

*Экономические науки***МЕСТО РЕИНЖИНИРИНГА
В ПРЕОБРАЗОВАНИИ
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ СТРУКТУР**

Мальцева Е.Р.

*Сибирская Государственная
Автомобильно-дорожная Академия,
Омск*

Глобальные изменения, происходящие в мировой экономике, связанные с информатизацией и технологизацией факторов и моделей экономического роста приводят к изменению принципов в организационной структуре управления, направлениях технологического развития, трансформировании содержания стратегического и тактического менеджмента.

Авторов научных статей и публикаций, освещающих тему реструктуризации и реинжиниринга, можно условно разделить на две группы. Одна из них считает реинжиниринг составной частью или одной из форм реструктуризации. Вторая, напротив, полагает, что реинжиниринг является независимой и целостной системой организации бизнеса компании.

Задача реструктуризации производства состоит в согласовании рынка и структуры бизнеса компании. Задача реинжиниринга - создание универсально адаптированной к изменяемому рынку модели бизнеса компании.

Основным различием реинжиниринга и реструктуризации являются методы исполнения проводимых преобразований. В частности, реструктуризация предусматривает поэтапное изменение структуры бизнеса компании, основанное на модификации и улучшениях действующих процессов. При этом новая модель бизнеса может одновременно отвечать признакам функциональной и командно-процессной ориентации. Реинжиниринг - это всегда изменения, вследствие которых компания приобретает процессно-ориентированную структуру бизнеса. В первом случае разработчик изучает проблемы, во втором - возможности. В первом случае, действия направлены на устранение проблем, во втором - на реализацию возможностей.

На основании вышесказанного можно сделать вывод о том, что понятия «реструктуризация» и «реинжиниринг» не являются ни равнозначными, ни до-

минирующими друг над другом. Применение каждого может быть обусловлено специфическими свойствами хозяйствующего субъекта, а также стратегическими целями его руководства.

Реинжиниринг предприятия занимает центральное место как особый вид менеджмента, способный обеспечить предприятию в течение долгосрочного периода такие конкурентные преимущества, которые позволяют занять сильную конкурентную позицию, достигнуть высокого уровня прибыльности и устойчивого финансового положения. Реинжиниринг рассматривается как специальный вид менеджмента с целью повышения адаптации предприятия к изменяющимся условиям рыночной среды и определяется как процесс радикальной перестройки, перепроектирования и внедрения организационно - технологических и структурных изменений производственных и обслуживающих их систем.

Реинжиниринг бизнес-процессов базируется на доктрине об организации и изменениях структуры управления и производства, основанной, с одной стороны, на достижениях в области вычислительных и информационных технологий, а с другой стороны, на системных изменениях свойств рынка, выраженных в индивидуализации предоставляемых потребителю товаров и услуг.

Базовые концепции развития реинжиниринга заключаются в понимании, что реинжиниринг как важнейшее направление стратегического планирования основывается на осознании несоответствия прежней модели хозяйственной деятельности изменившимся нестабильным внешним условиям бизнеса. Поэтому теория и методология мероприятий реинжиниринга основываются на концепциях и моделях, целью которых является переориентация принципов хозяйственной деятельности, четкая синхронизация процедур перепроектирования производственных систем с изменяющимися запросами рынка, ожиданиями потребителя, клиента, заказчика, владельца собственности, кредитора, общества и др.

Таким образом, задача реинжиниринга состоит не в создании модели, отвечающей требованиям конкретного рынка, а в создании архитектуры бизнеса, способного эволюционно взаимодействовать с динамически изменяемыми свойствами рынка в целом.

*Филологические науки***АКТУАЛИЗАЦИЯ СРЕДСТВ ПРИВЛЕЧЕНИЯ
ВНИМАНИЯ В ЗАЧИНЕ ДИАЛОГА В РЕЧЕВОЙ
СТАНДАРТНОЙ СИТУАЦИИ «НА УЛИЦЕ»
В СОВРЕМЕННОМ АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ**

Тетакаева Л.М.

ДГУ, Махачкала

Верещагин Е.М. и Костомаров В.Г. предлагают разграничивать два вида речевых и социальных ситуаций – стандартные и вариабельные. Авторы сравнивают стандартные ситуации со сценарием (или про-

граммой, понимаемой в кибернетическом смысле), так как и сценарий, и стандартные ситуации полностью предписывают и то, что человеку надлежит делать, и то, что ему надлежит при этом говорить [1,95]. В стандартных речевых ситуациях поведение человека жестко регламентируется. Данный тип ситуации обуславливает функционирование стереотипных языковых средств в социальном речевом поведении. Стандартная ситуация задает единственно возможную (без нарушения норм) форму речевого акта, то есть регистр речевых средств. «Здесь говорящие вступают

в непосредственный контакт, речь их строится без подготовки, без обдумывания, нет между ними отношений субординации» [2, 270]. Очевидно, это происходит в силу того, что коммуниканты незнакомы, и контакт между ними, как правило, непродолжителен.

Стандартные ситуации менее разнообразны и более малочисленны, чем вариабельные, что находит отражение и в тексте художественных произведений, где повествование преимущественно строится на вариабельных ситуациях. В жизни «стандартные ситуации практически уникальны» [1,98]. Поведение индивидуума в стандартной ситуации можно назвать ролевым, так как он «проигрывает» роли «покупателя», «прохожего», «клиента» и т.д. Статус коммуникантов, как правило, в данных ситуациях значения не имеет, то есть коммуниканты обычно незнакомы. Контакт их состоит в связи с необходимостью что-либо получить (в магазине) или что-либо узнать (на улице) и т.д.

Ситуацию «На улице» можно отнести к наиболее распространенным среди стандартных ситуаций. Коммуниканты равны, так как оба «проигрывают» роли прохожих, и для того, чтобы обратиться к прохожему, адресант пользуется средством привлечения внимания. Как показала текстовая выборка, набор их строго ограничен в данной ситуации. Это прежде всего формула вежливости «excuse me», например:

Hannan: Excuse me. Is this Costa Verde Hotel?

Shannon: (suddenly pacified by her appearance) Yes. Yes, it is [6,18] или

The woman was obviously startled, and the flash across her face was not lost on Tuppence. (Something odd with her?)

Tuppence said: "Excuse me, are you looking for someone?" [4,67].

Эти два примера свидетельствуют о двух различных целевых установках адресантов. В первом из них целевая установка заключается в получении информации, а во втором – предложении помощи. А это значит, что адресант во втором примере находится в более выгодном положении, чем в первом. Однако использование одного и того же средства привлечения внимания (excuse me) свидетельствует о том, что роли, проигрываемые коммуникантами в стандартных ситуациях, являются равноположными или симметричными.

Адресант в данной ситуации может пользоваться и клишированным императивом «I say»:

Marlene: I say, is this the wash house?

Slaughter: The what? [3,12].

Общение в стандартных ситуациях вообще и в ситуации «На улице», в частности, проходит на нейтральной тональности, так как в данной ситуации общения коммуникантам известны только их социальные роли. Первый и второй примеры наиболее характерны для данного типа ситуаций. Использование же средств привлечения внимания, функционирующих обычно на тональности общения ниже нейтрального уровня, сигнализирует о нарушении нормы поведения

индивида. Так, нами зафиксированы примеры использования оклика «hey» в качестве средства привлечения внимания в стандартной ситуации «На улице». Однако функционирование «hey» здесь является исключением, так как используется лицами, поведение которых обществом не санкционировано. Так, негр-тянка в пьесе Т.Уильямса «Трамвай «Желание»», находясь в состоянии алкогольного опьянения, пристает на улице к юноше:

(The Negro woman cackling hysterically, swaying drunkly, comes around the corner from the Four Deuces. At the same time a young man enters from the opposite direction)

Negro woman: Hey! Sugar! [7,172].

В той же пьесе другая героиня, находясь подобном состоянии, тоже пристает к прохожему, используя оклик «hey»:

Blanche: Hey! (He turns again, still more uncertainly. She goes close to him) What time is it? [7,173].

Таким образом, использование оклика «hey», функционирующего, как правило, на нижнем уровне шкалы тональностей, возможно в исследуемой ситуации только как исключение, доказывающее тот факт, что нейтральность общения является характерной чертой стандартных ситуаций в целом.

В ситуации «На улице» кроме ролей прохожих могут проигрываться роли «торговец -покупатель». Уличный торговец, привлекая внимание прохожих к своему товару, использует зачастую безглагольные побудительные речевые стереотипы, например:

Hawker: Hot dogs! Get your red hots! Hot dogs! [5,16] или

Hawker: Eskimo pies! Get your Eskimo pies! [5,46].

Целевая установка уличного торговца заключается в вызове ответной реакции адресата. Реакция может последовать, и тогда происходит смена ролей, то есть индивид меняет роль прохожего на роль покупателя, но контакт может и не произойти, как это показано в примерах. Реакция адресата в исследуемой ситуации при данных ролевых отношениях является необязательной. Отсутствие ее – не нарушение этикетных норм поведения в обществе, как это было бы при ролевых отношениях «прохожий – прохожий».

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Верещагин Е.М., Костомаров В.Г. Язык и культура: Лингвострановедение в преподавании русского языка как иностранного. – М., 1973.
2. Земская Е.А. Русская разговорная речь: лингвистический анализ и проблемы обучения. – М., 1979.
3. Bate S. Monday's Washing Day. - Boston, 1960.
4. Christie A. N or M? – N.Y., 1985.
5. Lawrence J., Lee R. Inherited the Wind. – N.Y., 1955.
6. Williams T. Night of the Iguana. – Harmondsworth, 1964.
7. Williams T. A Streetcar Named Desire // Sweet Bird of Youth and Other Plays. – Harmondsworth, 1963.