодательство и предполагает, что организации добровольно принимают дополнительные меры для повышения качества жизни работников и их семей, а также местного сообщества и общества в целом.

Одной из главных задач GR-технологией являются медиа-релейшнз. Средства массовой информации играют важную роль в GR-коммуникациях, так как формируют общественное мнение не только у рядовых граждан, но и у таких приоритетных групп, как политическая элита. Соответственно, сформированное общественное мнение влияет на принятие политических решений представителями государственной власти.

Поддержка политической деятельности – распространенная GR- технология. Она может выражаться в виде технической, информационной и волонтерской поддержки политиков во время выборов, подключения экспертов и лидеров мнений, а также бесплатного медийного тренинга для кандидатов.

Другим видом поддержки стали «мягкие деньги», крупные нерегламентированные пожертвования на нужды партии, ставшие одной из самых противоречивых форм косвенного лоббирования в девяностых годах, в период, когда юридические и частные лица могли спонсировать деятельность политических партий.

Ориентируясь на российскую специфику применения GR-технологий, отметим, что освоение цивилизованных GR-технологий в развитии взаимоотношений бизнеса и государства в современной России будет способствовать их прозрачности, открытости, легальности, подконтрольности обществу, а значит увеличению социальных благ и демократизации жизни общества.

Деятельность экономических форумов, прежде всего, направлена на развитие партнерства политической элиты и бизнес-элиты, принятии взаимовыгодных решений в условиях динамично меняющегося мира. Форумы представляют собой переговоры между властью и бизнесом, способствующих информационному обмену, который соответствует интересам и ожиданиям партнеров, выявлению узких мест сотрудничества. Зачастую проводимые форумы имеют статус региональных. На подобных форумах вырабатываются стратегии развития региона, совершенствования правовой базы для привлечения инвестиций и улучшения его инфраструктуры. В рамках некоторых форумов проходит обсуждение проблем в масштабах страны. Так, можно полагать, что благодаря проведению подобных форумов появилась возможность для анализа GR- активности бизнеса и власти в рамках новых каналов коммуникации, дифференциации между собой.

Стоит отметить привлекательность форумов для инвесторов. Приоритетом для участников является не статусность площадки, а эффективность экспертного взаимодействия. На сегодня формат форумов скорее предполагает формулирование проблем и экспертных рекомендаций, которые по итогам работы передаются в правительство для рассмотрения и учета в работе. Безусловно, президент России, В.В. Путин, являясь непосредственным участником подобных мероприятий, ясно дает понять бизнес-сообществу, что власть отводит экономическим форумам важную роль. Можно с уверенностью отметить, что это наглядный пример двусторонней GR-коммуникации, столь необходимой для совершенствования отношений между государством и обществом для развития государственно-частного партнерства [4].

Так, экономические форумы, являясь наглядным примером GR- технологий, в перспективе сыграют важную роль в формировании прогрессивных GR-коммуникаций.

Подробно рассмотрено применение GR-технологий, характеризующих практику GR-деятельности России. Сделан вывод об актуализации GR-деятельности в системе взаимоотношений государства, бизнеса и общественных организаций. В рамках мирового пространства для практики России GR-деятельность является необходимой.

Таким образом, потенциал GR заключен в комплексном использовании бизнесом интегрированных технологий, как уже известных в России: связи с общественностью, лоббирование, маркетинг, анализ и прогноз, принятие решений и др., так и новых: организация переговорных площадок бизнеса и власти во время экономических форумов, политического и бизнес-консалтинга и др., которые в своей совокупности придают новое качество диалогу бизнеса и власти современной России.

Список литературы

1. Harris, «Coaching: Personal Growth and Success», / S-Pb .: Speech, 2003.
2. Хамаганова, С. Мы все друг другу должны быть коучи, если хотим выжить на земле / С.Хамаганова, Е. Дубова // Управление персоналом. - 2003. - №2.
3. Коннова, Е. Что такое коучинг для бизнеса? / Е. Коннова, А. Огнев // Управление персоналом. - 2003. - №2.
4. Истратова, О. Н. Справочник психолога-консультанта организации: справ. изд. / О. Н.Истратова, Т. В. Эксакусто. - 2-е изд. - Ростов н/Д: Феникс, 2014.

ИНВЕСТИЦИОННАЯ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ СТРОИТЕЛЬНОГО БИЗНЕСА

*Фирсанов С.М.,
магистр*

ОЧУ ВО «Московская международная академия»

Строительная отрасль, не смотря на экономические трудности, долгое время является одной из самых стабильных и динамичных отраслей в российской экономике. По данным Росстата в 2017 году доля отрасли строительства в ВВП страны увеличилась до 5,74%. Отрасль демонстрирует опережающие, по сравнению с экономикой страны, темпы. Так ВВП РФ в 2017 году увеличился только на 6,8% (в текущих ценах), а валовая добавленная стоимость по отрасли «Строительство» увеличилась на 7,3%.

Несмотря на то, что в разные периоды отрасль испытывала подъёмы и спады, «Строительство» остаётся одним из наиболее привлекательных направлений инвестирования для частного капитала и крупного бизнеса, это обусловлено существенными объемами ветхого жилого фонда (по итогам 2017 года аварийный жилищный фонд составляет 24,6 млн. кв.м), недостаточной обеспеченностью жильем населения страны, слабым развитием дорожной сети и сопутствующей инфраструктуры, изношенностью коммуникаций.

Строительство — вид экономической деятельности, который занимает шестое место в структуре ВВП России по итогам 2017 год и создает значительную часть добавленной стоимости, производимой в стране продукции. Его вклад в экономику государства более 5,7 %, что в денежном эквиваленте составляет 5,3 трл. рублей.

Строительный сектор является двигателем более чем 10 других смежных секторов экономики, на долю которого приходится 3-5% ВВП России. Данный факт притягивает большое количество игроков на рынок, что делает процесс принятия решений по привлечению инвестиций очень важным шагом для развития предприятий. При оценке факторов, влияющих на инвестиционную привлекательность малых предприятий в строительном бизнесе, учитываются общие факторы, которые не дают полную картину для оценки.

Инвестиционная привлекательность – это совокупность объективных и субъективных характеристик объекта инвестирования, обуславливающих в совокупности потенциальный платежеспособный спрос на инвестиции в данную отрасль или предприятие.

На современном этапе сформировались следующие методы оценки инвестиционной привлекательности организаций:

1. Оценивают финансовую и хозяйственную стороны деятельности предприятия и его конкурентоспособность;
2. Оценивают потенциал инвестирования и все риски инвестирования;
3. Опирается на оценку стоимости предприятия.

При этом каждому из методов присущи как достоинства, так и недостатки. Помимо этого, пределы применения методов различны. Для того,

чтобы инвестиционная привлекательность предприятия была более объективной, необходимо в расчетах использовать как можно большее количество методов для ее оценки.[1]

Оценка инвестиционной привлекательности организации включает:

- характеристику технической базы предприятия;
- номенклатуру продукции, выпускаемой предприятием;
- максимально возможный выпуск продукции за единицу времени в натуральном выражении в установленной планом номенклатуре и ассортимента, т. е. мощность производства;
- уровень монопольности предприятия, его место на рынке;
- характеристику системы управления;
- уставный фонд, суммирующийся из вкладов учредителей хозяйствующего субъекта для обеспечения его жизнедеятельности;
- структуру затрат на производство – совокупность затрат материальных средств и необходимого труда, показывающее стоимость производства продукции на конкретном предприятии;
- подсчет конечного финансового результата деятельности предприятия;
- оценку финансового состояния предприятия.

Основной характеристикой инвестиционного процесса является состояние его инвестиционной привлекательности. Необходимо оценить инвестиционную привлекательности предприятия с экономической стороны, опираясь на следующие задачи:

- уровень перспективности развития отрасли. Учитывают устойчивость предприятия к экономическому спаду, социальную значимость отрасли, обеспеченность собственными финансовыми ресурсами;
- уровень среднеотраслевой рентабельности деятельности предприятия;
- повышение экономических систем инвестиционной привлекательности и их социально-экономическое развитие.

Наличие инвестиционного ресурса – один из главных факторов инвестиционной привлекательности.

Для решения указанных задач на предприятии необходимо внедрять новейшие технологии производства, приобретать современное оборудование, отвечающие самым последним мировым стандартам, привлекать специалистов из других стран для перенимания опыта чтобы повысить качество продукции, искать новые пути выхода на торговые площадки. Продукция должна удовлетворять конкретный спрос.

Процесс инвестирования в строительные предприятия и жилищно-коммунальное хозяйство характеризуется:

- отсутствием конкуренции со стороны предприятий, которые являются получателями инвестиций;
- невысокой информационной прозрачностью;
- использованием публично не раскрытой служебной информации предприятия, которая в случае ее раскрытия, способна повлиять на рыночную стоимость ценных бумаг предприятия.

Методы оценки эффективности инвестиционной привлекательности по виду управляющих субъектов отражают:

- экономическую эффективность, учитывающую интересы народного хозяйства и участвующих в реализации проектов отраслей;
- коммерческую эффективность, как соотношение экономических затрат и результатов для проектов в целом и для конкретных вкладов отдельных участников;
- бюджетную эффективность, которая показывает влияние проекта на уровень доходов и расходов бюджетов различных уровней.

Предприятия со средним уровнем инвестиционной привлекательности имеют активную маркетинговую политику, чтобы эффективно использовать имеющийся потенциал. Причем, если управление ориентировано на рост стоимости, то предприятие имеет стойкое положение на рынке. Если же факторы формирования стоимости не учитываются, то такие предприятия имеют низкую конкурентоспособность.

Предприятия с низким уровнем инвестиционной привлекательности не являются востребованными, так как вложенные инвестиции не приносят доход. Таким предприятиям необходимы изменения в системе управления, переориентация производства на удовлетворение потребностей рынка сбыта.

Потенциального инвестора заинтересует тенденция изменения динамики инвестиционной привлекательности предприятия. Знание тенденций означает готовность к любым затруднениям, способность принятия решений по стабилизации производства, использование момента роста показателя инвестиционной привлекательности для привлечения новых инвесторов.

В настоящее время строительные предприятия в РФ работают в режиме высокой конкуренции и ограниченности ресурсов. Поэтому необходимо оперативно реагировать на все изменения, происходящие во внешней политической и экономической среде своевременно усовершенствовать и грамотно управлять производством. Развитие, которое можно проконтролировать – главный фактор успешности любой организации вне зависимости от ее организационно-правовой формы и поля деятельности. Для развития организациями необходимы инвестиции.

Инвестиции необходимы для получения наибольших выгод и прибылей от производства и, как следствие, содействуют решению ряда социально-экономических проблем. Необходимо отметить, что мировой экономический кризис и санкции, коснувшиеся России, значительно уменьшили размеры доступных инвестиций, а нужды в них со стороны отечественных строительных организаций достаточно велики. Как результат, потенциальные инвесторы увеличили требования к предприятиям, которым необходимы инвестиции. Основным требованием для финансирования таких предприятий стал необходимый уровень инвестиционной привлекательности. Также необходимо обоснование и мотивация для инвесторов.

На инвестиционную привлекательность отрасли могут оказывать влияние различного рода факторы. В качестве основных можно назвать следующие:

- наличие кадрового потенциала;

- развитие финансовой среды;
- экологическая безопасность;
- уровень развития инфраструктуры;
- макроэкономические показатели и др..

Инвестиционную привлекательность также определяют внутренние факторы, в качестве которых выступают конкретные результаты работы предприятия. Именно внутренние факторы являются объектом управления, такие как:

- финансовое состояние предприятия, которое может быть оценено с использованием следующих критериев: показатели финансовой устойчивости, показатели ликвидности и платежеспособности, показатели рентабельности, показатели деловой активности;
- организационная структура предприятия также может оказывать существенное влияние на инвестиционную привлекательность предприятия. Особенно это связано со структурой акционеров, наличием госуправления и др.;
- уровень инновационной деятельности предприятия;
- степень дифференцированности производимой продукции и др.

В строительном бизнесе, для данной отрасли экономики характерны свои факторы, которые влияют на инвестиционную привлекательность:

уровень конкуренции
 количество компаний, действующих на рынке
 динамика развития отрасли
 объем строительства
 объем и структура инвестиций, поступающих в отрасль
 объем инвестиций, поступающих в отрасль
 структура инвестиций по источникам поступления
 макроэкономические показатели
 курс рубля по отношению к мировым валютам
 объем ввп
 уровень инфляции, уровень безработицы
 средняя заработная плата в регионе
 темпы роста экономики в регионе

Анализируя внутренние и внешние факторы, предприятие может разрабатывать меры по стабилизации своего финансового состояния и улучшения инвестиционной привлекательности.

Список литературы

1. Комплексная оценка инвестиционной привлекательности предприятий / Трясицина Н.Ю. // Экономический анализ. – 2006. – №18
2. Нуриев Р.Р. Значение информации и системного подхода в проектировании и управлении строительством // Экономика и менеджмент инновационных технологий. 2015. № 1
3. Михеев А.В. Проблемы развития системы бизнес-инкубирования в России // Проблемы современной экономики (Новосибирск). 2015. № 26.

СТРОИТЕЛЬНЫЙ БИЗНЕС: ОСНОВНЫЕ ОСОБЕННОСТИ, СТАТИСТИКА, ФИНАНСИРОВАНИЕ

*Фирсанов С.М.,
магистр*

ОЧУ ВО «Московская международная академия»

В современном мире инвестирование в недвижимость можно назвать наиболее рациональным и экономически выгодным вариантом. В связи с этим строительный бизнес является динамично развивающимся сегментом рынка услуг, приносящим существенную прибыль. С появлением на рынке, не многие компании готовы предложить комплексное выполнение работ. Как правило, строители-новички специализируются на каком-либо определенном предложении (реконструкции зданий, ремонтные работы, возведение домов, строительство бань и т. д.). Обычно клиенты предпочитают услуги именно тех компаний, которые способны предоставить полный перечень услуг. Поэтому, если у вас малый бизнес и вы не можете удовлетворить все требования заказчика, воспользуйтесь услугами посредников, в конечном итоге это увеличит вашу прибыль.

При грамотном подходе к организационным вопросам, открытие строительной фирмы не покажется столь сложным. Условно можно выделить четыре основополагающих шага:

Ринговая деятельность.

Уровень рентабельности строительных организаций характеризуется в основном тремя показателями отношением полученной от сдачи работ прибыли к сметной стоимости строительно-монтажных работ, или к их себестоимости, или к сумме стоимости основных производственных фондов и нормируемых оборотных средств.

Начать строительный бизнес без вложений не получится. Даже если вы являетесь мастером своего дела и знаете все тонкости работы. Вам понадобятся средства на покупку необходимых инструментов, а так как работа в одиночку будет малоэффективной, придется потратиться на оборудование для всей строительной бригады. Для начала следует определиться с приоритетным направлением вашей будущей деятельности. Это может быть капитальное строительство, ремонтные работы любой сложности либо геодезические работы.

Организация собственного бизнеса предполагает выбор правового статуса предпринимательства. Вы можете зарегистрировать индивидуальное предприятие либо ООО. В первом случае, основным преимуществом регистрации является отсутствие определенных требований к финансовой отчетности, но при этом вы будете выполнять малые объемы работ, так как крупные заказы вам вряд ли доверят, и отвечать по финансовым обязательствам все своим имуществом.

Регистрация ООО считается более доходным вариантом, требующим значительных вложений. К преимуществам можно отнести приоритетность в получении крупных заказов и минимальный финансовый риск.

Важной особенностью строительного бизнеса является временная консервация всех первоначальных вложений. Другими словами, все оборотные

средства в определенный период будут находиться на стадии незавершенного строительства. Учитывая данную специфику необходимо создавать резервные фонды, для того чтоб вовремя выплачивать работникам заработную плату.

По рентабельности строительный бизнес занимает 3-е место среди всех остальных видов деятельности. Но, даже при таких показателях, он все же является рискованным. Средний срок окупаемости строительного бизнеса зависит от конкретных факторов и может отклоняться от нормы. Определяющим фактором в данном вопросе является наличие устойчивого спроса и конкурентная среда. Срок окупаемости не является главным критерием успешности данного бизнеса. Обычно инвесторам не так важна окупаемость, как финансовый результат и условия осуществления выхода из проекта.

Рентабельность строительной организации характеризуется величиной превышения доходов над расходами и определяется двумя показателями суммой прибыли и уровнем рентабельности — относительной величиной в процентах. Показатель рентабельности наиболее ярко отражает народнохозяйственную.

Прибыль является важным обобщающим экономическим показателем, характеризующим результаты деятельности подрядных организаций, причем роль ее в новых условиях хозяйствования существенно возрастает. Рентабельность строительной организации является одним из основных показателей результатов ее работы и работы всей строительной отрасли.

Принцип самофинансирования предполагает и рентабельную работу. Это означает, что хозяйственные звенья в строительстве должны не только покрывать свои затраты, но и получать запланированную прибыль, быть доходными. Возмещение расходов за счет собственных доходов и получение прибыли, во-первых, требует рационального ведения хозяйства, учета и контроля, необходимого для определения и сопоставления результатов работы каждого звена в строительстве, и, во-вторых, позволяет следить за деятельностью строительных звеньев по выполнению установленных плановых показателей.

В настоящее время повышение рентабельности строительных организаций считается важной задачей, и одним из путей ее достижения является увеличение прибыли. Прибыль в современных условиях становится важным источником финансирования, ее размеры должны обеспечить хозяйственному звену внесение платы за производственные фонды, пополнение оборотных средств, образование фондов экономического стимулирования, внесение процентов за кредит.

Существующая зарубежная практика строительства такова, что широко применяются три источника финансирования компании: использование собственных средств, коммерческое кредитование и ипотечное кредитование частных застройщиков и покупателей готового жилья, как на первичном, так и на вторичном рынке; крах рынка ипотечных ценных бумаг стал отправной точкой глобального финансового и экономического кризиса. Результатом кризиса стало вмешательство государственных регуляторов в банковскую деятельность, но и по сей день широкое обращение ипотечных ценных бумаг напрямую влияет на финансовое состояние строительных фирм.

Инвестиционно-строительная деятельность — это главный катализатор развития любой экономической системы. Мировой опыт доказывает, что интенсивное строительство в стране является объективным свидетельством благоденствия народа, укрепления его могущества, создания условий для стремительного развития экономики, и в значительной мере определяет темпы развития общественного производства. В то же время инвестиционный спад влечет за собой неблагоприятные экономические последствия: в краткосрочном аспекте сокращается спрос на продукцию инвестиционных отраслей, сужается внутренний рынок капитала, что вызывает спад производства; в долгосрочном аспекте сокращается производственный потенциал, отодвигается начало экономического роста. Таким образом, строительную отрасль можно назвать одним из главных катализаторов экономического роста в России.

Основным и фундаментальным источником финансирования жилищного строительства в мире являются собственные средства строительных компаний. В России исторически сложилось так, что внешние источники финансирования играют особую роль. Как и любая отрасль экономики, строительство, оправляясь от последствий либерализации национального хозяйства, испытывала острую потребность в, так называемых, «длинных» деньгах, которая не была удовлетворена, это негативным образом сказалось на темпах укрупнения строительного капитала. Такая историческая особенность не может быть проигнорирована, ведь одна из отличительных характеристик строительной отрасли, —значительная стоимость возводимого объекта, — ограничивает набор схем финансирования и, соответственно, перечень доступных проектов. В ситуации спада национальной экономики при заключении договоров на оказание строительных услуг также необходимо принимать во внимание риск непогашения дебиторской задолженности, что также обостряет вопрос получения гарантий оплаты и финансовой прочности строительной фирмы в целом.

В условиях постоянного дефицита собственных оборотных средств, все более актуальным становится поиск альтернативных источников финансовых ресурсов, в качестве которых выступают привлеченные и заемные средства, которые можно разбить на три вида:

- привлеченные средства инвесторов (юридических лиц);
- привлеченные средства долевых участников (физических и юридических лиц);
- заемные средства финансово-кредитных учреждений.

Инвестиционная привлекательность, выступая в качестве обоснования принятия инвестиционных решений для инвестора, в то же время является своеобразным инструментом ресурсного обеспечения его инвестиционных процессов.

Если со стороны акционеров и инвесторов информация об эффективности работы компании и о её инвестиционной привлекательности даёт информацию для принятия инвестиционных решений, то со стороны менеджеров компании данная информация имеет намного большую область для применения. Информация об эффективности компании позволяет менеджерам наблюдать динамику изменения

положения компании во времени [3]. Кроме того, данная информация позволяет делать выводы об эффективности деятельности компании по сравнению с конкурентами.

И наконец, детальная информация, оценивающая эффективность работы акционерного капитала в компании способна помочь выделить проблемные зоны, решение которых сделает компанию более привлекательной с точки зрения инвестиций.

Список литературы

1. Сахарова Т.П. Иностраный капитал как источник финансирования инвестиционных проектов строительной отрасли в России // Стратегия устойчивого развития регионов России. 2014. № 21
2. Семенов М.Е. Несовершенства механизма финансирования недвижимости в рамках поведенческого подхода // Journal of Economic Regulation. 2011. Т. 2. № 4.
3. Лаврухина Н. В. Методы и модели оценки инвестиционной привлекательности предприятий [Электронный ресурс] // Теория и практика общественного развития. — 2014.
4. Теплова Т. В. Отраслевые особенности выбора показателей для оценки эффективности деятельности в целом и вклада финансовых решений // Аудит и финансовый анализ. 2006. № 3.

ПРАГМАТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ХУДОЖЕСТВЕННОГО ПЕРЕВОДА ТЕКСТА. ОСОБЕННОСТИ СТИЛЯ «КИБЕРПАНК»

Фомина Елена Борисовна

Аннотация: В статье анализируются прагматические аспекты художественного перевода текста, в частности особенности стиля «киберпанк». Для данного стиля характерно наличие терминов, связанных с компьютерными технологиями, требующих пояснения для читателя, поэтому широко применяется описательный перевод и лексические замены.

В статье изучены прагматические аспекты художественного перевода текста в целом и в частности в стиле «киберпанк».

Художественные произведения в первую очередь адресованы аудитории, для которой язык произведения является родным. Однако большинство художественных текстов имеют общечеловеческую ценность, кроме того, они приобретают популярность среди читателей, поэтому часто переводятся на другие языки. В художественных текстах могут описываться исторические события, употребляться названия национальных блюд, традиций, а также другие элементы культурно-исторического контекста. В переводе всех этих явлений необходимо учитывать прагматичные различия исходного языка и языка перевода. Прагматическая адаптация текста реализуется с учетом информационного фона целевой аудитории с помощью переводческих стратегий, среди которых можем выделить добавление, удаление, экспликацию и импликацию информации, замену культурных концептов, замену речевых актов, замену регистров и др.

Перевод не может быть абсолютным аналогом оригинала, а это значит, что главная задача переводчика заключается в том, чтобы создать текст максимально приближенный к оригиналу с точки зрения семантики, структуры и потенциального воздействия на читателя. Основная проблема заключается в том, что между языком оригинала и перевода не всегда можно найти языковые параллели – семантические и структурные аналоги: одинаковые модели предложений или словосочетаний, полное совпадение семантических значений слов и т.п. Именно здесь переводчик использует переводческие трансформации.

Каким бы адекватным не был перевод, он является всегда трансформацией в широком смысле этого термина. В узком смысле переводческая трансформация является преобразованием, модификацией формы, или содержания и формы, в частности, с целью сохранения соответствия коммуникативного воздействия на адресатов оригинала и переводного текста. Такие преобразования осуществляются как на основании системных разногласий двух языков и являются системными трансформациями, так и из-за различия культур, онтологий двух народов, программ интерпретации читателей оригинала и перевода.

Трансформации помогают преодолеть те или иные существующие лексические трудности в переводе. Трансформация заключается в изменении формальных или семантических компонентов при сохранении информации. Преобразования, которые используются при переводе, следует рассматривать

«С одной стороны, как перефразирование текста оригинала средствами другого языка, а с другой – как адаптацию текста перевода к условиям восприятия сообщения читателем» [Далакова 2018: 57]. Мы разделяем мнение ученых, о том, что осуществление переводческих трансформаций является творческим процессом, связанным с глубоким пониманием значения текста одного языка и свободным владением выразительными средствами другого языка.

В зависимости от характера единиц языка оригинала переводческие трансформации, как уже отмечалось, распределяются на стилистические, морфологические (грамматические), синтаксические, семантические (лексические).

А.Л. Семенов выделяет лексические (дифференциация, конкретизация и генерализация значений, смысловое расширение, антонимический перевод, описательный перевод), грамматические (замены, изменение порядка слов, словосочетаний, предложений и т.п.), семантические (генерализация, конкретизация, добавление, опущение) и стилистические (компенсация и адаптация перевода) типы трансформаций.

По мнению В.Н. Комиссарова, переводческие трансформации в зависимости от характера преобразований подразделяются на лексические (переводческая транскрипция, транслитерация и переводческое калькирование), грамматические (дословный перевод, членение предложений, объединение предложений и грамматические замены) и лексико-грамматические (прием антонимического перевода, прием описательного перевода и прием компенсации). Л.С. Бархударов выделяет следующие переводческие трансформации: грамматические, среди которых перестановки, замены, опущения и добавления; лексические замены (конкретизация и генерализация) и комплексные лексико-грамматические замены (антонимический перевод). Известный переводчик С.Е. Максимов к переводческим трансформациям относит лексические и семантические (генерализация, дифференциация, конкретизация, смысловое развитие, антонимический перевод, компенсация и полная перестановка сегментов текста), а также грамматические (перемещение, то есть изменение порядка слов и словосочетаний, грамматические замены, добавления и пропуски) трансформации. В отношении определений других приемов переводческих трансформаций можно сказать, что они совпадают с предыдущими авторами.

К лексическим особенностям перевода художественных текстов следует отнести использование определенного вида переводческих трансформаций, в частности, лексических и семантических.

Семантические трансформации осуществляются на основе различных причинно-следственных связей, существующих между элементами тех ситуаций, которые описываются.

Простейшими лексическими трансформациями является опущение и добавление.

Например, в переводе романа Ч. Стросса «Полный отчет» были использованы следующие добавления:

And that'd be nearly ten years of work

и тогда целые десять лет бесценного опыта
Добавлено «бесценного», которого не было в английском варианте.
или

there was any value to my meager contribution

мой скромный вклад действительно имеет какую-то ценность

Добавлено «действительно», которого не было в оригинале.

Приведем пример опущения из этого же романа:

correct form of prayer

формы молитв

«Correct form» заменено на формы, являющимся более общим понятием.

В данном примере используется трансформация опущения слова «correct». Для английского языка характерна максимальная конкретность. В русском языке такая тенденция не характерна и при переводе английский вариант был упрощен.

Лексические трансформации являют собой отклонение от прямых соответствий слов или словоформ и возникают, главным образом, потому, что объем значений лексических единиц исходного текста и языка перевода не совпадает.

Лексические трансформации нередко требуют внесения дополнительных слов или наоборот опущения некоторых элементов. Введение дополнительных слов обусловлено рядом причин: различиями в структуре предложения и тем, что более сжатые английские предложения требуют в русском языке более развернутого выражения мысли. Отсутствие соответствующего слова или соответствующего лексико-семантического варианта данного слова тоже является причиной введения дополнительных слов при переводе.

Лексические переводческие трансформации необходимы, поскольку объем значений лексических единиц исходного языка и языка-перевода редко совпадает по объему значений.

Транскрипция и транслитерация – это способы перевода лексической единицы оригинала путем ее передачи с помощью букв языка перевода. При транскрипции передается звуковая форма иноязычного слова с помощью фонем языка перевода, например:

Kaaba

Кааба (транслитерация)

или

Dalai Lama

Далай-Лама (транскрипция)

Еще не полная транслитерация:

Zeus

Зевс

или

reincarnation

реинкарнация

Ведущим способом в современной переводческой практике является транскрипция с сохранением некоторых элементов транслитерации. Чаще всего такой способ перевода применяется для передачи имен собственных и имен,

которые не изменяют своей формы при переводе.

Лексическое калькирование – это один из путей пополнения словаря в процессе языковых контактов, основанный на использовании иноязычной лексики в качестве объекта перевода, что в свою очередь исключает заимствования. Калькирование является одним из основных приемов перевода и не уступает ни одному из способов в частоте применения. Калька – (от франц. *calque* «копия»), является единицей, образованной путем заимствования структуры элемента чужого языка (слова или словосочетания) с заменой его материального выражения средствами родного языка [Ефремов 2014: 97].

При переводе текстов художественной литературы переводчику довольно часто приходится сталкиваться с явлением многозначности английских слов. Лексические трансформации вызваны в данном случае тем, что «объем значений лексических единиц начального языка и языка перевода, не совпадает».

Именно большим количеством слов с широкой семантикой в английском языке, которым нет прямого соответствия в русском языке, объясняется распространенность приема конкретизации при переводе с английского языка на русский. Конкретизация значения – это замена слова или словосочетания языка с более широким предметно-логическим значением, словом или словосочетанием языка перевода с более узким значением. В результате применения этой трансформации создаваемое соответствие и начальная лексическая единица оказываются в логических отношениях включения.

Например:

a good old-fashioned

закоренелый

или

a conviction encouraged

уверенность только подкреплялась

В процессе перевода лексических элементов соответствия могут образовываться не только за счет сужения значения единицы языка оригинала, но и его расширения. Лексической переводческой трансформацией, которая при этом используется и является противоположной по направлению к конкретизации, является генерализация. Генерализацией называется замена единицы языка оригинала, которая имеет больше узкое значение, единицей языка перевода с более широким значением. Создаваемое соответствие выражает родовое понятие, включающее начальное видовое. Использование слова с более общим значением лишает переводчика необходимости уточнять. Более обобщенно значение может быть предпочтительным по стилистическим причинам.

Антонимический перевод – это лексическая трансформация, при которой создается замена утвердительной формы в оригинале на отрицательную форму в переводе либо, наоборот, отрицательной на утвердительную, что сопровождается заменой лексической единицы исходного языка, на единицу языка перевода с противоположным значением. В англо-русских переводах подобная трансформация применяется в особенности часто, когда в оригинале отрицательная форма употреблена со словом, имеющим негативный префикс.

В конце XIX столетия стал формироваться новый жанр, в полной мере воплотившийся в 80-х годах уже XX столетия. Он существует и в современном искусстве, продолжая совершенствоваться как «Нечто единое во множестве». Это «открытие» заняло достойную нишу и оказало значительное влияние на культуру в целом и взгляд на будущее, в частности.

Киберпанк – является поджанром научной фантастики, особой чертой которого является высокий уровень развития науки и технологий в урбанизированном, антиутопичном будущем. С одной стороны – это могущественные корпорации и частные армии, с другой – темный мир нелегальной торговли, оружие и наркотики. И среди всей этой беспорядочности находятся политики, коррупция и социальные перевороты. Лучше всего данный жанр может быть описан при помощи антитезиса «Высокие технологии. Низкий уровень жизни».

Большая часть произведений в жанре киберпанк содержит прямые религиозные отсылки. Например, в центральной для этого направления «Трилогии Муравейника» Уильяма Гибсона независимые программы взяли себе имена лоя из религии вуду. Сами названия таких фильмов, как «Нирвана» и Eden Log (в русском прокате – «Тайна подземелья»), указывают на мировые религии [Мойжес 2015: 269].

Среди технических элементов, характерных для киберпанка, следует отметить тотальную компьютеризацию, искусственный интеллект, активное развитие кибернетики, робототехники и киборгизация человека, на подъеме находятся биоинженерия и евгеника, происходит освоение околоземного космического пространства. В социальном аспекте киберпанк характеризуется присутствием черт антиутопии и постапокалипсиса: колоссальное классовое неравенство, упадок культуры общества в целом на фоне технологичного прогресса и власти элиты – мегакорпораций и мирового капитала, киберпреступность и хакерство, активность криминальных синдикатов и мафии всех мастей, процветающий черный рынок со всеми вытекающими; и все это на фоне экологического кризиса, постепенных климатических изменений и катастроф, локальных и глобальных военных конфликтов.

Следует отметить, что качественным отличием киберпанка от фантастики является достаточно пессимистичный взгляд в недалекое будущее, в то время как традиционные фантасты вглядывались в глубину тысячелетий.

Тему киберпанка продолжают развивать Брюс Стерлинг, Руди Рюкер и Майкл Суэвик. В книгах исповедуются идеалы классовой борьбы того времени – противостояние «низов» и «верхов», а также, описываются новые, необычные технологии. Особое место в рассказах данных авторов занимает философия, принадлежащая как главным персонажам истории, так и «миру в целом».

Зародившись в литературе, киберпанк распространился на другие виды искусства и стал самым масштабным явлением научной фантастики конца XX века.

Одним из авторов, который пишет в этом стиле является Ч. Стросс, например, в его романе «Последний отчет» есть ссылка на религиозную тему, он

очень пессимистичен, хотя читается на одном дыхании. В данном произведении рассказывается про высшие силы, с которыми человек вынужден бороться с переменным успехом, роман заканчивается крахом всех надежд главного героя, но несмотря на это, можно рекомендовать его к прочтению, как и другие произведения Ч. Стросса.

В заключение стоит отметить, что для данного стиля характерно наличие терминов, связанных с компьютерными технологиями, требующих пояснения для читателя, поэтому широко применяется описательный перевод и лексические замены.

Список литературы

1. Далакова З.А. Некоторые особенности перевода художественных текстов: трансформации и прагматические адаптации // [Электронный ресурс], формат PDF, режим доступа: https://www.pglu.ru/upload/iblock/8d1/stranitsy-iz-ch.4_24-dalakov.pdf, 2018, С. 57-59.

2. Ефремов Л.П. Основные теории лексического калькирования / Л.П. Ефремов. – Алма-Ата: 2014. – 191 с.

3. Мойжес Леонид Переосмысление мотива смерти в произведениях жанра киберпанк: религиозные тропы // Государство, религия, церковь в России и за рубежом. 2015. № 1 (33) – С. 269-296

4. Стиль «Киберпанк» // [Электронный ресурс], портал Грик Эмпаре, режим доступа: <https://geeksempire.org/posts/view/kiberpank>, загл. с экрана, язык русс.

5. Бархударов Л.С. Язык и перевод. М., 2015.

ОСНОВНЫЕ ЦЕЛИ И ПРИНЦИПЫ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОЛИТИКИ В РАЗВИТИИ МАЛОГО БИЗНЕСА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

*Чиб Илья Владимирович,
Магистр направления «Менеджмент» ОЧУ ВО ММА*

Россия – страна с федеративным государственным устройством и обширными социально-экономическими и культурно-институциональными пространственными различиями. Эта специфика требует более пристального изучения, налагая определенные ограничения на проводимую в отношении субъектов РФ государственную политику поддержки субъектов малого бизнеса, в том числе объемы и структуру федерального финансирования региональных программ и проектов развития малого бизнеса. Принимаемые на федеральном уровне решения по поддержке субъектов МСП должны не только опираться на индикаторы «общероссийской результативности» проводимой политики, но и учитывать последствия решений с точки зрения вопросов пространственного развития. Региональная асимметрия уровня развития МСП сегодня достаточно велика, при этом в условиях стабильной экономической ситуации пространственная неравномерность предпринимательской активности будет иметь тенденцию к увеличению.

Первый этап (1987-1994 гг.). Начало становления государственной политики по поддержке малого предпринимательства связано с принятием законодательства, регламентирующего деятельность малого предпринимательства. Введен упрощенный порядок создания и регистрации малых предприятий, они получили статус юридического лица, большую самостоятельность в осуществлении хозяйственной деятельности. Этот период характеризуется ростом числа субъектов малого предпринимательства, что в свою очередь привело к необходимости дальнейшего регулирования их деятельности [4].

Второй этап (1995-1998 гг.) связан с принятием и реализацией нормативных правовых актов, направленных на развитие малого предпринимательства (Гражданский Кодекс, Налоговый Кодекс, Федеральный закон № 88-ФЗ «О государственной поддержке малого предпринимательства РФ» и т.д.). С 1998 г. появляется новое законодательство, ужесточаются требования к деятельности предприятий малого бизнеса. Государство начало более четко регламентировать процессы создания малых предприятия.

Третий этап (1999-2001 гг.). Стабильное функционирование и развитие малого предпринимательства является одним из направлений борьбы с кризисом, так как влияет на устойчивость развития субъектов РФ. Возникает необходимость в оперативном реагировании на изменяющиеся условия функционирования малого бизнеса, т.е. в актуализации государственной политики по поддержке субъектов малого предпринимательства. На данном этапе была принята и реализована последняя федеральная программа «О государственной поддержке малого предпринимательства на 2000-2001 гг.». На наш взгляд, данная федеральная программа более детально проработана, по сравнению с предыдущими.

На реализацию данной программы из федерального бюджета была выделена рекордная сумма (140 млн. руб.). Помимо бюджетных средств на реализацию Федеральной программы были затрачены внутренние финансовые ресурсы Федерального фонда поддержки малого предпринимательства в размере (54,4 млн. руб.), а также средства из Фонда «Евразия» (151,8 тыс. долл.). Однако, несмотря на детальную проработку федеральной программы и наличие значительных финансовых ресурсов, анализ результатов реализации данной программы показал, что малое предпринимательство практически не развивается и более половины оборота малых предприятий находится «в тени», что связывалось с высокой налоговой нагрузкой и административным давлением. К основным причинам ухода малых предприятий «в тень», на наш взгляд, можно отнести отсутствие долгосрочных перспектив, связанных с несовершенством и постоянным изменением законодательства в сфере малого предпринимательства, высокой налоговой нагрузкой, административными барьерами. Четвертый этап (с 2002 г. по настоящее время). Особенностью данного этапа является появление региональных и муниципальных программ поддержки малого предпринимательства. Малое предпринимательство функционирует на территории субъектов РФ и их муниципальных образований и оказывает существенное влияние на социально-экономическое развитие регионов [6]

Цель государственной поддержки субъектов малого бизнеса определяет политические, правовые и экономические условия свободного развития малого бизнеса, в том числе [7]:

- формирует средний класс, повышая социальную эффективность деятельности субъекта малого бизнеса (рост численности занятых, средних доходов, уровня социальной защищенности работников);
- расширяет стратегические факторы социально-экономического развития государства через сферу деятельности и экономический потенциал малого бизнеса, повышая темпы развития малого бизнеса, увеличивая долю малого бизнеса в формировании ВВП (производство товаров, оказание услуг, чистые налоги).

Стейкхолдерами государственной поддержки малого бизнеса являются: государство (в лице органов власти различных уровней); потребители продукции и услуг, производимых субъектами малого бизнеса; действующие субъекты предпринимательской деятельности; потенциальные субъекты предпринимательской деятельности.

В Федеральном законе № 209-ФЗ от 24.07.2007 г. декларирован принцип государственной политики в области развития МСП в Российской Федерации об обеспечении равного доступа субъектов малого и среднего предпринимательства к получению поддержки в соответствии с условиями ее предоставления, установленными федеральными, региональными и муниципальными программами развития малого бизнеса, потому что в рамках существующего механизма государственного финансирования поддержки малого бизнеса Минэкономразвития России предоставляет субсидии бюджетам субъектов Российской Федерации на реализацию региональных программ развития малого бизнеса [2].

Между тем, с точки зрения принципов региональной политики такой под-

ход следует признать нецелесообразным. Наиболее развитые регионы и так обладают значительным резервом «восстановительного роста», обусловленным накопленным до кризиса 2008 г. потенциалом. С улучшением макроэкономических условий будет происходить и дальнейшее улучшение показателей развития малого бизнеса в регионах-лидерах, что по действующим правилам будет стимулировать увеличение объемов и доли их дальнейшей финансовой поддержки, и в свою очередь еще более раскрутит пространственную асимметрию.

Государство приняло ряд законов, направленных на поддержку малого и среднего бизнеса. Важной вехой стало появление закона «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» (2007 г.). В нем определяются категории субъектов малого и среднего предпринимательства, даются основные цели и принципы государственной политики в отношении их развития и механизмы взаимодействия власти с ними.

В настоящее время систему представительства интересов бизнеса в федеральном центре определяют в основном четыре ведущих ассоциаций: РСПП (Российский союз промышленников и предпринимателей), ТПП РФ (Торгово-Промышленная Палата РФ), «Деловая Россия» и ОПОРа (Объединение предпринимательских обществ России).

В настоящий момент малым предприятиям предоставляется ряд налоговых, имущественных и иных видов льгот. Выживаемость малого бизнеса после получения поддержки составляет более 80 % (табл. 1).

Таблица 1

Сводные результаты мониторинга участников программы Минэкономразвития России по форме «анкета получателя поддержки»

Категория	Количество респондентов (ед.)	Средний размер поддержки в 2012 году	Действуют на 01.01.2017	Выживаемость (доля предприятий, продолжающих действовать через 3 года после получения поддержки), %
Индивидуальные предприниматели	1590	560	1420	89,3
Микропредприятия	1260	1217	1086	90
Малые предприятия	630	2027	572	90,8
Средние предприятия	96	2560	87	90,6
Итого	3522	1071	3165	89,9

Применяемые инструменты поддержки нацелены главным образом на поддержку действующих предпринимателей или создание условий для появления новых субъектов предпринимательской деятельности.

По состоянию на 1 января 2019 г. в рамках реализации программы создана широкая сеть организаций, образующих инфраструктуру финансовой, информационно-консультационной и имущественной поддержки предпринимательской деятельности, включая: региональные гарантийные организации, региональные микрофинансовые организации, бизнес-инкубаторы, промышленные парки и др. (табл. 2).

Таблица 2
Система поддержки предпринимательской деятельности в РФ на 01.01.2019

Виды организаций	Количество, ед.
Региональные гарантийные организации	82
Региональные микрофинансовые организации	73
Бизнес-инкубаторы	132
Промышленные парки	5
Технопарки	2
Центры поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства в области инноваций и промышленного производства	87
Центры поддержки экспорта	36
Региональные интегрированные центры	48

Однако зачастую увеличение масштабов деятельности предприятия, повышение объемов производимой продукции или найм большего числа сотрудников не выгодны для предпринимателей, поскольку значительно повышают фискальную и административную нагрузку, ограничивают возможность привлечения дополнительных ресурсов, необходимых для развития. Так, незначительное превышение пороговых значений применения специальных налоговых режимов предполагает переход предпринимателей на общую систему налогообложения, что сопряжено со значительными административными издержками (появление дополнительных форм отчетности), а также существенным ростом налоговой нагрузки. Данное обстоятельство приводит к нежеланию рисковать и искусственному сдерживанию развития бизнеса. В период 2014–2015 годов успешно апробирован ряд принципиально новых механизмов организации работы по мониторингу результатов реализации государственной политики в сфере регулирования и поддержки предпринимательской деятельности.

В первую очередь необходимо отметить «дорожные карты» Национальной предпринимательской инициативы, направленные на упрощение, ускорение и удешевление условий ведения бизнеса в таких сферах, как таможенное и налоговое администрирование, поддержка экспорта, строительство, подключение к

энергосетям, развитие конкуренции, оценочная деятельность, регистрация предприятий и прав собственности, повышение качества регуляторной среды, расширение доступа субъектов среднего и малого предпринимательства к закупкам инфраструктурных монополий и компаний с государственным участием. Одним из элементов нового позиционирования государственной политики выступает переход к принципам выявления и последующего тиражирования лучших практик.

В настоящий момент такая работа проводится Агентством стратегических инициатив совместно с предпринимательскими объединениями в рамках формирования Национального рейтинга состояния инвестиционного климата в субъектах Российской Федерации и внедрения Стандарта деятельности органов исполнительной власти субъекта Российской Федерации по обеспечению благоприятного инвестиционного климата в регионе. Актуальной задачей является переход к выявлению лучших практик организации работы по поддержке малого и среднего предпринимательства на муниципальном уровне. В соответствии с действующим законодательством Российской Федерации органы местного самоуправления наделены полномочиями по реализации муниципальных программ развития малого и среднего предпринимательства и по оказанию муниципальных услуг, непосредственно влияющих на реализацию инвестиционных проектов и осуществление предпринимательской деятельности на территории муниципальных образований (например, в сфере земельно-имущественных отношений, жилищно-коммунального хозяйства, архитектуры и градостроительства). Вместе с тем указанные полномочия в силу разных причин не всегда реализуются эффективным образом.

В настоящий момент в связи с действиями кризисных явлений участие малых предприятий в реализации государственного и муниципального заказа сопряжено со сложностями пополнения оборотного капитала, необходимого для исполнения контрактов (закупка сырья, обеспечение исполнения контрактов, прочие накладные расходы).

Вклад малых предприятий в экспорт развитых стран довольно значителен: их доля в общем объеме экспорта, по данным ОЭСР, достигает от 25 до 35%. В отдельных развивающихся странах вклад малых предприятий в экспорт продукции еще выше: в Корею – около 40%, в Китае – более 50%. Преобладающая часть малых фирм в мире реализует на глобальном рынке 5-10% объема выпускаемой продукции [6].

В то же время действующих предприятий – экспортеров из числа малого бизнеса в России крайне мало для того, чтобы оказать значимое влияние на развитие экспортного потенциала страны. Многие поставки осуществляются на разовой основе или сравнительно небольшими партиями. По экспертным оценкам, достаточно высоким экспортным потенциалом обладает около 30 тысяч субъектов малого и среднего предпринимательства.

В целях стимулирования предприятий к качественному росту предлагается сформировать механизмы акселерации развития малых предприятий. Система акселерации бизнеса направлена на стимулирование граждан к реализации предпринимательских инициатив, а малых предприятий – к росту, увеличению коли-

чества рабочих мест, повышению объема производства, дальнейшему развитию и укрупнению и переходу в категорию субъектов среднего предпринимательства.

Стимулирующая модель должна сочетать в себе новые подходы к реализации фискальной политики, оказанию малым и средним предприятиям финансовой поддержки, обеспечению доступа малых и средних предприятий к инфраструктуре и сетям инженерно-технического обеспечения.

Необходимо рассматривать процесс развития бизнеса как единый цикл, в который включены три этапа: новый бизнес (микробизнес) – малый бизнес – средний бизнес. При этом на каждом этапе должен применяться соответствующий комплекс мер, стимулирующих предприятия к достижению определенных количественных показателей и переходу на следующие этапы развития.

В целях повышения мотивации органов местного самоуправления к развитию предпринимательства и выстраиванию полноценного диалога с бизнес-сообществом Агентством стратегических инициатив совместно с Общероссийской общественной организацией малого и среднего предпринимательства «ОПОРА РОССИИ», а также Общероссийской общественной организацией «Деловая Россия» подготовлен «Атлас муниципальных практик», представляющий собой сборник успешных практик, направленных на развитие и поддержку малого и среднего предпринимательства на муниципальном уровне. При подготовке Атласа проанализирован опыт 65 муниципальных образований, представляющих 35 субъектов Российской Федерации, которые продемонстрировали по итогам 2014 года высокие темпы роста показателей в области инвестиционной деятельности и развития предпринимательства.

Малый бизнес регулярно сталкивается с проблемой поиска возможностей для сбыта продукции. В целях стимулирования спроса на продукцию малых предприятий должны быть решены следующие задачи:

- содействие встраиванию малых предприятий в цепочки поставщиков;
- обеспечение доступа малых предприятий к государственным и муниципальным закупкам;
- создание сбытовой и логистической инфраструктуры;
- совершенствование системы поддержки экспортной деятельности малых и средних предприятий.

С 1 января 2015 г. вступил в силу Федеральный закон от 5 апреля 2014 г. № 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд», в соответствии с которым [3]:

- квота по закупкам у малых предприятий должна составлять не менее 15% от совокупного годового объема закупок;
- 15 до 20 млн. рублей увеличена начальная (максимальная) цена контракта при осуществлении закупок у субъектов малого предпринимательства;
- введено правило «второй руки», в рамках которого заказчик вправе установить требование к подрядчику, не являющемуся субъектом малого предпринимательства, о привлечении к исполнению контракта субподрядчиков из числа субъектов малого предпринимательства.

В июне 2015 года принят Федеральный закон № 140-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд», который установил обязательство для заказчика о включении в контракт, заключаемый с субъектом малого предпринимательства, условия об оплате поставленного товара, выполненной работы (ее результатов), оказанной услуги, отдельных этапов исполнения контракта не более чем в течение 30 дней с даты подписания заказчиком документа о приемке.

В настоящий момент основные усилия в сфере поддержки экспорта малых предприятий направлены на формирование инфраструктуры поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства в сфере внешнеэкономической деятельности на региональном уровне (центры координации поддержки экспортно ориентированных субъектов малого и среднего предпринимательства и региональные интегрированные центры), а также развитие деятельности профильных институтов (ГК «Внешэкономбанк» и АО «ЭКСПАР») по улучшению доступа экспортноориентированных субъектов малого предпринимательства к финансово-кредитным ресурсам и страховым услугам.

Список литературы

1. Федеральный закон от 04.06.2014 № 140-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд».
2. Закон г. Москвы от 26.11.2008 № 60 (ред. от 23.04.2014) «О поддержке и развитии малого и среднего предпринимательства в городе Москве».
3. Постановление Правительства РФ от 09.02.2013 № 101 «О предельных значениях выручки от реализации товаров (работ, услуг) для каждой категории субъектов малого и среднего предпринимательства».
4. Акимкина А.А. Кредитование малого бизнеса//Модели, системы, сети в экономике, технике, природе и обществе. – 2014. – № 2 (10). – С. 41.
5. Владимирова С.В. К вопросу о значении малого бизнеса в развитии региональной экономики//Социально-экономические явления и процессы. – 2013. – № 9 (055). – С. 17.
6. Гусакова А.А. Проблемы кредитования малого бизнеса в России//Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. – 2014. – № 2-1. – С. 138.
7. Денисова Н.И., Чиженко Л.М., Чиженко И.П. Особенности кредитования малого бизнеса в системе услуг банковского сектора России//Вестник Московского университета им. С.Ю. Витте. Серия 1: Экономика и управление. – 2015. – № 2 (13). – С. 5.

СУЩНОСТЬ КАДРОВОЙ ПОЛИТИКИ И ЕЁ РОЛЬ В УПРАВЛЕНИИ ПЕРСОНАЛОМ ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Черняева Виктория Александровна

Аннотация: В статье исследуется сущность кадровой политики и её роль в управлении персоналом гостиничного предприятия. Эффективность кадровой политики в гостинице не в последнюю очередь зависит от степени разработанности стандартов обслуживания в различных службах гостиницы. Вся деятельность персонала должна быть по возможности максимально регламентирована, должны быть разработаны все необходимые нормы и стандарты качества обслуживания.

Специфика кадровой политики гостиничного предприятия определяется тем, что эффективность деятельности гостиницы зависит, в первую очередь, от качества работы сотрудников, стремящихся удовлетворить самые различные потребности гостей.

На сегодняшний день именно ориентация на удовлетворение запросов гостя во многом определяет конкурентоспособность гостиничного предприятия и усиление направленности интереса кадровой политики гостиниц к увеличению роли человеческого фактора в гостиничном бизнесе.

Многие исследователи сходятся во мнении, что плохое гостиничное обслуживание вызывает более яркую реакцию у гостя, чем обслуживание качественное, хорошее. То есть, если гость доволен обслуживанием, он расскажет об этом еще пяти людям, а если не доволен, то десяти.

Следовательно, деятельность сотрудников гостиницы напрямую максимально влияет на репутацию гостиничного предприятия, таким образом, кадровая политика в гостинице играет крайне важную роль.

Рассмотрим основные понятия, относящиеся к области исследования.

Под кадрами понимается основной состав работников гостиничного предприятия без учета внештатных сотрудников, совместителей и временных работников.

Персонал гостиничного предприятия включает в себя весь личный состав работников, в том числе постоянных и временных, состоящих с гостиницей как с юридическим лицом в отношениях, регулируемых договором о найме.

По мнению Т.Г. Строителиевой, под кадровой политикой следует понимать целенаправленную деятельность, направленную на создание трудового коллектива, максимальным образом способствующего совмещению целей и приоритетов предприятия и его работников.

В.Р. Веснин считает, что кадровая политика организации представляет собой систему взглядов, требований, норм, принципов, ограничений, которые определяют основные направления, формы и методы работы с персоналом.

Автор разделяет мнение Г.Г. Вукович и С.Н. Трунина, которые раскрывают термин «кадровая политика» во всем диапазоне понятий:

- как систему принципов и норм (осознанных и определенным образом

сформулированных), которые приводят человеческие ресурсы в соответствие с общей стратегией предприятия (то есть все мероприятия по работе с кадрами, как-то: отбор, составление штатного расписания, аттестация, обучение, продвижение и др. должны быть заранее спланированы, будучи согласованными с пониманием целей и задач предприятия);

- как набор отдельных правил, пожеланий и ограничений (часто неосознанных) во взаимоотношениях сотрудников и предприятия: в этом смысле, к примеру, выражение «кадровая политика нашего предприятия заключается в том, чтобы принимать на работу людей только с высшим образованием», могут быть использованы как аргумент при принятии конкретного кадрового решения.

Под системой управления персоналом гостиничного предприятия подразумевается целенаправленная деятельность руководства гостиницы, в которую входит разработка концепций и стратегий кадровой политики, принципов и методов управления персоналом.

Концепция управления персоналом гостиницы включает в себя систему теоретико-методологических взглядов на понимание и определение сущности, содержания, целей, задач, критериев, принципов и методов управления персоналом, а также организационно-практических подходов к формированию механизма ее реализации в конкретных условиях функционирования гостиницы.

Кадровая политика гостиничного предприятия представляет собой ключевое направление в работе с кадрами, которое ориентировано на формирование высокоэффективного коллектива, мобильно реагирующего на изменяющиеся требования гостиничного рынка.

Основными функциями кадровой политики в гостинице являются следующие:

- разработка методологических принципов работы с персоналом;
- формулирование ключевых требований к персоналу гостиницы;
- разработка позиций по конкретным направлениям работы с персоналом гостиницы (по вопросам поиска, найма, перемещения, мотивации, обучения, оценки, высвобождения персонала и др.);
- информационная поддержка управления персоналом;
- контроль деятельности персонала и др.

Эффективная кадровая политика гостиничного предприятия подразумевает, что персонал является ценным достоянием гостиницы, ее главным ресурсом, нуждающимся в эффективном использовании для достижения целей организации. При этом сотрудники гостиницы представляются источником неиспользованного потенциала. Чаще всего понятие менеджмент человеческих ресурсов объясняется как мобилизация персонала путем активной деятельности управленцев.

Среди подходов, используемых в данном направлении, можно выделить следующие:

- к труду нужно относиться как к источнику доходов гостиничного предприятия;

- каждый работник гостиницы должен иметь простор для своей деятельности;
- на гостиничном предприятии должна проводиться активная социальная политика.

Целью кадровой политики является обеспечение оптимального баланса процессов обновления и сохранения численности и качественного состава гостиничного персонала в соответствии с потребностями гостиницы, законодательными требованиями и состоянием рынка труда и рынка гостиничных услуг.

На формирование и развитие кадровой политики гостиницы влияют следующие факторы:

- внешняя среда (рынок труда, экономическое развитие, научно-технический прогресс, нормативно-правовая среда и др.);
- внутренняя среда (цели гостиницы, стиль управления, кадровый потенциал и др.).

В настоящее время интерес вызывают многие современные научные разработки зарубежных исследователей в области кадровой политики в гостиничной индустрии. Можно особенно отметить труды таких авторов как А. Вайнцвейг, Ф. Котлер, Дж.А. Мичелли, М. Райли, Дж.Р. Уокер, Дж. Шоул и др. Эти авторы анализируют различные аспекты системы кадровой политики и повышения квалификации персонала в сфере гостиничного бизнеса.

Дж.А. Мичелли считает, что главный секрет, и главное богатство гостиницы – это персонал, а важнейшая задача менеджеров гостиничных предприятий – выстраивать эффективную систему управления сотрудниками.

По мнению Дж.А. Мичелли, «значительно проще достичь совершенства, начав огранку «необработанного» таланта, чем пытаться заставить своих сотрудников превосходить самих себя при отсутствии способностей к выполнению данной работы».

Таким образом, следует брать на работу «новичков» и обучать их согласно стандартам и духу компании.

А. Райли считает, что проблемы многих гостиничных предприятий лежат в недооценке роли научного менеджмента персонала, в редком его использовании.

А. Вайнцвейг убежден, что без эффективной системы обучения и мотивации персонала в гостиничном предприятии безупречный сервис невозможен. Он анализирует пять элементов сервиса, в т.ч. подробно описывает обучающие семинары для персонала индустрии обслуживания. По его мнению, в системе управления персоналом, «именно культура, а не должностные инструкции исполнительного директора лучший индикатор качества сервиса».

Ф. Котлер, Дж. Боуэн и Дж. Мейкенз анализируют деятельность менеджеров по персоналу и рекомендуют, например, для удержания хороших сотрудников, «обеспечивать качественное обслуживание клиентов».

Дж.Р. Уокер отмечает, что «сложнейшая задача отыскания, удержания и совершенствования навыков лучших служащих стала в последние годы еще более сложной».

- при пассивной кадровой политике менеджмент гостиницы не имеет чет-

ко сформулированной программы действий по отношению к персоналу; кадровая работа в этом случае является лишь ликвидацией негативных последствий на предприятии;

- при реактивной кадровой политике менеджмент гостиницы контролирует симптомы негативного состояния в работе с персоналом, принимаются меры по локализации кризисов в гостинице;

- при превентивной кадровой политике менеджмент гостиницы имеет обоснованные прогнозы развития ситуации, однако не имеет средств для влияния на нее;

- при активной кадровой политике менеджмент гостиницы имеет не только прогноз, но и средства воздействия на ситуацию).

Виды кадровой политики могут быть подразделены на открытую и закрытую. При открытой кадровой политике гостиница прозрачна для потенциальных работников на любом уровне. Другими словами, прийти на работу в гостиницу может любой специалист при условии необходимой квалификации. Закрытая кадровая политика подразумевает собой, что гостиница принимает новый персонал лишь с низовых позиций, а все продвижение по карьерной лестнице ведется только для уже работающих на предприятии сотрудников.

Целью кадровой политики в гостинице является поиск и найм подходящих компетентных и мотивированных сотрудников их удержание в организации, а также их развитие путем профессиональной подготовки.

Кадровая политика в гостинице включает в себя следующие компоненты:

- формирование персонала гостиничного предприятия;
- отношение к работнику как к источнику доходов, но, наряду с этим и как к статье инвестиций;
- анализ потребностей предприятия в персонале;
- анализ внешней среды;
- создание условий для проявления личной инициативы работника;
- создание эффективной системы взаимодействия персонала и др.

В формировании кадровой политики используются системный, ресурсный и комплексный подходы, учитывающие то, что ситуация с потребностью в персонале организации постоянно меняется.

Специфика кадровой политики в гостиничном бизнесе имеет два основных момента:

- гостиничный персонал – это персонал разного уровня и разных профессий;
- общие требования к личностным качествам всех сотрудников, даже тех, кто не работает напрямую с гостями, у них есть свой внутренний клиент.
- Стратегическая роль кадровой политики в структуре управления гостиницей заключается в том, что:
- кадровая политика должна быть представлена на высшем уровне управления гостинице;
- направления кадровой политики учитываются при разработке страте-

гии гостиничного бизнеса и организационной структуры;

- все линейные руководители должны участвовать в реализации кадровой политики гостиницы.

Первым функциональным блоком является определение потребностей гостиницы в персонале. Он включает в себя:

- планирование качественной потребности в сотрудниках гостиничного предприятия;
- определение методик расчета количественной потребности в сотрудниках гостиничного предприятия;
- планирование количественной потребности в сотрудниках гостиничного предприятия.

Второй блок представляет собой деятельность, направленную на обеспечение гостиницы необходимыми сотрудниками. Этот блок включает в себя следующие виды деятельности:

- маркетинговый анализ рынка;
- определение и применение инструментов для обеспечения потребностей в работниках;
- процессы отбора и найма персонала.

Следующий важный компонент кадровой политики в гостинице – это развитие персонала, к которому относится:

- планирование карьеры сотрудника;
- профессиональное обучение.
- К четвертому компоненту – использованию персонала – относят:
- оценку результатов труда работников;
- производственную социализацию;
- адаптация сотрудников в профессиональной деятельности;
- контроль безопасности трудовой деятельности;
- высвобождение персонала.

Пятый компонент сложной структуры системы кадровой политики в гостинице – это система мотивации сотрудников. В ее состав входит:

- менеджмент содержательной и процессуальной составляющих труда;
- управление конфликтами;
- эффективное применение материальной и нематериальной систем мотивации в гостиничном предприятии.

В шестом компоненте – большое значение уделяется правовому и информационному процессам кадровой политики. Таким образом, сюда относят:

- правовое регулирование взаимоотношений между сотрудниками в гостинице;
- процессы учета сотрудников;
- доведение до коллектива всей информации по вопросам персонала;
- разработка кадровой политики гостиничного предприятия в целом.

Таким образом, кадровая политика представляет собой основной вектор работы с персоналом на конкретном гостиничном предприятии, стратегически спланированную общность наиболее важных ее основ. Это направление полити-

ки гостиничного предприятия разрабатывает как новые задачи, так и устраняет тормозящие развитие предприятия составляющие.

Сотрудникам современных гостиниц, наряду со знаниями и навыками в гостиничном сервисе, необходима еще и психологическая подготовка; они должны знать особенности межличностного общения, разбираться в различных психологических типах гостей, чтобы найти к каждому свой подход. Вместе с этим, очень важны личностные качества сотрудников гостиницы, такие как интуиция, навыки общения с различными категориями гостей, способность видеть ситуацию объективно, умение разрешать конфликтные ситуации и др.

В процессе управления человеческими ресурсами в гостиничном бизнесе, с силу особенностей данного вида бизнеса, - необходимо обращать внимание на ряд нюансов:

спрос в гостиничном бизнесе постоянно колеблется, зависит от многих внешних факторов; наряду с «высоким» сезоном, имеются сезоны пониженного спроса и др.;

производительность труда гостиничного персонала в большой степени зависима от личных способностей сотрудников, их мотивации, усилий и стараний; стандарты обслуживания часто субъективны (в силу специфики гостиничной услуги);

отрасль характеризуется высокой степенью «текучести» кадров; часто за год в гостинице меняется до 80% работников и др.

Еще одной особенностью, по мнению Ф. Котлера, является то, что, если гостиница обеспечивает качественное обслуживание гостей, это помогает сохранить и хороших служащих. В этом случае наем служащих облегчается, а затраты на подготовку персонала снижаются.

Кадровая политика гостиницы должна учитывать также и сезонные колебания загрузки сотрудников, и неравномерность темпа выполнения профессиональных заданий работниками, и режим ненормированного рабочего времени и многое другое.

Поэтому кадровая служба гостиничного предприятия в первую очередь должна обращать внимание на поиск сотрудников, удовлетворяющих этим требованиям, готовых работать в таких условиях.

Эффективность кадровой политики в гостинице не в последнюю очередь зависит и от степени разработанности стандартов обслуживания в различных службах гостиницы. Вся деятельность персонала должна быть по возможности максимально регламентирована, должны быть разработаны все необходимые нормы и стандарты качества обслуживания.

В силу высокой степени «текучести» кадров, невысокой квалификации многих работников (например, горничных или официантов, набираемых дополнительно на летний сезон), для поддержания высокого уровня качества обслуживания в гостиничном предприятии большинство процессов должно быть четко регламентировано и формализовано.

Список литературы

1. Вайнцвейг А. Безупречный сервис. Чтобы каждый клиент чувствовал себя королем / А. Вайнцвейг. – М.: Добрая книга, 2011. – 152 с.
2. Веснин В.Р. Менеджмент / В.Р. Веснин. – М.: Велби, 2014. – 311 с.
3. Вукович Г.Г. Рынок труда / Г.Г. Вукович, С.Н. Трунина. – М.: Феникс, 2014. – 404 с.
4. Герчикова И.Н. Менеджмент / И.Н. Герчикова. – Юнити-Дана, 2015. – 511 с.
5. Друкер П. Эффективный руководитель П. Друкер. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2015. – 761 с.
6. Европейский гостиничный маркетинг: Учебное пособие. – М.: Финансы и статистика, 2015. – 224 с.
7. Захарова Е.В. Тенденции развития внутрифирменного обучения персонала на предприятии индустрии гостеприимства и туризма / Е.В. Захарова, Е.Ю. Никольская // Научный вестник МГИИТ. – 2012. – № 2. – С. 40-48.
8. Котлер Ф. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм / Ф. Котлер, Дж. Боуэн, Дж. Мейкенз. – М.: Юнити-Дана, 2013. – 1071 с.
9. Мичелли Дж.А. Ritz-Carlton: золотой стандарт гостиничного бизнеса нового тысячелетия / Дж. Мичелли. – М.: Эксмо, 2014. – 320 с.
10. Надибоидзе О.Л. Бенчаркетинговые стратегии в подготовке кадров для сферы туризма / О.Л. Надибоидзе, А.А. Дышкокова // Молодой ученый. – 2015. – № 7. – С. 83-86.
11. Полевая М.В. Модель оценки качества ресурсного обеспечения системы подготовки кадров индустрии туризма / М.В. Полевая // Транспортное дело России. – 2014. – № 2 (16). – С. 51-54.
12. Потапова С.А. Менеджмент туризма и гостиничной индустрии / С.А. Потапова. – М.: МИЭМП, 2011. – 96 с.
13. Райли М. Управление персоналом в гостеприимстве / М. Райли. – М.: Юнити-Дана, 2012. – 191 с.
14. Савчук В.В. Современные социально-культурные проблемы и тенденции подготовки кадров в туризме / В.В. Савчук // Актуальные вопросы экономики, управления и права. – 2015. – № 6. – С. 96-103.
15. Строителева Т.Г. Экономика и управление человеческими ресурсами / Т.Г. Строителева – М.: Юнити-Дана, 2014. – 416 с.
16. Уокер Д. Введение в гостеприимство / Д. Уокер. – М.: Юнити-Дана, 2013. – 736 с.
17. Шоул Д. Первоклассный сервис как конкурентное преимущество / Д. Шоул. – М.: Альпина Паблишерз, 2012. – 338 с.

ОБУЧЕНИЕ ДОШКОЛЬНИКОВ ЧТЕНИЮ НА АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ

Чханова Валерия Сергеевна

Аннотация: Изучение иностранного языка в дошкольном возрасте положительно сказывается на развитии ребенка и формировании его картины мира. Только вот как научить маленького ребенка читать на незнакомом языке, не навредив ему и не погубив тягу к знаниям еще до похода в школу. В статье даются некоторые рекомендации по обучению детей дошкольного возраста чтению на английском языке, основываясь на наблюдениях и собственном опыте.

С начала XXI века существенно возросла популярность изучения английского языка детьми дошкольного возраста, что, в свою очередь, породило появление языковых школ, репетиторов и множество методик преподавания. Однако, не все методики универсальны и подходят всем детям, далеко не все методики являются действенными и грамотными. Дошкольники – отдельная категория обучающихся, требующая особого внимания и особого отношения. Кроме психологических аспектов обучения следует еще учитывать и тот факт, что не все дети знают русский алфавит и умеют на нем читать. А еще дети быстро переключаются, необходимо заинтересовать ребенка.

Дети подходят к изучению иностранного языка с энтузиазмом, ведь это напоминает своего рода игру, где они учат «зашифрованный» язык, на котором смогут изъясняться и никто из взрослых не будет их понимать.

Во многих языковых школах детей целый год обучают алфавиту, звукам, правильному заполнению прописей и всего нескольким иностранным словам. Чтение с письмом кажутся невыполнимой и заоблачной целью, а буквы забываются. На наш взгляд, это неправильный подход, так желание ребенка выучить язык быстро пропадает. Занятия становятся рутинной. Ребенок, а особенно, дошкольник – натура увлекающаяся, ему постоянно, на каждом этапе должно быть интересно то, что он делает. Ребенок активно познает мир и, так же активно должен переходить к чтению и письму, а не выводить целый год буквы. Когда ребенок сам увидит, что у него уже получается написать и прочитать слово, а может даже несколько, то он увидит плоды своих стараний и не захочет останавливаться на достигнутом. Однако, следует понимать, что начинать надо с простых, понятных и знакомых ему слов, это могут быть названия его любимых игрушек или животных, а так же те, которые легко и красочно иллюстрируются. То есть именно знакомые слова сначала будут служить помощниками при чтении, которые ребенок умеет правильно произносить и знает, как они звучат.

Ребенок, который учит английский алфавит параллельно с русским, легко может запутаться в буквах и звуках. Следует учесть, что многие дошкольники путают или неправильно произносят даже звуки русского алфавита. На наш взгляд, не следует учить звук через букву. Наоборот, сначала необходимо выучить незнакомый иностранный звук, а уже потом его буквенное обозначение. Обучаем ребенка понимать, распознавать и произносить звуки, чтобы было понятно,

что означают буквы. Затем учим несколько слов, чтобы их прочитать и записать. На этапе изучения простых, понятных, коротких слов мы рекомендуем начать знакомство ребенка с артиклем, множественным числом и счетом. Важно, чтобы первые слова были короткими, простыми по написанию и понятными для ребенка по произношению. На начальных этапах не стоит загружать ребенка слишком большим количеством слов, для подготовки к чтению достаточно будет только некоторого минимума.

При интеллектуальной работе ребенок быстро утомляется или ему попросту не хватает усидчивости, в таких случаях следует делать занятия короткими, устраивая перерывы или часть занятий перенести в форму игру, разнообразить задания. Так же следует заканчивать занятия на положительной ноте: в тот момент, когда у ребенка что-то хорошо получилось, чтобы у него было желание вернуться и продолжить. А еще есть небольшой секрет мотивации ребенка в виде фиксации успехов: малыш видит свои прошлые успехи и достижения и ему хочется в этот раз сделать лучше, обогнать самого себя, «выиграть».

Вот проделана огромная работа, выучены азы и можно начать приступать к письму. Мы рекомендуем рисовать картинки и писать около них слова. Ребенок слышит знакомые слова и получает «ключ» к чтению слов и букв. Рисуя при ребенке, он сможет догадываться и сам произносить слова, так же следует медленно писать слово и просить ребенка сказать, что он пишет. Так получится уже что-то похожее на чтение, то есть малыш будет называть буквы и звуки, которые на его глазах сложатся в слово. Это особенно важно, если ребенок еще не умеет читать на родном языке. Потом необходимо попросить ребенка самостоятельно написать это слово, произнося каждый звук. «Накопив» пять-шесть слов, можно поиграть в игру: нарисовать несколько рисунков и написать в беспорядке несколько слов, а потом попросить ребенка их соединить. Ребенок будет узнавать цельный облик слова, соединять картинку со словом и читать слова. Позднее необходимо задание постепенно усложнять: писать лишние слова, слова с ошибками, менять буквы местами и т.д. Далее уже можно переходить к занятиям с карточками, просить из азбуки выложить знакомое слово, устраивать диктант. При обучении малыша самостоятельному чтению, начинать следует со знакомых слов, которые читаются по правилам, например, «а robot». Скажите ребенку, что сейчас он сам и без подсказок прочитает слово, которое еще не читал. Здесь важным психологическим моментом идет акцентирование внимания на том, что ребенок сам читает, сам понимает слово и начинает радоваться своим достижениям, думая, о том, что чтение не так уж и сложно, у него все получается, он САМ. Это подогревает его интерес продолжать учиться. Дозируйте слова, не стоит переусердствовать. При изучении следующей партии слов вводите новые буквы и связки букв, возможно, ребенок их уже забыл. Напоминать о новых буквах можно через уже знакомые слова. Главная идея – при изучении нового «выдергивать» из памяти уже известное, цепляться за старое. Заставлять мозг и память работать. С новыми словами следует проделать те же процедуры, что и с первыми. Так мы уже сможем формировать первые словосочетания и коротенькие предложения, читать и писать их вместе с малышом, переходя к его самостоятельной работе. Посредством коротких предло-

жений, ребенок научится видеть и привыкнет к их структуре. Читая и записывая мини-предложения, малыш подготовится к чтению естественных предложений в тексте и будет в восторге от того, что он сам читает и понимает целое предложение. Мы рекомендуем переходить к чтению знакомых стишков и песенок, тех, которые ребенок до этого только слушал. Ему будет льстить, что сейчас он умеет читать то, что раньше мог только слышать. И начинать чтение с рукописного текста, не сразу переходить к печатному. Печатный текст для него будет новым этапом, на котором малыш почувствует себя очень важным.

Используя эти простые советы, можно не травмируя ребенка и собственную психику научить его читать на английском языке. Но никогда не перегружайте ребенка занятиями, у него не должно быть отвращения к учебе.

Итогом наших занятий является понимание ребенком алгоритма чтения и умение воспроизводить на письме буквы. Довести чтение до совершенства можно постоянной практикой, важно именно научиться читать, понять, что это и как делается. Показать ребенку, что чтение - это не страшно и не больно, что чтение - это увлекательный и познавательный процесс.

Список литературы

1. Гонина О.О. Психология дошкольного возраста. – М.: ЮРАЙТ, 2018. – 465 с.
2. Ежкова Н.С. Дошкольная педагогика. – М.: ЮРАЙТ, 2018. – 182 с.

МЕТОДЫ ПРЕПОДАВАНИЯ ЛЕКСИКИ НА УРОКАХ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА В ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УЧРЕЖДЕНИЯХ

Шарапова Юлия Алексеевна

Аннотация: Данная статья посвящена методам преподавания английского языка в общеобразовательных заведениях. В частности отмечается, что нетрадиционные формы проведения уроков дают возможность не только поднять интерес учащихся к изучаемому предмету, но и развивать их творческую самостоятельность, обучать работе с различными источниками знаний. Такие формы проведения занятий «снимают» традиционность урока, оживляют мысль. Однако необходимо отметить, что слишком частое обращение к подобным формам организации учебного процесса нецелесообразно, так как нетрадиционное может быстро стать традиционным, что, в конечном счете, приведет к падению у учащихся интереса к предмету.

В настоящее время детям и подросткам просто необходимо качественно преподавать второй язык. Современный мир открывает огромные возможности людям со знанием английского. Во-первых, интересная работа в России и за рубежом, путешествия в любые страны без услуг переводчика и поиска русских диаспор, восприятие любого визуального и аудио контента без каких-либо преград. А лучше всего изучать язык именно в школьные годы, так как это самая удачная пора для быстрого и надежного усвоения знаний.

В то же время, лексика является важнейшим компонентом в изучении языка. Речевая деятельность требует ее знания на должном уровне.

К сожалению, в российских школах уделяют до сих пор очень малое количество времени на изучение иностранных языков. Если школа не является специализированной, то 1-2 часа в неделю – это максимум, на что ребенок может рассчитывать.

В таких условиях очень важную роль играют методы преподавания, так как в столь сжатые сроки научить детей английскому – очень непростая задача. Необходимо искать и применять самые передовые и действенные методы и технологии в обучении за такие короткие сроки, так как традиционное преподавание не справится с такой задачей.

Самыми действенными методами обучения в таких непростых условиях являются активные методы, так как они заинтересовывают учащихся в усвоении новых знаний, так как они делают ученика активным участником образовательного процесса.

Освоение лексического минимума, повышение и закрепление в памяти основного активного словарного запаса – основная задача и часть обучения лексике. Обучение должно быть направлено не только на то, чтобы учащийся помнил закреплённые конструкции, но и мог приспособливаться и активно осваивать ситуации, содержащие социальные перемены.

Работа над лексикой требует двух основных этапов. Презентации и развития навыков применения.

Первый этап – это ознакомление с материалом, презентация. От него зависит вся работа над лексикой. Необходимо выбрать способ презентации, исходя из индивидуальных особенностей учеников и самого материала.

Один из способов презентации – слуховой. Он является самым предпочтительным для индивидуальных занятий, но может быть неудобен для большого количества учеников.

Первое звуковое представление слова. Например – произнесение слова учителем. После этого необходимо, чтобы ученик повторил произнесенное преподавателем слово.

Затем необходимо вторичное предъявление слова. Это может быть, например, показ самого предмета или его изображения, отображающего смысл этого слова.

Следующим шагом презентации будет проверка понимания учеником приведенного материала. Например, можно употребить слово в форме уже известной ученику конструкции предложения или просто задать вопрос: «What's the Russian for to buy?» Или же «Will you translate the word to buy, please?»

Практически самым важным этапом презентации будет просьба ученика произнести слово в контексте. Это позволит понять, сможет ли обучающийся установить морфологические и синтаксические связи в пределах данной задачи.

При успешном прохождении всех этих шагов, мы можем утверждать, что первичное освоение учеником материала было произведено.

Еще один метод – графический. Он начинается с записи слова, а продолжается и закрепляется упражнениями в письме и чтении. Подобный метод является менее эффективным, но позволяет охватить большую аудиторию.

Обычно эти методы комбинируют и даже дополняют изолированной работой в контексте, а также индивидуальными и коллективными упражнениями.

Не стоит забывать о том, что очень важным является требование записи слова в словарь. Это помогает ученикам освоить большие объемы материала. Подача материала и запись должна происходить, желательно, по темам. Например, в теме животных или растений. Путешествий или спорта. Это очень сильно активизирует память обучающегося.

Следующим глобальным этапом усвоения является практика. Как правило, этот этап не вызывает особого энтузиазма у учеников, так как связан с кропотливой и рутинной работой, что делает традиционные методы неэффективными.

Данную проблему можно решить путем использования специальных современных способов.

Методов преподавания английской лексики в школах придумано довольно много. Они варьируются по многим факторам. Однако основных современных методик не так много.

Самым распространенным и, по мнению многих, действенным методом обучения является игровой метод.

Он позволяет обучающимся не чувствовать большую нагрузку от учебного процесса, и успешно «втягивает» их в работу. В большинстве случаев, при ис-

пользовании игрового метода, ученики сами не замечают как быстро усваивают материала.

Игра в нашем случае – это особо спланированное упражнение, которое непременно включает в себя напряжение умственных способностей. Обычно игра предусматривает соревновательный и увлекательный процесс.

В процессе игры у ученика возникают сложности и ситуации, требующие принятия решений, обостряющие умственную деятельность. Кроме того, игра выступает в роли отдыха у обучающихся и дает волю развития творческим способностям. Вкупе с использованием в процессе английского языка, это открывает очень большие возможности для обучения

Внимание детей обычно довольно неустойчиво, что создает трудности в традиционном обучении. Поэтому игровые формы-вставки во время урока очень хорошо разряжают их напряжение и позволяют усваивать большие объемы знаний.

Хорошим подспорьем для обучения будет использование рифмовок и стихотворений, включающих в себя конструкции как на русском, так и на английском языке. Однако не стоит использовать классическую литературу, так как это вызывает, скорее, негативную реакцию у учащихся. Этот способ даст развитие навыкам произношения, расширению словарного запаса и усвоению грамматических особенностей. Данный способ подойдет для любого возраста, конечно, с определенными поправками.

Другим современным способом обучения детей лексике является использование компьютерных технологий.

Использование компьютера и большого экрана дает широкие возможности показа предмета изучения, различные аудио и видео методы обучения. Программное обеспечение может позволить прохождение тестов и развивающих специализированных компьютерных игр.

Показание на экране слова с изображением и последующая просьба записи и повторения является очень действенной методикой.

Различные упражнения, основанные на игровых, традиционных и компьютерных методиках обучения – это основное средство изучения английского языка.

Необходимо совершенствовать современные методы преподавания, так как это основной способ увеличить эффективность изучения английского в школах.

Нетрадиционные формы проведения уроков дают возможность не только поднять интерес учащихся к изучаемому предмету, но и развивать их творческую самостоятельность, обучать работе с различными источниками знаний. Такие формы проведения занятий «снимают» традиционность урока, оживляют мысль. Однако необходимо отметить, что слишком частое обращение к подобным формам организации учебного процесса нецелесообразно, так как нетрадиционное может быстро стать традиционным, что, в конечном счете, приведет к падению у учащихся интереса к предмету.

Список литературы

1. Илбин М.С. Основные теории упражнений по иностранному языку. Под ред. проф. В.С. Цетлина. - М., «Педагогика», 1975.
2. Рогова Г.В., Рабинович Ф.М., Сахарова Т.Е. Методика обучения иностранным языкам в средней школе. - М.: Просвещение, 1991.
3. Рогова Г.В., Верещагина И.Н. Методика обучения английскому языку на начальном этапе в общеобразовательных учреждениях. - М.: Просвещение, 1998.
4. Соловова Е.Н. Методика обучения иностранным языкам: базовый курс лекций: пособие для студентов под. Вузов и учителей. - 3-е изд. - М.: Просвещение, 2005.
6. Щукин А.Н. «Обучения иностранным языкам»: Теория и практика: - М: Филоматис, 2004

РАЗРАБОТКА ПО СОВЕРШЕННОСТИ ФИНАНСИРОВАНИЯ ДОУ НА УРОВНЕ МУНИЦИПАЛИТЕТА

*Широкова О.С.,
магистр
ОЧУ ВО «Московская международная академия»*

Аннотация: Одним из неотъемлемых конституционных прав гражданина Российской Федерации является образование. Известно, что страны, демонстрирующие высокие темпы экономического роста, выделяют образование и повышение уровня грамотности в качестве приоритетных направлений государственной политики. В развитых странах, прежде всего европейских, в том числе и в России уже стало нормой среднее и высшее образование, даже не смотря на то, востребовано ли оно на рынке труда или нет. Сложно представить, что еще в конце XIX образование было элитарным, а о дошкольном образовании не было и речи. В настоящий же момент дошкольное образование - первая и одна из основных ступеней в системе образования. Дошкольное образование формирует общую культуру, развивает интеллектуальные, физические и личностные качества, готовит к дальнейшей учебной деятельности, содействует коррекции недостатков в физическом и психическом развитии воспитанников. Основным источником финансирования дошкольного образования в России – это бюджетные средства.

Ключевые слова: финансирование, государственно-частное партнерство, муниципалитет, дошкольные учреждения, финансовые механизмы

DEVELOPMENT ON THE PERFECTION OF DOW FINANCING AT THE MUNICIPAL LEVEL

Oksana Shirokova

Annotation: One of the inalienable constitutional rights of a citizen of the Russian Federation is education. It is known that countries that demonstrate high rates of economic growth, providing education and literacy as priority areas of state policy.

In developed countries, especially in Europe, including Russia, secondary and higher education has already become the norm, even though it is in demand in the labor market or not. It's hard to imagine that back in the late-nineteenth century, education was elitist, and pre-school education was out of the question. At the moment, pre-school education is the first and one of the main stages in the education system.

Pre-school education creates a common culture, developing intellectual, physical and personal qualities, prepares you for further learning activities, facilitates correction of shortcomings in physical and mental development of pupils.

The main source of funding for pre – school education in Russia is budget funds.

Keywords: financing, public-private partnership, municipality, preschool institutions, financial mechanisms

Последние годы не только в развитых западных странах, прежде всего европейских, но и уже в России становится нормой среднее и высшее образование, даже не смотря на то, востребовано ли оно на рынке труда или нет. Казалось бы сложно представить, что еще в конце XIX образование было элитарным, а о дошкольном образовании не было и речи. В настоящий же момент дошкольное образование – первая и одна из основных ступеней в системе образования. Дошкольное образование формирует общую культуру, развивает интеллектуальные, физические и личностные качества, готовит к дальнейшей учебной деятельности, содействует коррекции недостатков в физическом и психическом развитии воспитанников. Основным источником финансирования дошкольного образования в России – это бюджетные средства.

Особенность финансирования дошкольных образовательных учреждений заключается в том, что финансирование непосредственно обучения и воспитания детей и расходов на их содержание. В случае с муниципальным ДОО большую часть расходов принимает на себя муниципальный бюджет.

Механизм бюджетного финансирования дошкольного образовательного учреждения основывается на ряде принципов:

1. Деятельность ДОО финансируется учредителем в соответствии с муниципальным заданием; Финансирование осуществляется на основе нормативов субъекта федерации и местных нормативов, которые определяются в расчете на каждого воспитанника по определенному виду и категории дошкольного образовательного учреждения[1];
2. Как известно, основная деятельность дошкольных образовательных учреждений – оказание качественных услуг по обучению и воспитанию ребенка.
3. После принятия закона «Об автономных учреждениях» финансируется не деятельность дошкольного учреждения, а выполнение им государственного и муниципального задания с учетом расходов на содержание необходимого для этого имущества.

Муниципальное задание должно соответствовать объему и качеству услуг, предоставляемых дошкольным образовательным учреждением, и размером средств муниципального бюджета, направляемых на эти цели. Следовательно, при составлении муниципального задания необходимо:

1. Проанализировать потребность в дошкольных образовательных услугах. Данный этап включает проведение социологических исследований, сбор и обработку статистических данных для получения данных об объеме и формах необходимых услуг и качестве их предоставления.
2. Проанализировать ресурсы системы дошкольного образования. Данный этап включает анализ материально-технического обеспечения, кадрового потенциала, объема финансовых ресурсов и т.п.
3. Сформировать критерии отбора и размещения задания. В публичном конкурсе все имеющие лицензию на этот вид образовательной деятельности учреждения.

Полученные на выполнение муниципального задания средства расходуются дошкольным учреждением на оказание услуг, содержание недвижимого и

особо ценного имущества, на уплату налогов. Также возможно сохранение сэкономленных в процессе работы денежных средств при обязательном условии выполнения задания муниципалитета. Сэкономленные финансовые средства необходимо направлять на повышение уровня заработной платы сотрудников и обеспечение повышения качества оказываемых услуг [2]. Но чаще всего муниципальных средств хватает только лишь на выполнение муниципального задания.

В условиях нестабильной экономики происходит сокращение финансирования дошкольных образовательных учреждений, что крайне нежелательно, так как система образования представляет собой наиболее значимую социальную отрасль национальной экономики России.

Финансирование дошкольных образовательных учреждений является острой проблемой для всей системы образования. Во многих детсадах условия содержания детей нуждаются в совершенствовании по многим направлениям это и материально-техническая база и организация питания.

Актуальность исследования обусловлена тем, что модернизация дошкольных организаций взаимосвязана от изменений бюджетного законодательства Российской Федерации, которые повышают самостоятельность в принятии решений для руководителя дошкольной организации, как в педагогической, так и финансовой деятельности.

В настоящее время в Российской Федерации совершенствование и финансовое обеспечение дошкольного образования представляет собой одно из первоочередных задач государственной политики в сфере образования [6].

Бюджетная реформа в России, которая направлена на повышение эффективности услуг дошкольного образования в условиях нестабильности осуществляется в условиях сохранения расходов бюджетов на финансирование образования, но в данном случае специфика услуг дошкольного образования, которая непосредственно связана с непрерывностью образовательного процесса и пристрастием к ребенку, не учитывается.

Стоит отметить, что однотипные детские сады, которые работают в одних и тех же условиях, финансируются из бюджета в зависимости от установленных дифференцированных нормативов, то есть механизм финансового обеспечения оказываемых ими государственных услуг

сохраняет субъективные признаки при распределении бюджетных ассигнований [2].

В данном случае объективной необходимостью служит создание определенных условий и необходимых стимулов: с точки зрения учреждений дошкольного образования к привлечению внебюджетных источников финансового обеспечения и уменьшению внутренних издержек детского сада; для органов госвласти и местного самоуправления – к оптимизации структуры и состава расходов бюджета на содержание дошкольного учреждения и непосредственно форм предоставления бюджетных ассигнований.

Стоит отметить, что установившийся механизм финансового обеспечения дошкольного образования на сегодняшний день не эффективен и отличается низкой результативностью; нет ориентации на достижение высокой эффективности

расходов бюджета не только форм, но и методов предоставления бюджетных средств на оказание услуг в сфере дошкольного образования.

Вместе с тем, основными недостатками финансирования дошкольного образования выступают [3]:

- несвоевременность и несовершенство законодательства финансирования государственных заданий,

- теоретический и формальный характер применения основных принципов нормативно-подушевого финансирования, что непосредственно ведет к снижению эффективности мер государственной политики, которые направлены не только на развитие, но и на повышение качества дошкольного образования.

Российская Федерация в соответствии со статьей 7 Конституции является государством, политика которого в первую очередь сконцентрирована на создании условий, которые должны обеспечить достойную жизнь человека [7].

За последние пять лет в корне изменилось законодательство РФ, которое направлено на совершенствование правового статуса государственных и муниципальных учреждений. Результатом изменений явилась фундаментальная реформа системы финансового обеспечения оказания государственных и муниципальных услуг: государство отказалось от сметного финансирования и произошел переход на субсидирование госучреждений, что позволило снизить ограничения в управлении учреждений и увеличить их самостоятельность в распоряжении материальными и денежными ресурсами.

На перспективу до 2018 года совершенствование механизмов по регулированию деятельности бюджетных учреждений с целью повышения результативности, ответственности и прозрачности управления финансами является основополагающим условием повышения не только уровня, но и качества жизни населения, а также устойчивого экономического роста [4].

В связи, с чем решение проблем исполнения финансовых обязательств дошкольных учреждений, механизмов бюджетного финансирования их деятельности в условиях нестабильности выступает одним из главных условий социально-экономического развития России.

Стоит отметить, что средства бюджета выступают основным источником финансирования расходов на образование практически во всех странах мира, в том числе и в России [5].

Необходимость бюджетного финансирования дошкольных учреждений обусловлена не только ролью в социально-экономическом развитии государства, но и свойствами образовательных услуг как общественного товара. Тем не менее, размер бюджетных ассигнований нельзя определять исходя только из требований практики.

Здесь, процесс государственного регулирования выступает в качестве установления государственного заказа, который подлежит бюджетному обеспечению, и соблюдение социальных нормативов, как в натуральном, так и в денежном исчислении.

В соответствии с российским законодательством установлено, что в системе образования государственный заказ соответственно включает следующие па-

раметры: количество детей, образовательный госстандарт, основные нормативы бюджетного финансирования.

Стоит отметить, что законом «Об образовании» от 29.12.2012 N 273-ФЗ (ред. от 02.03.2016) (ст.65.5) утверждена норма о компенсации части родительской платы за содержание ребенка в дошкольном учреждении: на первого ребенка 20% от размера фактической родительской платы, на второго ребенка 50%, на третьего ребенка и последующих детей 70 % [1].

Здесь стоит учитывать, что финансирование расходов, связанных с предоставлением компенсации это расходное обязательство субъектов Российской Федерации [3]. Государство обеспечивает софинансирование отраженных выше расходов путем предоставления бюджетам субъектов субсидий, определяемых с учетом среднего сложившегося в этом субъекте размера фактической родительской платы в детском саду.

Стоит отметить, что в условиях нестабильной экономики происходит сокращение бюджетного финансирования дошкольных учреждений, на сегодняшний день оно не позволяет покрыть расходы по затратам не только на текущее содержание учреждения, но и капитальные расходы.

Следовательно, с целью обеспечения финансовой стабильности дошкольного образования необходимо пересмотреть нормативы бюджетного финансирования детских садов с учетом не только вида и категории, но и последовательности и механизма дифференциации родительской платы.

Итак, основной проблемой финансирования дошкольных учреждений является нехватка средств бюджета на содержание и развитие дошкольного образования, что тормозит не только образовательный процесс РФ, но и снижает эффективность социального развития населения в целом, что оказывает негативное влияние на национальную экономику России.

Финансовое обеспечение дошкольных учреждений исполняется на базе утвержденных правительством нормативов, однако в настоящее время в условиях нестабильности эти нормативы не соблюдаются, так как финансирование образования напрямую зависит от бюджетных доходов.

Неэффективность и постоянное недофинансирование дошкольного образования способствует не только снижению материально-технического обеспечения детсадов, но и ведет к низкому уровню оплаты труда, что способствует росту текучести и потери квалифицированных кадров. Все это приводит к понижению качества не только дошкольного, но и образования в целом, способствует не только научно-техническому отставанию, но и росту социальной напряженности в обществе.

Стоит отметить, что финансирование дошкольного образования в связи с переходом на новую методику финансирования (среднедушевые нормы) в условиях нестабильной экономики резко сократилось с 55 845,1 тыс.руб. в 2014 году до 15 289,5 тыс.руб. в 2015 году (на 72,6%). Стоит отметить, что в перспективе в 2016 году дошкольное образование планируется профинансировать в размере 9 417, 8 тыс.руб.

Таким образом, необходимо выделить первостепенные задачи в области финансирования дошкольных учреждений:

1. Повысить объем бюджетных средств на финансирование детских садов, сделав его первоочередным.
2. Пересмотреть структуру расходов внутри всей отрасли «Образование», приумножив размер расходов на дошкольное образование по опыту развитых стран.

С повышением финансирования дошкольного образования повышается культурный и духовный уровень населения.

Список литературы

1. Федеральный закон от 29.12.2012 N 273-ФЗ (ред. от 03.07.2016) «Об образовании в Российской Федерации» (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.09.2017)
2. Абанкина И.В. Финансирование дошкольного образования: стратегия на повышение качества и ответственности/ Сборник материалов 1 ежегодной международной научно-практической конференции «Воспитание и обучение детей младшего возраста». – 2015 г., С.141-148.
3. Ивойлова И.В. Нормативно-подушевое финансирование – прозрачный бюджет/ Российская газета. – 08.02. 2016 г.
4. Поляк Г.Б. Государственные и муниципальные финансы. 4-е изд., перераб. и доп. Учебник. - М.: ЮНИТИ, 2016. - 391 с.
5. Ракитина И.С. Государственные и муниципальные финансы. учебник и практикум для академического бакалавриата / И.С. Ракитина, Н.Н. Березина. - Люберцы: Юрайт, 2016. – 333 с.
6. Семенихин В.В. Бюджетное финансирование образовательных организаций. - 06.10.2015 г. 185 с.
7. Соловьев И.Н. Государственные финансы: уголовно-правовая защита: Учебное пособие. – М.: Проспект, 2016. – 240 с.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ АНГЛО-РУССКОГО ПЕРЕВОДА НАУЧНО-ПОПУЛЯРНОГО ТЕКСТА

Шкарбань Сергей Владимирович

Аннотация: Настоящая статья посвящена теоретическим основам перевода английских научно-популярных статей. Выявлены лексические и грамматические особенности научно-популярных статей и приемы, используемые при их переводе на русский язык.

Данная статья посвящена проблемам перевода английского научно-популярного текста. Многие лингвисты считают, что не существует единой классификации текстов, т.к. речевые стили влияют друг на друга. Выделяют шесть функционально-стилевых типов текстов:

- разговорные (разговорно-бытовые, разговорно-деловые);
- официально-деловые, имеющие регламентированную форму;
- общественно-информативные;
- научные для специалистов и научно-популярные для неподготовленного читателя;
- художественные;
- религиозные [Виноградов 2005: 224].

Катарина Райс предлагает дифференциацию функциональных стилей по критерию языковой функции, основанную на:

- содержании (сообщения прессы, официальные документы, учебная литература);
- форме (поэзия и художественная проза);
- обращении (рекламные тексты, проповеди);
- аудио-медиаальных текстах [Райс 1978: 202].

Комиссаров В.Н. предлагает две классификации видов перевода: по характеру переводимых текстов и по характеру речевых действий переводчика, выделяя два функциональных вида перевода: художественный и информативный.

Задачей художественного перевода является перевод текстов, оказывающих художественно-эстетическое воздействие на читателя.

В информативном переводе преобладает информационное повествование. Он делится на перевод научно-технических, официально-деловых, политико-публицистических, газетно-информационных, патентных материалов. [Комиссаров 1990: 96]

Научным считается перевод научных, научно-популярных и учебно-научных текстов. В.В. Виноградов делит тексты научного стиля на специальные и научно-популярные. Их объединяет функция сообщения и соблюдение логически последовательного, объективного, доказательного изложения содержания [Виноградов 2001: 60].

Научный стиль делится на собственно-научный, учебно-научный, технический и научно-популярный подстили.

Собственно-научному стилю присуща строгость изложения. Это тексты ученых, адресованные специалистам.

Учебно-научный подстиль присущ учебным пособиям и лекциям, отличается упрощенной системой доказательств и простой структурой предложений.

К техническому подстилю относят технические описания, инструкции. [Рецкер 2007:12]

Научно-популярный подстиль – это научно-популярная литература для широкого круга читателей. Ей присущи:

- противоположные жанрово-стилевые особенности;
- упрощение научных понятий;
- сокращение терминов;
- подробная аргументация, образность и экспрессивность языка.

Научный и научно-популярный стили имеют общую коммуникативную задачу, но различные частные коммуникативные задачи и сферы функционального применения. [Арнольд 2002: 252]

Согласно М.Н. Кожиной, научно-популярному стилю присущи:

- подробность изложения научных данных;
- раскрытие общих положений на конкретных примерах;
- подчеркивание хода логической мысли особыми речевыми средствами;
- минимизация терминов и разъяснение их значения;
- «не загромождение» научными фактами, чтобы дать «отдых» читателю, делая «вставки» не собственно научного содержания;
- разные речевые приемы для активизации внимания читателя;
- оригинальность выражения. [Кожина 2011: 57]

Научно-популярные тексты отличает:

- наглядность;
- простые синтаксические конструкции;
- замена терминов пояснениями;
- эмоционально-оценочная лексика;
- средства художественной выразительности;
- элементы разговорного стиля;
- конкретизация текста;
- нешаблонность изложения;
- актуализация внимания читателя с помощью тропов, вопросно-ответных комплексов. [Арнольд 2002: 238]

Лексическими приемами являются: лексический повтор, антитеза, метафора; эпитет.

На уровне морфологии языку присущи личные местоимения, формы настоящего простого и продолженного времени.

На синтаксическом уровне: повествование от первого лица; парцелляция; вопросно-ответные комплексы; риторические вопросы.

Лексика данных текстов делится на общелитературную, общенаучную и специальную [Комиссаров 2002: 87].

Стилистические особенности включают эмоциональную окраску научных вопросов, аргументированность и точность, активизацию внимания.

Экспрессивные синтаксические средства обычно находятся в заголовках, в начале и конце текста и служат для образования коммуникативно-дискурсивной и эмоционально-оценочной рамки произведения, мобилизующей внимание и интерес адресата, выражающей авторскую оценку. [Кожина 2011: 239]

Для раскрытия научных понятий используются метафоры. Сам процесс перевода является межъязыковой трансформацией, преобразуя текст на одном языке в эквивалентный ему текст на другом. [Бархударов: 6]

При переводе встречаются единицы, не имеющие соответствий в переводящем языке. В этом случае используется нулевой перевод (отказ от передачи значения единиц по причине его избыточности); приближенный перевод (использование единицы, частично соответствующей единице исходного языка) и трансформационный перевод, когда значение единицы, не имеющей эквивалента, передается с помощью переводческой трансформации. [Казакова 2001:166]

Юджин Найда ввел понятие «динамической эквивалентности», при котором воздействие на получателя перевода важнее формального соответствия подлиннику. Он делит процесс перевода на анализ, перенос и реструктурирование, т.е. восприятие сообщения, его осмысление и порождение эквивалентного перевода. [Nida: 66]

В.Н. Комиссаров делит переводческие трансформации на грамматические, лексические и комплексные лексико-грамматические. [Комиссаров 2002: 172]

Лексические трансформации (транскрибирование и транслитерация, калькирование; лексико-семантические замены) преобладают.

Транскрибирование и транслитерация воссоздают форму лексической единицы исходного текста с помощью звуковой формы иноязычного слова и его буквенного состава.

Калькирование заменяет части лексической единицы оригинала лексическими соответствиями.

Лексико-семантические замены делятся на конкретизацию, генерализацию и модуляцию. При конкретизации значение исходной единицы переводящего языка с узким значением заменяет слово исходного языка с более широким значением. При генерализации – единица исходного языка с узким значением заменяется единицей переводящего языка с более широким значением. Модуляция заключается в замене слова в исходном языке единицей переводящего языка, значение которой логически выведено из значения исходной единицы. При экспликации лексическая единица исходного языка заменяется словосочетанием, объясняющим его на языке перевода. При компенсации элементы смысла, утраченные при переводе единицы языка оригинала, передаются в тексте перевода другими средствами, восполняя утраченный смысл. [Зайцева: 173]

К грамматическим трансформациям относят синтаксическое уподобление; членение и объединение предложений; грамматические замены.

Лексико-грамматические трансформации включают антонимический перевод, экспликацию, компенсацию.

В классификации Л.С. Бархударова четыре вида трансформаций: перестановка, замена, добавление, опущение. Перестановка - изменение расположения элементов языка в тексте перевода относительно текста оригинала. Замена является самой частой трансформацией и делится на замену части речи, члена предложения, простого предложения сложным и наоборот, главного предложения придаточным и наоборот, подчинения сочинением, союзной связи бессоюзной; следствия причиной и наоборот, синтаксическую замену в сложном предложении, конкретизацию, генерализацию, антонимический перевод, компенсацию. При добавлении восстанавливаются опущенные в исходном языке слова. Опущение является способом перевода, обратным добавлению. [Комиссаров: 190]

Выводы

Каждому тексту присущи свои функционально-стилевые характеристики, обуславливающие выбор средств перевода.

Не существует единой классификации стилей.

Статус научно-популярного стиля речи в системе функциональных стилей не определен.

Язык научно-популярной литературы близок к общелитературному.

Научно-популярные тексты относятся к группе информативных текстов для широкой аудитории.

Главные виды лексических трансформаций включают транскрибирование и транслитерацию, калькирование и лексико-семантические замены.

Самыми частыми грамматическими трансформациями являются синтаксическое уподобление, членение предложения, объединение предложений, грамматические замены.

Комплексными лексико-грамматическими трансформациями являются антонимический перевод, экспликация и компенсация.

Список литературы

1. Арнольд И.В. Стилистика. Современный английский язык: Учебник для вузов. — 4-е изд., испр. и доп. — М.: Флинта: Наука, 2002. — 384 с.
2. Виноградов В.В. Введение в переводоведение (общие и лексические вопросы). -- М.: Издательство института общего среднего образования РАО, 2001, -- 224 с.
3. Гальперин И.Р. Стилистика английского языка. Учебник// Изд. стереотип. URSS, 2018,--336 с.
4. Казакова Т.А. Практические основы перевода. -- Серия: Изучаем иностранные языки - СПб.: «Издательство Союз», -- 2001, -- 320 с.
5. Кожина М.Н. О речевой системности научного стиля сравнительно с некоторыми другими. Стилистика русского языка. Москва, 2011, 396 с.
6. Комиссаров В.Н. Лингвистика перевода. Либроком, 2019.-176 с.
7. Литке М. В. Научно-популярные и научно-познавательные журналы: проблема типологической классификации // Журналистский ежегодник, №3, 2014, 60 с.

8.Рецкер Я.И. Теория перевода и переводческая практика. 2-е изд., стереотип. – Москва : Р. Валент, 2007. – 240 с.

9.Кожина М.Н. Стилистический энциклопедический словарь русского языка. 2-е издание, стереотип. — М.: Флинта: Наука, 2011. — 696 с.

10. Бархударов Л.С. Язык и перевод <http://www.classes.ru/grammar/125.Barhudarov-yazik-i-perevod/> (15.11.2018)

11. Комиссаров В.Н. Теория перевода. Лингвистический аспект. http://www.classes.ru/grammar/43.Teoriya_perevoda_Lingvicticheskiye_aspekty/ (12.12.2018)

12. Комиссаров В.Н. Современное переводоведение http://www.classes.ru/grammar/_109.Komissarov_Sovremennoe_perevodovedenie/html/7-.html(21.01.2019)

13. Райс К. Классификация текстов и методы перевода // Вопросы теории перевода в зарубежной лингвистике. <http://www.philology.ru/linguistics1/reiss-78.htm> (15.01.2019)

КЛАССИФИКАЦИЯ ЖАНРОВ ПОЛИТИЧЕСКОГО ДИСКУРСА

Щербак Николай Валентинович

Аннотация: В статье исследуются различные варианты классификаций жанров, основополагающие особенности формирования отдельных жанров политического дискурса.

В политическом дискурсе, как и в любой другой лингвокультурологической дисциплине существует определенное количество жанров. Важным аспектом в изучении политического дискурса является само понятие жанра. Одно из наиболее распространенных определений понятия жанр было дано М.М. Бахтиным. В нем он описывает жанр, как «устойчивый тип высказывания, выработанный в определенной сфере использования языка [1, с. 132]. Бахтин утверждает, что главной составляющей речевого общения является высказывание. «Использование языка осуществляется в форме единичных конкретных высказываний (устных или письменных) участников той или иной области человеческой деятельности. Эти высказывания отражают специфические условия и цели каждой такой области не только своим содержанием (тематическим) и языковым стилем, то есть отбором словарных, фразеологических и грамматических средств языка, но прежде всего своим композиционным построением. Все эти три компонента – тематическое содержание, стиль и композиционное построение – неразрывно связаны в целом высказывания и одинаково определяются спецификой данной сферы общения» [2, с. 68].

С точки зрения Бахтина важным аспектом высказывания является его завершенность, которая возникает ввиду изменений субъектов речи. Также высказыванию присуща целостность, оно представляет собой вербализацию воли говорящего субъекта. Каждое высказывание по своей природе уникально, однако каждая область использования языка создает свои собственные типы высказываний. Именно они и называются речевыми жанрами.

В одной из своих работ профессор О.А. Крылова приходит к выводу, что «высказывание означает не предложение, а некую единицу общения, которой свойственна смысловая завершенность и которая отграничена от других подобных единиц сменой субъектов речи» [3, с. 59]. Она предложила изменить определение, данное М.М. Бахтиным, заменив слово «высказывание» словом «текст». Из этого следует, что под определение вида текста (или речевого жанра по Бахтину) можно подвести и всевозможные разновидности текстов, такие как рассказ, повесть, роман, а так же ситуативные высказывания, такие как вопрос, возражение или реплика. Тем не менее, на данный момент не существует консенсуса по поводу критериев, которым необходимо следовать при выделении категорий и типов текстов.

В представлении большого числа лингвистов, таких как В.В. Дементьева, Р. Хассан, Т.В. Шмелевой, Т. Люкманна и Т.В. Матвеевой речевой жанр представляет из себя систему речевого общения, используемую в типовых ситуациях для последовательного решения задач коммуникации. К еще одному из важнейших аспектов, влияющих на формирование речевого жанра, стоит отнести контекст.

В.Е. Гольдин, В.Хэнкс и Дж. Гиббонс в свою очередь отметили взаимосвязанность контекста, вербальных и невербальных аспектов поведения и поступков, совершенных участником речевого акта.

С. Левинсон даже вводит термин «тип деятельности» с целью описать «социальные эпизоды», которыми обусловлено использование языка. При таком определении «типа деятельности» от него зависит успешность коммуникативного акта, а так же восприятие слушателем речи говорящего. В связи с этим Левинсон упоминает предложенную Л. Витгенштейном «доктрину языковых игр», в которой говорится, что для того чтобы понять высказывание следует понять природу деятельности, которая сопровождается данным высказыванием. Более подробно данная концепция освещается в теории речевых актов.

При рассмотрении текста, как тематически обособленной речи, будь то устная или письменная, следует отметить важность жанра, который является характеристикой, определяющей цель, с которой был создан тот или иной текст. Главной единицей, отвечающей за тематику текста, является диктема. Диктема – это элементарная единица текста, которая формируется из предложений. Диктема имеет 4 функции:

- Ситуативная номинация
- Обобщенная предикация
- Смысловая тематизация
- Коммуникативно-адаптивная стилизация.

Эти функции были описаны М.Я. Блохом в одной из работ [4, с. 16]. Жанр можно представить как множество элементов, иллюстрирующих характер деятельности, которые репрезентируют цель речевой деятельности.

Очевидно, что существует связь между деятельностью человека и жанром, представленным как основополагающая особенность речи. В основе каждого типа человеческой деятельности лежит язык. В то же время субъектом деятельности индивида является его языковая личность. Исходя из этого, следует, что большое значение приобретает контекст, который обрамляет коммуникативный акт.

Политическую деятельность представляет собой особый вид социальной активности индивида, при которой политическая власть используется для принятия тех или иных решений в сфере управления социумом.

Основываясь на многих исследованиях политической коммуникации, можно предложить следующие классификации политического дискурса.

При сопоставлении устной и письменной речи выделяют:

- жанры устной речи;
- жанры письменной речи.[5, с.54, 6с.78–87]
- При сопоставлении монологической и диалогической речи выделяют:
- монологические жанры;
- диалогические жанры.[5, с.54]

По объему информации среди жанров политической коммуникации различают [5, с.54]:

- малые жанры;
- средние жанры;

- крупные жанры.

Профессор Е.И. Шейгал включает в понятие политического дискурса не только статусно-ориентированное, но так же и личностно-ориентированное общение. Можно рассмотреть жанры политического дискурса на шкале официальности (институциональности), где первая ступень представляет собой минимальную ступень официальности, а последняя – наивысшую:

- Слухи, личные беседы с друзьями и родственниками о политике, политические анекдоты;
- Граффити в общественных местах, раздача листовок с политическим содержанием;
- Письменные обращения граждан в государственные органы;
- Политический скандал (находится на грани личного и официального);
- Пресс-конференции;
- Публичные дискуссии и дебаты;
- Публичные выступления, речи политических лидеров;
- Законы, указы, поручения правительства и прочие политические документы;
- Международные переговоры, официальные встречи глав государств [7, с.313-314].

В. Дикманом была предложена иная классификация жанров политического дискурса:

- общественно-институциональная коммуникация;
- коммуникация между институтом и гражданином;
- коммуникация между агентами в институтах. [8, с.280]

Основываясь на классификации, предложенной В. Дикманом, Е.И. Шейгал рассматривает жанр как часть процесса коммуникации, а политические дискурсы распределяются по событиям, внутри которых он происходит. Одному событию могут быть присущи сразу несколько жанров политического дискурса, при этом они могут иметь циклический, календарный и спонтанный характер. Взяв за основу классификацию М.М. Бахтина, Е.И. Шейгал предлагает выделять жанры институциональной коммуникации, которые являют собой первичный вариант дискурса, как основу политической деятельности (лозунги, дебаты, конституции, законы) и вторичные жанры, более неформальные (мемуары, интервью, разговоры о политике, карикатуры) [8, с. 328].

Так же жанры политического дискурса можно распределить по характеру интенции (намерения):

- ритуальные/эпидейктические жанры (инаугурационная речь, юбилейная речь, радиообращение), в которых преобладает интеграционная фатика;
- ориентационные жанры, которые являют собой тексты с ярко выраженным информационно-прескриптивным характером (конституция, указ, соглашение);
- агональные жанры (лозунги, реклама, дебаты) [8, с. 330].

С точки зрения Н. Фэрклафа, главной трудностью в выделении жанров

политического дискурса выступает его неоднородность и субъективности понимания политики разными индивидами как сферы общественной жизни. Жанры политического дискурса подвержены изменению в связи с постоянно протекающими процессами изменений в социуме. При разграничении жанров политического дискурса по сферам человеческой деятельности и функциям, которые они выполняют, Н. Фэрклаф относит к политическим жанрам:

- Жанры, относящиеся к политической системе;
- Жанры, относящиеся к политическим медиа;
- Жанры, относящиеся к политической публицистике [9, с. 33].

Х. Гирнт так же опирается на функционально-деятельностный подход в своей классификации. Принимая во внимание понимание жанра с точки зрения функциональности, он предлагает разделять политические действия по следующим функциональным сферам действия:

- Законодательство;
- Самопрезентация;
- Создание общественного мнения;
- Достижение согласия внутри партии;
- Реклама и сбор голосов;
- Исполнение;
- Контроль;
- Выражение оппозиционных настроений [9, с.54].

В данной классификации наглядно отражено функциональное разделение жанров политического дискурса.

Профессор А.П. Чудинов в своих работах предлагает разграничивать жанры по целям высказывания:

Информативные;

- Оценочные;
- Императивные [7, с.54].

Жанр может включать в себя как одну, так и сразу все три вышеперечисленные цели, например в агитационной листовке.

Проанализировав все вышеперечисленные варианты градации жанров политического дискурса можно попытаться предложить свой вариант, взяв за основу понимание жанра как характеристики, лежащей в основе целеполагания текста, которая определялась бы деятельностью индивида в определенной ситуации коммуникации:

- Жанр, главной целью в котором является донесение информации;
- Убеждающий жанр, ставящий в приоритет способность к убеждению аудитории;
- Жанр, целью которого является призыв, побуждение к действию;
- Жанр, направленный на выражение раскаяния, в том или ином действии, совершенном оратором.

В основе данной классификации лежит принцип признания того факта, что человеческая деятельность является важным фактором в общении. Деятельность политиков может иметь коммуникативную направленность, например: информи-

ровать граждан, убеждать их в правильности той или иной точки зрения, призывать к определенным действиям, а также оправдывать чужие поступки. Так же стоит упомянуть политическую пропаганду, которая может характеризовать все приведенные выше жанры.

Главной целью текста, относящегося к информационному жанру, является информирование граждан, будь то публичные выступления, послания к правительству, телевизионные передачи, статьи в газетах и журналах. Информационный жанр чаще всего реализуется в виде диктемфактуального вида (сообщениях).

К убеждающему жанру можно отнести предвыборные дебаты, обращения к народу, выступления на собраниях. В данном жанре главную роль играет намерение политика разъяснить ту или иную политическую ситуацию и убедить слушателя в правильности своей точки зрения. Для достижения этой цели политик прибегает к приемам убеждения, таким как высмеивании позиции оппонента, разоблачении, обвинении, а также оправдании своей точки зрения, как единственно верной.

В призывный жанр входят публичные выступления, публикации в газетах, выступления на телевидении, политические лозунги. Главным намерением является призыв окружающих к какому-либо действию, основанный на диктемах установочного типа (призывах). Политик может использовать аргументы, для подкрепления своей позиции.

В жанре-раскаянии преобладает намерение признания своей неправоты и желание объяснить сложившуюся ситуацию. Говорящий раскаивается и заявляет о том, как он сожалеет о содеянном. Зачастую акт раскаяния может сопровождаться призывами к совместному решению проблем и предложениями путей их решения. В данном жанре преобладают диктемы установочного вида.

Предложенная классификация жанров политического дискурса отражает в себе предметность содержания политического текста, которая, в свою очередь, определяется целью высказывания, рассматриваемой как главный аспект речевого общения. Предметное и целевое содержание текста в полной мере реализуется в процессе общения. Отличительные черты жанров политического дискурса находят отражение в ситуации речевого общения, а интересы политических субъектов являются ключевыми факторами в определении речевого взаимодействия.

Список литературы

- 1.Бахтин М. М. Проблема речевых жанров // Эстетика словесного творчества. М.: Искусство, 1986.– 263 с.
- 2.Бахтин М. М. Собрание сочинений. Т. 5. Работы 1940-х – начала 1960-х годов. М.: Русские словари, 1997. – 159 с.
- 3.Крылова О. А. Лингвистическая стилистика. Кн. 1. М.: Высшая школа, 2006. – 226 с.
- 4.Блох М. Я., Великая Е. В. Просодия в стилизации текста. М.: Прометей, 2011. – 120 с.
- 5.Чернявская В. Е. Интерпретация научного текста. М.: КомКнига, 2005.
- 6.Тортунова И. А. К вопросу о жанровой классификации политических

PR-текстов // Язык, сознание, коммуникация: Сб. статей. М.: МАКС Пресс, 2006. Вып. 32.-108с.

7. Чудинов А. П. Дискурсивные характеристики политической коммуникации // Политическая лингвистика. 2012. №2(40).

8. Шейгал Е. И. Семиотика политического дискурса. Волгоград, 2000. – 440 с.

9. Fairclough N. Genres in political discourse // Encyclopedia of Language and Linguistics. Oxford, Elsevier, 2005.

10. Girth H. Texte in politischen Diskurs. Ein Vorschlag zur diskursorientierten Beschreibung von Textsorten // Muttersprache. 1996.

ЛИТЕРАТУРНЫЙ ЯЗЫК: ОПРЕДЕЛЕНИЕ И РОЛЬ ПЕРЕВОДА

Эдиашвили Давид Наскидович

Аннотация: В статье рассматривается понятие литературного языка в лингвистической науке. Критерием для его определения в качестве обработанного, стилистически и жанрово оформленного, предлагается наличие в нём письменного перевода, служащего механизмом перенимания цивилизационных институтов, образов и представлений. В этом случае выделяются несколько уникальных языков, перешедших от устных обработанных форм, имеющихся в любом первобытном идиоме, к полноценной письменной культуре: шумерский, древнегреческий, древнекитайский, санскрит – и большинство других литературных языков, представляющих из себя цепочки преемственности от древних к современным письменным традициям.

Научному понятию не всегда присущи точность, однозначность и исчерпывающее определение, которое очерчивает границы того или иного термина. Подобные строгость и единообразие, если и существуют в естественных науках, то в гуманитарных дисциплинах чаще отсутствуют.

Базовые (а им это свойственно в наибольшей степени) термины языкознания – литературный стандарт, норма, узус – не имеют единой трактовки, принятой научным сообществом. Это связано и со свойствами человеческого языка, который используется в гуманитарном знании: многозначностью знака и избыточностью языковых средств выражения смысла – и с противоречивым характером самих объектов, подлежащих наименованию.

С изучением литературного языка связаны лингвистические категории системы, узуса и нормы, имеющие неодинаковые толкования и частично перекрывающие друг друга, находясь при этом в некотором диалектическом единстве.

Общее определение языковой нормы – это «совокупность наиболее устойчивых традиционных реализаций языковой системы, отобранных и закреплённых в процессе общественной коммуникации» [7, ст. норма]. Норма является одновременно и лингвистической и социально-исторической категорией. Социальный аспект нормы проявляется в системе оценок «правильно – неправильно», «уместно – неуместно» (речь образованных и привилегированных слоёв противостоит речи «низов», народных масс, политического и культурного центра – периферийным диалектам), причём эти оценки включают и эстетический компонент («красиво – некрасиво»). Лингвистический аспект выражается в системности и связи со структурой языка. [7, ст. норма].

В случае употребления идентичных языковых средств различными носителями данного языка, говорят о языковой норме, определившейся естественным образом. «В широком смысле под нормой подразумевают традиционно и стихийно сложившиеся способы речи, отличающие данный языковой идиом ... при этом в лингвистической литературе встречается и терминологическая синонимия иного рода: языковая система понимается как «естественная норма»» [4, стр. 20].

Последнее отвергается некоторыми исследователями – «Нет оснований называть «нормой» саму языковую (или субъязыковую) систему... норма есть представление, а не реализация... может лишь описываться... недоступна наблюдению (как, кстати, и языковая или субъязыковая система). Наблюдаемы только нормативные или ненормативные языковые манифестации» [10, стр. 165]. Система может считаться находящейся в оппозиции к норме: «Система представляет собой явление языкового кода, норма – явление языковой культуры... в ней реализуется отношение носителя языка к языковой деятельности ...одна и та же система может соотноситься с несколькими нормами, в ряду которых выделяется специальная книжная норма» [11, стр. 8, 9].

«Нормы литературного языка требуют определенного ответа: можно или нельзя (в данных условиях общения) В литературном языке бывают и трехступенчатые нормы: рекомендуется – допускается – запрещено. Но, значит, и здесь нет безразличного равенства вариантов» [9, стр. 91] Предпочтение одному из вариантов спонтанного употребления отдают или на основе большей частотности, или выявленного языковедами соответствия внутренним закономерностям языка; норма может оставаться вариантной.

В отсутствии идентичности норму определяют целенаправленно и вводят, издавая словари и принимая законы. «В узком смысле норма – это результат целенаправленной кодификации языка. Такое понимание нормы неразрывно связано с понятием литературного языка» [4, стр. 21].

«Языковая деятельность носителя литературного языка протекает в постоянном согласовании речевых действий с возможностями системы ...с общепринятыми в данное время средствами и способами его использования» [5, стр. 14]. Если бессознательный характер приведения своего варианта к норме обычен для спонтанной речи «потребителей» литературного языка, то творцам языковых тенденций свойственно осмысленное наблюдение за собственной и чужой речью.

Из двух источников нормализации языка: образцовых текстов и, возникающих намного позже, научных словарей, грамматик, учебников – на протяжении истории естественно преобладал первый. В качестве иллюстрации можно привести слова жившего в XV в. создателя наиболее раннего литературного канона на тюркских языках Алишера Навои: «моё сердце... расцвело от слов этой книги... и это порвало мою связь с людьми... я возненавидел обычные слова, употребляемые другими людьми в разговоре» [8, стр. 5].

В традиционной культуре язык воспринимается на уровне слова, устойчивого сочетания, текста. Человек пользуется им полубессознательно, опираясь не на рационально вычленимые элементы, а на блоки слов, ассоциируемые с определённой речевой ситуацией. Язык, существующий в форме непрерывного речевого потока, останавливается и служит образцом не в грамматике или словаре, а в пословице, речении, песне, сказке, т.е. в тексте.

В первобытном обществе все аспекты культуры объединены в целостном миропонимании – «сущностной характеристикой человека является наличие у него особых символических структур – языка, мифологии, религии, искусства, науки, запечатлевающих систему его миропредставлений» [6, стр 42]. Синкре-

тическое постижение мира сменяется при переходе от первобытности к цивилизации самостоятельными сферами культуры, будь то управление обществом или художественное творчество. Созданная цивилизацией элитарная культура противостоит народной, сохраняющей единый нерасчленённый комплекс первобытных представлений.

Сходное с культурой развитие претерпевает человеческий язык. В мифологии в сжатом виде содержатся будущие достижения высокой цивилизации, а в диалектах охотников и собирателей скрыты развитые литературные языки и написанные на них проза и поэзия, право, философия, наука.

Естественное существование в виде диалектного континуума территориальных разновидностей, максимально близких к соседним и отличных по краям цепи, и первобытных социолектов – речи, сопровождающей половозрастные различия – преодолевается с помощью наддиалектных вариантов, чаще всего связанных с торговым обменом и поэзией. В цивилизованном обществе возникают специфические субязыки отдельных областей знания: религиозного культа, права, учёной литературы (естествознание, магия), поэзии, отдельных искусств и ремёсел, одновременно с которыми отделяется речь социальных низов и маргинальных групп, сленг.

Отношения неустойчивости, размытости, разговорной неупорядоченности и строгой выверенности, образцовости можно отнести к имманентным свойствам человеческого языка – и добавить к постулируемым М.В. Пановым антиномиям, «присущим языку постоянно действующим противоречиям, благодаря которым совершается его развитие: говорящего и слушающего, узуса и возможностей языковой системы, кода и текста», [4, стр. 20], оппозицию необработанной формы и образцового варианта.

Несомненно стабильностью и единообразным характером ряд древних литературных языков обязан своей письменной традиции, сохранявшей опорные классические тексты: древнегреческие поэмы Гомера, арабский Коран, новоперсидские Книгу царей Фирдоуси и Пятерицу Низами, исландские Старшую и Младшую Эдды.

Письменная фиксация речи приводит к грандиозным изменениям в восприятии языковых явлений и их бытовании в культуре. Появляется возможность рассматривать, редактировать, отбирать и закреплять те или иные лексические и грамматические варианты, то есть по сути обрабатывать речевую стихию и сохранять отобранные варианты с минимальными изменениями.

Критерием распространенности письменной культуры можно считать степень, с которой она замещает своих предшественников: мифологические и эпические поэмы, представлявшие собой религиозную и историческую, а также до определенной степени философскую и правовую литературу. Языковые особенности записанных устных произведений позволяют строить догадки о длительности бытования устных вариантов и о балансе письменной и устной сферы литературного языка. В частности, эпическая поэзия на древнеанглийском языке, зафиксированная в VIII-X вв., уже для того времени была заметно архаична и не всегда удобопонятна – в то же время старофранцузские «песни деяний», за-

писанные в XI-XII вв., исполнялись на понятном для всех языке, что говорит о живой эпической традиции и преимущественно устном характере французского общества, в котором функции регламентированного языка книжности выполнял латинский.

Тем не менее, абсолютизировать роль письменной речи в появлении литературного языка неправильно. Определяющим признаком последнего следует назвать его обработанный, образцовый характер, находящийся в оппозиции к текучей, неустойчивой повседневной стихии. Этот обработанный характер существовал ещё в первобытную эпоху в устных жанрах, что подтверждает современная этнография, в том числе фольклор развитых стран.

Поговорки, пословицы, сказки и песни и их устойчивые элементы, традиционные формулы вежливости удерживаются в народной культуре и служат примером того основания, на котором построена письменная норма. [см. 12; 7, ст. литературный язык].

Всё же ассоциация письменности и упорядоченного литературного языка закономерна. Устная форма существования по своей природе изменчива. Письменность останавливает мгновение и поэтому изначально воспринималась в качестве могущественного магического средства и даже святыни (семитские амулеты, германские рунические надписи, скрижали завета в Библии). С другой стороны, диалектическое противоречие между лёгкостью, «пустозвонством», принимающими устное слово, и его свободой и неподвластностью контролю, сохраняло за ним статус обязательного для хранения и цитирования священных произведений.

Одна из самых совершенных с точки зрения языкового искусства книг Ветхого Завета Библии, не случайно названа Экклезиастом, то есть проповедником, говорящим в собрании, и приписывается царю Соломону. Устная форма существования упорядоченного языка, на котором выражены истины, религиозные, правовые, художественные, существует в каждом идиоме. Именно этот потенциал, накопленный элитой в первобытных и древних обществах, и раскрывается в письменных текстах поздних традиций.

Существует обратная «тенденция известного отождествления литературного языка и письменного языка» [3, стр. 509].

Таким образом, базовая дихотомия обработанный-необработанный сосуществует с другой, письменный-устный, причём второе деление несомненно надёжнее первого, вследствие разнообразия критериев нормализации языка, жанровых, стилистических, социальных, – и разногласий исследователей.

При подчёркивании письменного вида литературного стандарта, на первый план несомненно выходит явление перевода. Всякое осмысленное упорядочивание языка в дописьменном варианте замкнуто на отдельный идиом, существующий в сознании своих носителей. Языковые контакты в дописьменных обществах ограничиваются неконтролируемыми заимствованиями, примерными пересказами, явлениями интерференции. Перевод, т.е. осознанный перенос смыслов текста, существующего в одном языке, на другой с целью сохранить оригинал, возможен только в письменной культуре.

Появление графически закреплённого идиома, корпуса текстов, создан-

ного или зафиксированного в письменной форме, функциональной грамотности, устойчивой системы сложившихся жанров почти никогда не происходит независимо от предшествовавшей традиции. В истории известны считанные примеры самостоятельного рождения полноценной письменной культуры, за каждой из которых следовал шлейф наследников.

Это шумерская письменность, продолжателем которой выступила аккадская, а под влиянием аккадской – другие семитские; древнеегипетская, не оставившая явных наследников, но косвенно способствовавшая созданию алфавитного письма; древнекитайская, сформировавшая ареал литератур на Дальнем Востоке; и алфавитные традиции: древнеиндийская и древнегреческая, ставшая, несомненно, самой влиятельной в мире – к ней восходит латинская, а через латинскую целый веер европейских письменностей от древнеанглийской до поздних романских диалектов; коптская, христианская сирийская, христианская арабская, древнеармянская, древнегрузинская, церковнославянская.

Выше упоминалось наличие обработанных форм устной речи в народной культуре – потенциального фундамента литературного языка. Несмотря на их присутствие во каждом идиоме, самостоятельная эволюция от устной культуры или прикладной письменной до поливалентного, закреплённого в образцовых письменных текстах, языка почти непредставима.

Естественная форма обработанного языка становится стандартом через систематический перевод и воспроизводство текстов, жанровых правил и особенностей, внешнего канона предковой цивилизации. Внеписьменные языковые контакты, оказывая сильное влияние на идиом, не в состоянии выстроить литературный язык, являющийся необходимым элементом культурного ансамбля цивилизации.

Например, известны целые слои лексики, заимствованные ещё в дописьменные славянские диалекты из языков мировых цивилизационных центров, но подобные заимствования не сопровождались появлением самостоятельного варианта цивилизации и не превратились в базу для системы литературного церковнославянского языка, сложившегося в результате массового перевода ключевых текстов христианской церкви: Библии, литургических, агиографических, учебных, экзегетических памятников.

В истории существует целая последовательность подобных примеров: массовые аккадские переводы и переложения шумерского; возникшие под влиянием аккадских западносемитские и хурритские тексты; заимствовавший западносемитский алфавит древнегреческий, ставший через переводы и подражания источником латинской литературной традиции; греко-латинская письменность, оказавшаяся грандиозным фундаментом для всех христианских и исламских литератур: от сирийской до европейских – эпохи Возрождения.

В переводных текстах находились все элементы уже наличествующего устного первобытного литературного языка; в случае церковнославянского: речения, пословицы – от книги Притч Библии до сборников цитат известных философов, космогонические мифы – книга Бытия, песенная поэзия – Песнь песней, эпические истории – книги Царств. Воспринимаясь первыми они создают базу для последующей рецепции более сложного письменного канона.

Новый этап переноса языкотворческих представлений связан с эпохой сложения современного русского литературного языка, явившегося позднейшим участком цепи передачи традиций древнегреческого интеллектуального переворота IV в. до н. э. «При экстравертной ориентации литературный язык ориентирован на впитывание чужой культуры. При этом своя культура в этом случае обычно рассматривается как продолжение чужой. Так, русская книжная культура (resp. письменность, образованность и т.п. — «литература» в прямом этимологическом смысле) до XVIII в. воспринималась как продолжение греческой, а в послепетровский период — как продолжение европейской культуры» [54, стр. 20].

Сдвиг в представлениях о мире и языке, осуществлённый в эллинистическую эпоху и повторённый в Европе воспроизводится и в России XVIII в., причём происходит, частично бессознательно, через усвоение переведённого, поскольку письменный перевод подразумевает длительное соприкосновение с оригиналом и вынужденное его осмысление, или же естественное перенимание помимо воли представлений, которые в нём содержатся, и модели, по которой он сделан. Таким образом, литературный язык оказывается инструментом и показателем цивилизационного преемства.

Список литературы

1. Аверинцев С.С. Риторика и истоки европейской литературной традиции / С.С. Аверинцев. - М.: Языки русской культуры, 1996. - 447 с
2. Виноградов В.В. Проблемы литературных языков и закономерностей их образования и развития. / В.В. Виноградов. - М.: Наука, 1967. С.62-91
3. Гухман М.М. Литературный язык. Общее языкознание. Формы существования, функции, история языка / Под ред. Б. А. Серебrenникова. - М., 1970. - С.502-548
4. Крысин Л.П. К соотношению системы языка, его нормы и узуса / Л.П. Крысин // Коммуникативные исследования. 2017. № 2 (12). - С.20-31.
5. Крысин Л.П. Русская литературная норма и современная речевая практика Русский язык в научном освещении. - № 2 (14). - М., 2007. - С. 5-17
6. Лингвистика и семиотика культурных трансферов. Коллективная монография / Отв. ред. В.В. Фещенко. М.: Культурная революция, 2016. - 500с.
7. Лингвистический энциклопедический словарь / глав. ред. В.Н. Ярцева - М.: Советская энциклопедия, 1990. - 683с.
8. Навои Алишер / Вступ. статья В. Захидова, сост. и примеч. А. Каюмова Библиотека всемирной литературы. - Москва: Худож. лит., 1975. - 815с.
9. Панов М. В. Труды по общему языкознанию и русскому языку. Т. 1 / Под ред. Е. А. Земской, С. М. Кузьминой. - М.: Языки славянской культуры, 2004. - 568с.
10. Скребнев Ю.М. Аксиомы, псевдопроблемы и проблематика стилистики / Ю.М. Скребнев // Вопросы языкознания. - 1991.- № 1. - С.163-167
11. Успенский Б.А. История русского литературного языка (XI-XVII вв.) / Б.А. Успенский. - М.: Аспект Пресс, 2002. - 558с.
12. Щерба Л.В. Избранные работы по русскому языку / Л.В. Щерба - М., 1957.

ИНДИВИДУАЛЬНОСТЬ АВТОРА И ПЕРЕВОДЧИКА В ПЕРЕВОДЕ ЛИТЕРАТУРНЫХ ТЕКСТОВ

Юдаева Галина Сергеевна

Аннотация: Данная статья посвящена отражению индивидуальности автора и переводчика в переводе художественной литературы. Целью является обобщение перечня индивидуализированных элементов авторского художественного текста, обеспечивающих его своеобразие.

Любой художественный текст есть исповедь своего творца. Во всяком произведении художественной литературы находит свое отображение личность его автора, которая реализуется в вербализированной форме его специфического индивидуально-авторского стиля. Изучение специфики авторского стиля представлено в трудах В. В. Виноградова, И. В. Арнольд, М. Ю. Скребнева, А. В. Федорова, М. П. Брандеса и многих других исследователей. Описание творческой языковой личности можно встретить в работах М. М. Бахтина, Р. О. Якобсона и др.

Цель данной статьи – обозначить элементы художественного текста, чье существование продиктовано индивидуальностью автора, а, значит, является выражением уникального своеобразия его видения мира и реализации этого видения в речи.

Обилие переводной художественной литературы на прилавках магазинов, регулярное проведение книжных ярмарок и иных подобных мероприятий национального и международного уровня, предоставляют современному российскому читателю широчайшие возможности для знакомства с мировой классикой и творчеством современных писателей и поэтов, для контакта с самыми разнообразными культурами и народами. Это вкупе с общим ростом образованности населения и интенсификацией межкультурного общения в мире в целом придает роли переводчика небывалую важность. Как никогда актуальным становится вопрос создания качественных, достойных, равноценных переводов литературных произведений, выступающих одним из источников распространения знания о мире и людях, его населяющих, о различиях и сходстве между разными народами и культурами. Распространение художественной литературы через границы стран и континентов как способ установления «мостов» взаимопонимания и общности, наделяет переводчика огромной ответственностью. Адекватная передача смыслового, эстетического, эмоционального богатства текста оригинала требует от него большой самоотдачи, чувства такта и уважения к автору и его труду, недюжинного писательского таланта и определенной доли смирения, т. к. каким бы творческим не был акт художественного перевода, подмена исходной индивидуальности своей собственной в переводе недопустим.

В научной литературе отсутствует единство терминологии в отношении наименования проявления индивидуальности автора в созданном им произведении. Используются такие понятия, как «идиолект», «идиостиль», «индивидуально-авторский стиль», «авторская манера письма», «авторский язык», «авторский слог» и т. п. «Стиль автора отражается в стиле художественного произведения,

который можно определить как систему концептуально значимых для писателя, коммуникативно и эстетически обусловленных принципов организации текста, диктующих отбор и сочетаемость языковых средств, стилистических приемов.»[Ашимова <http://vestnik.mininuniver.ru/reader/archive/?year=2013&issue=3>]

Художественная литература потому и называется художественной, поскольку является результатом креативной деятельности автора (писателя или поэта), выраженным в уникальном языковом облике созданного им произведения, в присущем только данной личности варианте реализации языка в речи.

Идиостильность проекция мировидения, типа мышления, характера, эмоционального склада и прочих составляющих личности писателя, который служит инструментом воплощения в вербальной форме текста его индивидуальной языковой картины мира. Он сродни изобразительной манере художника, создающего живописное полотно, которое позволяет отличить, выделить его среди ряда аналогичных полотен.

Исследование идиостиля автора – это непростая задача. Она предполагает не только глубокий всесторонний лингвистический анализ его произведений, но также изучение его профессиональной и личной жизни, и даже исторической эпохи, в которую он жил и творил. Так, М. П. Брандес полагал, что в манере письма писателя находят свое отражение не только его индивидуальные личностные качества, но и присущие ему специфические черты, определяемые общественным сознанием, политическими взглядами, этическими установками, религиозной, национальной принадлежностью, отличительными особенностями стиля данной исторической эпохи в художественной литературе, а по сути – вся историческая реальность, в окружении которой он пишет.

Зачастую талант писателя в большей мере определяется не оригинальностью озвучиваемых им в своих произведениях идей, проблем, уровнем поставленных философско-нравственных задач, а степенью уникальности используемых им для этого языковых средств, неповторимостью индивидуальных языковых способностей. Именно исключительность, нестандартность видения мира и манеры передачи этого видения в тексте позволяет читателю узнать «голос» конкретного автора, даже не взглянув на обложку книги.

Как писал В. Шкловский, «целью искусства является дать ощущение вещи как видение, а не как узнавание...» [Шкловский 1983: 54] Несколько утрируя, можно заметить, что каждый автор по сути пишет о том, о чем уже многие писали до него, все темы и сюжетные ходы уже многократно реализовывались в мировой литературе. Поэтому оригинальность писательского слога определяется способностью автора «открывать мир заново», изображать знакомые читателю предметы и явления так, чтобы тот воспринял их как новые, увидел их под необычным углом зрения, чтобы их узнавание происходило не автоматически, а превращалось в увлекательную игру по распознаванию и интерпретации системы художественных образов, созданных автором.

Индивидуализированные элементы художественного текста можно выявить через изучение системы созданных его автором художественных образов. Можно назвать следующие стилеобразующие категории, «выдающие» специфи-

ческую интерпретацию писателем сотворенных им миров: 1) языковой уровень (целенаправленный отбор особых языковых средств), 2) эстетически обусловленная концептуальность (прагматическая ситуация, принципы построения композиции, специфика экспрессивной и ритмико-синтаксической организации), 3) избирательность тропов и стилистических фигур (объединение их в личностные (инвариантные) семантические и структурно-текстовые комплексы).

Так, важным фактором выразительности художественной речи автора являются речевые характеристики созданных им персонажей. Создание правдоподобного живого литературного героя – это своего рода искусство. По одной только манере персонажа изъясняться, читатель может принять его за вполне реального представителя определенной социальной, профессиональной, этнической группы, отнесет его к тому или иному психологическому типу личности и т. д. Именно применение соответствующих субкодов языка (диалекта, сленга, жаргонизмов, ненормативной лексики и т. п.), характерных особенностей произношения (например, акцент, заикание, шепелявость, картавость, прочие интонационные и иные отличительные черты речи) позволяют автору «оживить» в воображении читателя, созданного им героя. Владение богатством форм выражения, заложенных в языке, и умение их использовать делает писателя мастером своего дела. Не меньшим, а может быть и большим мастером должен быть переводчик, который сумеет передать в переводном тексте особенности речи персонажей художественного произведения.

Интеллектуальная и эстетическая ценность литературного произведения детерминирована личностью его автора, транслируется реципиенту через уникальное сочетание стилистических приемов (тропов и фигур), через его звуковую (например, эвфонические средства, звукопись) и даже графическую форму (графопись). Декоративная привлекательность, комплексность использования разнообразных изобразительных средств в пределах одного и того же текста создает для переводчика в процессе перевода немало трудностей и проблем, порою требующих от него незаурядных креативных способностей, применения эвристического метода для их разрешения.

Задействованные в художественном произведении синтаксические средства также представляют собой одно из проявлений индивидуальности автора, немаловажный прием придания выразительности литературному произведению. Дробность слога, долгота периода и т. п. – это также особые инструменты в руках писателя для изображения реальности. Так, долгий период часто используется для достижения цельности восприятия читателем некой рисуемой автором картины. И намеренное дробление таких конструкций в переводе приведет к искажению предполагаемого впечатления, изменению интонационного строя. Потому задача переводчика при художественном переводе состоит, в том числе, в воссоздании оригинального синтаксиса, в той степени, в какой это не нарушает логики повествования, норм и узуса переводящего языка.

Нельзя не вспомнить и об элементах интертекстуальности, которые автор может вкраплять в свое произведение, словно маяки, высвечивающие его культурно-семиотические ориентиры, раскрывающие его прагматические установки.

Перевод аллюзий, цитат и прочих их воплощений также могут стать камнем преткновения для переводчика в процессе перевода.

Язык – это орудие писательского труда. Его система отличается вариативностью, многообразием средств и способов выражения одного и того же сообщения, что предоставляет большие возможности для выбора тех из них, которые подходят наилучшим образом в каждой конкретной коммуникативной ситуации. Именно благодаря языку литература в отличие от других видов искусства располагает практически неисчерпаемыми ресурсами средств передачи предметно-логического, эмоционально-экспрессивного, эстетического содержания (зрительные образы, звуковые, тактильные).

В своем творчестве автор не только применяет богатство языка, но и сам способствует пополнению его сокровищницы новыми формами выражения мысли, которые впоследствии могут стать общим достоянием всех носителей данного языка. Окказионализмы, созданные писателем, могут стать серьезным камнем преткновения на пути переводчика к производству высококачественного художественного перевода литературного произведения.

Художественную литературу можно представить как средство художественно-эстетического воздействия на читателя, как средство формирования и развития его личности, источник расширения знаний о мире и о себе. Безусловно, для того, чтобы транслировать оригинальное художественное произведение в новое языковое и культурное окружение, переводчику нужно проникнуть в замысел его создателя, увидеть все смыслы, заложенные в нем (эксплицитно и имплицитно), услышать «голос» автора, ухватить особое уникальное восприятие писателем действительности, ее осмысление и то, какие лингвистические средства тот использует для их передачи в тексте.

Если оригинальный художественный текст есть проекция личности писателя, то его переводной текст есть проекция личности переводчика, прошедшая сквозь «фильтр» личности переводчика. Переводчик должен быть незаурядным литературоведом, чтобы суметь почувствовать, уловить и передать неповторимость авторской манеры изложения в переводе. Естественно, способность правильно истолковать смыслы, заложенные в тексте оригинала, интенцию автора, побудившую того к творчеству вообще и к написанию данного конкретного произведения, именно в такой форме и такими средствами выражения, для переводчика также чрезвычайно важна.

Только художественная литература (и в некоторой степени публицистика) дает переводчику возможность в наибольшей мере проявить личностные особенности, допускает относительную самостоятельность его деятельности. Переводчик художественной литературы (мы подразумеваем, прежде всего, художественный перевод) должен обладать (помимо набора «стандартных» умений, необходимых в его профессии) высокой креативностью, дивергентностью мышления, незаурядным писательским (поэтическим) даром, готовностью к самоотречению (преодолению своего «я», своего «эго» во имя максимально адекватного перенесения в переводящий текст не своей личности, а личности автора, не собственных идей и мыслей, а интенций и концепций автора).

Перевод художественного произведения – это эстетическое событие, акт словесного творчества переводчика. Последнего можно сравнить с актером, который, приступая к переводу работ каждого нового автора, в какой-то степени примеряет на себя его личину. И именно от «актерского мастерства» переводчика зависит, насколько полно и всеобъемлюще он воспримет оригинальный текст во всей его многоплановости и многозначности, насколько глубоко проникнет в мысли и интенции его создателя, насколько успешно разгадает заложенные в нем идеи, то сообщение, которое писатель стремился донести до читателя. Имея развитое артистическое начало, способность к перевоплощению, к вживанию, погружению в образ другого человека (создателя исходного текста), переводчик, тем не менее, не в силах отринуть свою собственную личность в процессе перевода. «Во всяком мастерстве, в том числе и мастерстве перевода, неминуемо отражается мастер.» [Чуковский 2016: 175]

Коллизия коммуникативных установок переводчика и автора является одним из парадоксов перевода художественной литературы, одной из наиболее сложных проблем, которую нередко не в силах разрешить даже опытные мастера перевода. Собственные мотивы и характеристики переводчика проявляют себя и на этапе интерпретации оригинального текста, и на стадии его передачи на переводящем языке. Среди таких характеристик можно назвать: 1) верность переводчика определенной культурной, и, в частности, литературной традиции, понимаемой как явление преемственности, связывающее ряд последовательных литературных явлений, отражающееся в т. ч. на запасе литературных навыков и выражающееся через подражание, влияние, заимствование; 2) его собственное творческое и эстетическое кредо; 3) его связь с той эпохой, в которой он живет; 4) та конкретная задача, которую он ставит перед собой (осознанно или неосознанно).

Некоторые могут рассматривать переводческую деятельность в художественной литературе как нечто вторичное, принципиально отличное от «истинного творчества» писателя или поэта, не сопоставимое с мастерством и искусством оригинального автора по затратам физических, интеллектуальных и душевных сил, качеству и ценности получаемого результата. Как своеобразное интеллектуальное подражание, имитирование.

Однако, роль личности переводчика в художественном переводе – один из самых интересных и до настоящего времени недостаточно изученных вопросов. Расхождения во мнениях среди его исследователей – явление закономерное. По мнению В. С. Виноградова, обусловленный индивидуальностью переводчика парадокс стиливых черт нежелателен, но неизбежен. А. В. Федоров отрицал само наличие такого парадокса и полагал соприсутствие в переводческой деятельности объективности и сильной личности переводчика естественным, взаимообусловленным. Поскольку перевод художественной литературы не сводится к механическому перекодированию знаков системы исходного языка в знаки системы переводящего языка, но подразумевает собой также осмысление, объяснение, истолкование, не говоря уже о труднейшей задаче сохранения (когда это возможно и целесообразно) оригинального идиостиля, переводчику надлежит вдуматься, вжиться, прочувствовать исходный текст, чтобы суметь воспроизвести его, орга-

нично вплести в чужую культуру.

Как писал К. Чуковский, «перевод может считаться отличным, заслуживающим всяких похвал, если в нем передано самое главное: *художественная индивидуальность переводимого автора во всем своеобразии его стиля.*» [Чуковский 2016: 19] При подмене же переводчиком в процессе перевода специфического словестного облика оригинального художественного текста своим собственным стилем или (еще не известно, что хуже) при полной нейтрализации, «обезличивании», выхолащивании уникальной речевой манеры писателя он, несомненно, проваливает свою главную миссию по воссозданию оригинального произведения во всей полноте наполняющих его смыслов и неповторимости эстетической формы.

На наш взгляд, успешность переложения индивидуально-авторского стиля в переводе, а также качественность и достоверность результата переводческого процесса, довольно сильно зависят от личного отношения переводчика к конкретному автору и его творчеству. От какого-нибудь переводчика можно услышать, что он не в состоянии или не желает переводить того или иного писателя или поэта, потому что не чувствует его, не находит с ним точек душевного соприкосновения, потому что это «не его автор». Каким бы профессионалом не был переводчик, и как бы объективно он ни старался подходить к каждому переводческому заданию, без личной эмоциональной заинтересованности, уважения и определенной доли любви к произведению и его автору, искреннего желания подарить читателям принимающей культуры ту же радость и удовольствие, что он испытал сам от чтения оригинала, равноценного качественного перевода ему не создать. Н. М. Любимов писал по этому поводу так: «Если переводчик-поэт или переводчик-прозаик обращается к автору, который почему-либо оставляет его равнодушным, то его перевод в лучшем случае будет литературным, профессиональным, но он не вырастет в явление искусства.» [Любимов 2012: 165]

Несомненно, переводчик также должен обладать развитым чувством меры, такта, сообразности и, подчас, следовать тому решению, что подсказывает интуиция, его собственный внутренний этик, критик и эстет. Не следует пытаться «исправить», «приукрасить» или, наоборот, «приглушить» живость оригинальной писательской манеры, исказить, преувеличивать или приуменьшать эмоциональный эффект. Задача художественного перевода – обеспечить сопереживание читателя на переводящем языке, не уступающее по своей интенсивности и окраске переживанию, возникающему у читателя оригинала, если, конечно, изначально намеченная цель перевода не заключается в выставлении описываемых в произведении события в каком-то определенном свете. В конечном счете, адекватный перевод опирается на следование намеченной прагматике, цели перевода. И все же, с этической точки зрения, переводчик обязан познакомить читателя в принимающей культуре с иностранным автором и его работой, созданной в рамках чужой культуры, а не со своим собственным «пересказом», произведением «по мотивам» или «сочинением на заданную тему». Утрата художественным текстом в переводе своего исходного своеобразия, как и приобретение нового, несвойственного ему своеобразия – есть знак неуважения, несправедливого пренебрежения к нелегкому писательскому труду, умаления заслуг автора.

В данной статье нам хотелось бы привести небольшой пример собственноручного художественного перевода отрывка из романа «Красный дождь» Р.Л. Стайна, автора, известного своей «красочной» манерой изображения действительности. Оригинал: «The sweaty mist carried by the wind off the raging waves didn't revive her. It seemed to blind her even more, as if she were stepping into a whirling, warm cloud, swallowed by it, vanishing. The roar drowned out the howls of the dogs. Drowned out everything, even its own sound. A kind of noisy hollow silence Lea never knew existed.» [Stine 2012: 6] Перевод: «Плотный туман, гонимый ветром со стороны бушующих волн, был не в состоянии вывести Ли из оцепенения. Казалось, он лишь еще сильнее сбивал ее с толку: она будто двигалась сквозь клубящееся теплое облако, проглоченная им, исчезающая без остатка. Шум прибоя перекрыл собой завывания псов. Заглушил все, даже свое собственное звучание. Он был сродни звенящей пустой тишине, о существовании которой Ли до настоящего момента и не подозревала.» Нам представляется, что в данном отрывке мы сумели передать не только смысловое наполнение текста, но и индивидуально-авторскую манеру письма, изобразительные средства лексического и грамматического плана, незначительные трансформации были предприняты лишь в интересах соблюдения норм и узуса русского языка.

В целом можно отметить, что предвзятость, пренебрежение, высокомерие по отношению к художественному тексту и его создателю также недопустимы для переводчика, как и чрезмерное «потакание», «рабское подчинение» оригиналу (вплоть до стремления сохранить каждую синтаксическую конструкцию, оригинальные примеры словосочетаний и т. д. в ущерб соблюдению нормы и узуса переводящего языка), если, конечно, именно в этом не состоит поставленная перед ним переводческая задача.

Перевод как результат переводческого процесса – произведение не монолитное, это амальгама двух структур: содержания и формальных свойств исходного текста, с одной стороны, и всей совокупности формальных, семиотических и художественных черт, обусловленных языком переводчика. Переводчик, занимающийся художественным переводом литературы, призван, как зеркало, отразить все богатство оригинального произведения в тексте на языке перевода, не обедняя и не приукрашивая его, не искажая оригинальных эмоциональных эффектов.

Разработка вопроса дальнейшего поиска путей оптимального взаимовыгодного сосуществования, симбиоза в пределах одного художественного произведения личности автора исходного текста и личности автора переводного текста (переводчика) представляется нам чрезвычайно интересной. Также как, например, такие связанные с данной темой проблемы, исследуемые филологами и психологами, касающиеся влияния личности переводчика и переводимого им художественного текста друг на друга, в особенности, если сам переводчик является писателем: Как сказывается его собственное творчество на создаваемом переводе? Что меняет в его авторском мире чужой текст, над переводом которого он трудится? Как уживаются в одном человеке три разные по своей сути личности: читателя, творца и переводчика?

Список литературы

1. Любимов Н.М. Книга о переводе: Сборник / Н.М. Любимов. – М.: Б.С.Г.-ПРЕСС, 2012. – 304 с.
2. Чуковский К. Высокое искусство: Принципы художественного перевода / К. Чуковский. – СПб.: Азбука, Азбука-Аттикус, 2016. – 416 с.
3. Шкловский В. О теории прозы / В. Шкловский. – М.: «Советский писатель», 1983. – 384 с.
4. Stine R.L. Red Rain / R.L. Stine. – Touchstone Books, 2012. – 384 p.
5. Ашимова А.Ф. Идиостиль как проявление языковой личности автора на примере романа «Доктор Живаго» [Электронный ресурс] // Вестник Мининского университета. – 2013. - № 3. - Режим доступа: <http://vestnik.mininuniver.ru/reader/archive/?year=2013&issue=3> (дата обращения: 20.12.2018).

МЕТОДИКА ПОДГОТОВКИ И ПРОВЕДЕНИЯ УРОКА С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ НАГЛЯДНОСТИ И ТСО

Якимов Игорь Олегович

Аннотация: В статье анализируется методика подготовки и проведения урока с использованием наглядности и ТСО. На данном этапе развития нашего технократического мира на первый план выходят технологии, как неотъемлемая часть средств обучения. Это является закономерным, так как сейчас трудно представить человека без гаджетов. Таким образом, технические средства обучения и входящие в них информационные технологии выходят на лидирующие позиции как средства обучения.

Современные процессы развития технологий, информатизации и глобализации общества требуют качественного решения имеющихся проблем и поиска путей эффективного развития во всех областях жизни. На данном этапе развития технологий привело к тому, что количество информации увеличивается с каждым днем. Это касается в первую очередь образования, так как школьное образование является базовым, основным и учащийся должен за урок освоить и в дальнейшем суметь применить большое количество информации. И так как образовательный процесс должен быть успешным и интересным, учителям необходимо оптимизировать и разнообразить урок не одним учебным пособием, но и наглядным материалом, а также техническими средствами обучения.

В сфере образования неотложные задачи и перспективы развития определены Законом Российской Федерации «Об образовании» [ФЗ РФ] и в Федеральной целевой программе развития образования на 2016 - 2020 годы [Распоряжение правительства РФ]. Среди задач, определяемых в этих документах, в качестве приоритетных выступают реализация индивидуализации обучения и внедрение информационно-телекоммуникационных технологий в учебно-воспитательный процесс.

Для рассмотрения возьмем самые разнообразные наглядные пособия и самые современные технические средства обучения, от ярких красивых картинок до интерактивных технических средств, позволяющих в реальном времени применять полученные знания.

На данном этапе развития современного общества огромный информационный поток и вхождение современных технологий в нашу жизнь заставляет и учителей и обучающихся идти в ногу со временем и использовать в работе разнообразные гаджеты, тестируя их в реальном времени полагаясь на свой собственный опыт. При этом отсутствует четко выстроенная схема, порой планирование приходится пересматривать и внедрять инновации методом экспериментов. Вопрос в том, что нет единой системы в использовании современных технологий на уроках, нет оснащения в школах и нет цифрового дидактического материала.

Опыт работы и исследования проведенные в ходе работы преподавателем, показали, что действительно, современные технологии дают больше возможностей и дают реальный результат за более короткий промежуток времени, но очень

часто приходится сталкиваться с отсутствием тех или иных технических средств и программного обеспечения. Но даже при таких условиях необходимо отметить, что использование технических средств, применяемых на уроках является наиболее эффективным для достижения результатов.

Востребованность знания иностранных языков в современном мире возросла многократно в связи с глобализацией и интеграцией современного общества в культурное наследие друг друга. Народы объединяются перед возникающими проблемами человечества, которые необходимо решать сообща.

Вопрос применения наглядности был всегда и остался актуальным по сей день.

Исследования литературных источников показывает, что принцип наглядности существовал во все времена и остается актуальным сегодня.

“Принцип” (лат. *principium*) означает “начало”. [словарь 2000, 377] Отсюда принцип обучения – это первооснова, закономерность, согласно которой должна функционировать и развиваться система обучения предмету. [Гальскова 2005, 139] Р.К. Миньяр-Белоручев определяет наглядность как дидактический принцип обучения, который гласит, что при изучении окружающего мира эффективным является использование живых предметов и явлений. [Миньяр-Белоручев 1996, 59] Г.В. Рогова видит наглядность как специально организованный показ языкового материала и его употребление в речи с целью помочь обучающемуся в ее понимании, усвоении и использовании. [Рогова 1974, 94]

Коменский обозначил принцип наглядности, как основной принцип обучения, так как путь познания начинается с чувственного восприятия. [Загвязинский 2001, 44] Г. Песталоцци наглядность преподносит как единственную основу всякого развития. Чувственное познание сводится к наглядности обучения, и наглядность превращается в самоцель. [Петрова 1990, 20].

Томас Мор, Франсуа Рабле, Ж.-Ж. Руссо придавали наглядности большое значение. Как указывает В.И. Загвязинский, принцип наглядности требует верного соотношения между конкретным и абстрактным и поэтому включает переход от чувственно-конкретного, в освоении которого широко используется естественная и изобразительная наглядность, к абстрактному, в освоении которого существенна роль условной, схематической и символической наглядности, а также противоположный переход от абстрактного к конкретному.

Русский педагог Ушинский, исходя, из возрастной психологии так же большое значение придавал принципу наглядности. Наглядное обучение, по словам К.Д. Ушинского, такое обучение, которое строится не на отвлеченных представлениях и словах, а на конкретных образах, непосредственно воспринятых ребенком. [Ушинский 1999, 70]

Василий Вахтеров говорил, что развитие ребенка в учебном процессе – это естественное явление жизни. Учитель должен суметь организовать учебный процесс, чтобы индивидуальность ребенка развивалась. В этом и заключается главная проблема обучения и воспитания. [Морозова 2004. 82]

Современные авторы: психологи, педагоги Нелюбин, Демидова, Соколов отмечали, что без наглядности процесс обучения не полный и не дает того резуль-

тата, который необходим.

На данном этапе развития нашего технократического мира на первый план выходят технологии, как неотъемлемая часть средств обучения. Это является закономерным, так как сейчас трудно представить человека без гаджетов. Таким образом, технические средства обучения и входящие в них информационные технологии выходят на лидирующие позиции как средства обучения.

Технические средства обучения (ТСО) – это ряд технических и программных гаджетов, которые используются в обучении для обработки информации, для усвоения и ускорения процесса обучения. ТСО объединяют два понятия: технические устройства (аппаратура) и дидактические средства обучения (носители информации), которые с помощью этих устройств воспроизводятся. [Коджаспирова1966, 327]

Человечество включается в процесс, называемый информатизацией. Информатизация (по А. П. Ершову) - это система взаимосвязанных процессов.

Г.В. Романова отмечает, что современное образование будет эффективным только при участии современных ТСО [Романова2012, 265]. При использовании современных методов и техники открываются многогранные возможности для прогрессивного обучения.

Итак, можно сделать следующие выводы:

1. В обучении современные ТСО являются средствами и методами предоставления информационных потоков. Также можно сказать, что ТСО в обучении – это методология и технология учебно-воспитательного процесса с использованием новейших систем, в первую очередь систем компьютерных;

2. Мнения большинства научных умов сходятся в следующем:

- при четком предоставлении информации, наглядность электронная эффективнее;
- постоянное и активное совершенствование личности обучающегося, его творческого потенциала;
- интенсификация всех уровней учебно-воспитательного процесса, повышение его эффективности и качества;
- расширение спектра знаний по предмету;
- усвоение информации, предусмотренное содержанием учебной дисциплины.

Современные информационные технологии обучения определяются как симбиоз составляющих в системы организационного управления образованием и методов обработки данных, представляющих собой целостные обучающие системы, и отображение информационного продукта с наименьшими затратами и в соответствии с закономерностями той среды, в которой они развиваются. Это взаимосвязь современных достижений современной педагогической мысли и средств современной техники. Эффективность использования ТСО определяется тремя взаимосвязанными аспектами ее обеспечения - техническим, методическим и организационным.

Современная трактовка принципа наглядности носит информационно – технологический характер, отображая технократическое развитие общества.

Наглядность не только вызывает интерес и расширяет кругозор учащихся, она также активизирует психическую активность и желание включаться в учебный процесс. [Утехина2012, 57]. Утехина А. Н. в обучении языку всё многообразие видов наглядности сводит к двум основным: как наглядность языковую и неязыковую.

В процессе обучения английскому языку используются различные виды наглядности и, соответственно, различные наглядные пособия. Важное место занимает изобразительная наглядность, к изобразительным средствам наглядности относят и технические средства — учебные видеофильмы, аудиозаписи, радио и телепередачи. Эти наглядные средства называют аудиовизуальными, позволяющими использовать в учебном процессе звук и изображение.

В области преподавания иностранных языков использование ТСО и контроля относится к числу наиболее актуальных проблем. Появление обучающей техники, возможность использования ее для изучения иностранного языка изменили процесс обучения и коренным образом повлияли на методику преподавания.

Основную трудность при овладении иностранным языком, представляет выработка навыков и умений аудирования и говорения. Неоценимую помощь в этом оказывают технические средства обучения.

Во время самостоятельной работы учащихся ТСО помогают закрепить и автоматизировать речевые навыки и умения, полученные на занятиях.

Метод, по которому ведется обучение, предопределяет использование ТСО, а также принципы создания пособий с использованием ТСО. Включение ТСО не должно нарушать целостность учебной программы.

Перспектива использования технических средств, специально предназначенных для обучения ИЯ, открыла большие возможности для создания новых комплексов учебных пособий, лабораторных работ и т.д. Главная задача при выборе метода - научный подход к изучению иностранного языка, широкое использование достижений лингвистики, психологии и методики, изучение взаимодействия родного и иностранного языков на разных уровнях - фонетическом, грамматическом и лексическом.

На практике адекватное применение ТСО реально помогает достичь хороших результатов, мотивируя учащихся, что является очень важным аспектом. Сейчас активно используются интерактивные средства и различные гаджеты, например планшеты. Для примера посмотрим отрывок урока. Используются электронные библиотеки и интерактивные программы для освоения, использования и закрепления материала. В частности на собственном опыте работы можно предложить коллегам использовать ТСО для формирования и развития всех видов речевой деятельности учащихся на каждом уроке. Важно отметить, что в рамках программ существующих на данном этапе в каждом конкретном уроке формируется или развивается один или два аспекта речевой деятельности, что на наш взгляд не является совсем верным. Понятно, что 45 минут не хватает на развитие или формирование всех навыков, но при этом использование современных ТСО делает это реальным. Т.е. как пример можно

взять любой урок английского языка и построить его таким образом, чтобы включить в него формирование или развитие всех видов деятельности. К примеру, в работе с новой лексикой можно использовать электронные словари, которые сразу показывают антонимы, синонимы, слова образованные от исходного слова и что не мало важно, есть оригинальное озвучивание слов. Для развития лексико-грамматических навыков подобные электронные ресурсы, очень помогают и экономят время на уроке и при выполнении домашнего задания. Для развития грамматических навыков полезно на каждом уроке использовать упражнения для отработки грамматических конструкций – интерактивные задания на планшетах – для каждого учащегося свое задание. Для развития навыков аудирования, можно использовать упражнения из разных электронных ресурсов, не только то, что дано в учебных пособиях. Навыки письма и чтения развиваем при помощи любого аудиовизуального гаджета. И самое главное развитие коммуникативных навыков, т.е. выводим отработанные знания в монологическую или диалогическую речь. Это реализуется посредством наглядности на электронных ресурсах и при помощи упражнений в учебниках. Закрепление материала может происходить и как домашнее задание и как работа на уроках.

Естественно, что подготовка к таким урокам занимает время, но при правильном планировании его уходит намного меньше. На наш взгляд особенностью таких занятий является индивидуализация, когда каждый задействован учащийся задействован, может провести рефлексию и самооценку. Вне школы ученик имеет возможность проработать урок еще раз, повторить и закрепить полученные знания.

При этом, результатом стало то, что учащиеся сами стали подготавливать уроки для своих одноклассников в рамках проектной деятельности, активно используя электронные ресурсы.

Сейчас инновационным методом преподавания, внедряемым в учебный процесс, является Московская электронная школа (МЭШ). Это проект, при котором на уроках используются современные ТСО в полном объеме. Уроки создаются в виртуальном пространстве и учащиеся и учителя используют современные гаджеты для обучения. При этом все учебные пособия являются электронными и находятся в виртуальном пространстве. Положительная особенность в том, что у учеников есть возможность пройти урок заново, выполнить задания для закрепления материала и опять увидеть, и услышать объяснение материала, если он что-либо пропустил на уроке. В электронных библиотеках содержится огромное количество как учебных, так и научных литературных источников, которые доступны в виртуальном пространстве, что реально облегчает процесс поиска и изучения информации. Это в значительной степени экономит время и ресурсы. Проект на стадии эксперимента, но уже сейчас несколько московских школ готовы делиться своим опытом и разработками. Применимо к нашему опыту работы, необходимо отметить, что использование гаджетов в течении всех уроков действительно повышают успеваемость и мотивация учащихся выше, усвоение материала улучшилось, но отсутствие полноценно разработанных программ обучения для использования ТСО на уроках, замедляют процесс подготовки к урокам, но

и дает обширное поле для творческой деятельности учителя. В условиях необходимости использования технических средств обучения, остро встает вопрос о компетентности учителя в сфере компьютерных и информационных технологий. Появилась необходимость постоянного развития и совершенствования в сфере информационных технологий, что делает сам предмет изучения межпредметным, а учителя многозадачным в решении поставленных задач. Следует подчеркнуть, что никакая техника и самая продвинутая программа не заменит преподавателя, он также остается главным в управлении учебным процессом. При этом возросла ответственность учителя как создателя процесса обучения, который регулирует использование средств обучения. На собственном опыте работы можно отметить, что в процессе обучения учитель предметник обучает детей использовать гаджеты, приложения и учит управлять теми средствами, которые используются на уроках, так как не все обучающиеся имеют навыки использования современных технологий.

Таким образом, использование наглядности и ТСО в процессе преподавания иностранных языков: значительно расширяет и делает более разнообразной программу изучения иностранных языков; предоставляет доступ к различным аутентичным материалам (компьютерное представление языкового материала на основе художественной литературы, статей, материалов информационных сайтов; работа со словарем и др.); заинтересовывает учеников к изучению иностранных языков; расширяет мотивацию учеников к обучению, предоставляя им возможность работать над языком в удобном для них темпе, способствуя, таким образом, индивидуализации обучения и эффективному овладению иностранным языком.

Список литературы

1. Федеральный закон Российской Федерации от 29 декабря 2012 г. N 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»
2. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 29 декабря 2014 г. № 2765-р, утверждающее концепцию Федеральной целевой программы развития образования на 2016-2020 годы
3. Гальскова Н.Д., Гез Н.И. Теория обучения иностранным языкам: Лингводидактика и методика. – М.: Академия, 2005. – 336 с.
4. Глушков В. М. Основы безбумажной информатики. - М., . Изд. 2-е, испр. - М.: Наука, 1987 213 с.
5. Демидова И. Ф. Педагогическая психология : учеб. пособие для студентов вузов / И. Ф. Демидова. - Москва : Акад. Проект : Трикта, 2006 (Киров : Дом печати - Вятка). – 219 с.
6. Жалдак М. И. Система подготовки учителя к использованию информационной технологии в учебном процессе : дис. ... доктора пед. наук в форме науч. доклада : 13.00.02. – М., 1989. – 48 с.
7. Загвязинский В.И. О современной трактовке дидактических принципов // Сов. педагогика. – 1978. – № 10.
8. Загвязинский В.И. Теория обучения: Современная интерпретация. – М., 2001.

9. Коджаспирова Г.М. и Петров К.В. Салистра И. Д. Очерки методов обучения иностранным языкам. – М., 1966.
10. Коджаспирова, Г. М. Словарь по педагогике (междисциплинарный) / Г. М. Коджаспирова, А. Ю. Коджаспиров. - М. ; Ростов н/Д : МарТ, 2005 (Тул. тип.). - 447 с.; 22 см. - (Педагогическое образование).
11. Лёвкин А. Н. Технология проектирования и применения компьютерных обучающих программ по химии для средней школы на основе имитационного моделирования : диссертация ... кандидата педагогических наук : 13.00.02. - Санкт-Петербург, 2002. - 225 с.
12. Ляховицкий М. В. Применение звукозаписи в обучении ин. языкам: Учебное пособие для ВУЗов. – М., 1973. 133 с.
13. Миньяр-Белоручев Р.К. Методический словарь терминов методики обучения языкам. – М.: Стелла, 1996. – 144 с.
14. Рагулина М. И..Компьютерные технологии в математической деятельности педагога физико-математического направления [Текст] : монография / М. И. Рагулина. - 2-е изд., стер. - Москва : Флинта, 2011. - 117 с.
15. Рогова Г.В. О принципах обучения иностранным языкам // Иностр. яз. в shk. – 1974. – № 6.
16. Романова Г.В. Использование информационно- коммуникационных технологий в обучении иностранному языку в средней общеобразовательной школе [Текст] / Г.В. Романова // Актуальные проблемы германистики, романистики и русистики. - 2012. - № 2. - С. 264
17. Соловков И.А. Начальное образование в России. –М.: Прометей, 1992 Российская педагогическая Энциклопедия.-М.:1993.
18. толковый словарь иностранных слов в русском языке. – Смоленск, 2000. 592 с. (1377)
19. Утехина А. Н. Иностранный язык в дошкольном возрасте: теория и практика [Текст] : учебное пособие / А. Н. Утехина. - 3-е изд., испр. - Москва : Флинта, 2013. - 183, [1] с
20. Ушинский К.Д. Родное слово: книга для детей и родителей / К.Д. Ушинский. - Новосибирск: Детская литература, 1999.
21. Ушинский К.Д. Руководство к преподаванию родного слова. Из пед.соч. Т.4 М.: Педагогика, 1968.

Научное издание
Печатается по решению Ученого совета НОУ ВПО
«Московская международная академия»
Сборник трудов магистров – 2019 №02

Москва, ул. Новомосковская, д. 15а
Объем 25,12 усл.печ.л.
Формат бумаги А5 – 60х90 1/16
Тип гарнитуры “Таймс Нью Роман”.
Тираж 300 экз.

Подписано к печати 06.06.2019
Сдано в набор 07.06.2019
Отпечатано в типографии «Канцлер» 150008, г. Ярославль,
Столярная улица, д. 14