

ISSN 2072-0297

МОЛОДОЙ УЧЁНЫЙ

МЕЖДУНАРОДНЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ



6 2020
ЧАСТЬ IV

16+

Молодой ученый

Международный научный журнал

№ 6 (296) / 2020

Издается с декабря 2008 г.

Выходит еженедельно

Главный редактор: Ахметов Ильдар Геннадьевич, кандидат технических наук

Редакционная коллегия:

Ахметова Мария Николаевна, доктор педагогических наук
Иванова Юлия Валентиновна, доктор философских наук
Каленский Александр Васильевич, доктор физико-математических наук
Куташов Вячеслав Анатольевич, доктор медицинских наук
Лактионов Константин Станиславович, доктор биологических наук
Сараева Надежда Михайловна, доктор психологических наук
Абдрасилов Турганбай Курманбаевич, доктор философии (PhD) по философским наукам (Казахстан)
Авдеюк Оксана Алексеевна, кандидат технических наук
Айдаров Оразхан Турсункожаевич, кандидат географических наук (Казахстан)
Алиева Тарана Ибрагим кызы, кандидат химических наук (Азербайджан)
Ахметова Валерия Валерьевна, кандидат медицинских наук
Брезгин Вячеслав Сергеевич, кандидат экономических наук
Данилов Олег Евгеньевич, кандидат педагогических наук
Дёмин Александр Викторович, кандидат биологических наук
Дядюн Кристина Владимировна, кандидат юридических наук
Желнова Кристина Владимировна, кандидат экономических наук
Жуйкова Тамара Павловна, кандидат педагогических наук
Жураев Хусниддин Олтинбоевич, кандидат педагогических наук (Узбекистан)
Игнатова Мария Александровна, кандидат искусствоведения
Искаков Руслан Маратбекович, кандидат технических наук (Казахстан)
Кайгородов Иван Борисович, кандидат физико-математических наук (Бразилия)
Калдыбай Кайнар Калдыбайулы, доктор философии (PhD) по философским наукам (Казахстан)
Кенесов Асхат Алмасович, кандидат политических наук
Коварда Владимир Васильевич, кандидат физико-математических наук
Комогорцев Максим Геннадьевич, кандидат технических наук
Котляров Алексей Васильевич, кандидат геолого-минералогических наук
Кошербаева Айгерим Нуралиевна, доктор педагогических наук, профессор (Казахстан)
Кузьмина Виолетта Михайловна, кандидат исторических наук, кандидат психологических наук
Курпаяниди Константин Иванович, доктор философии (PhD) по экономическим наукам (Узбекистан)
Кучерявенко Светлана Алексеевна, кандидат экономических наук
Лескова Екатерина Викторовна, кандидат физико-математических наук
Макеева Ирина Александровна, кандидат педагогических наук
Матвиенко Евгений Владимирович, кандидат биологических наук
Матроскина Татьяна Викторовна, кандидат экономических наук
Матусевич Марина Степановна, кандидат педагогических наук
Мусаева Ума Алиевна, кандидат технических наук
Насимов Мурат Орленбаевич, кандидат политических наук (Казахстан)
Паридинова Ботагоз Жаппаровна, магистр философии (Казахстан)
Прончев Геннадий Борисович, кандидат физико-математических наук
Семахин Андрей Михайлович, кандидат технических наук
Сенцов Аркадий Эдуардович, кандидат политических наук
Сенюшкин Николай Сергеевич, кандидат технических наук
Титова Елена Ивановна, кандидат педагогических наук
Ткаченко Ирина Георгиевна, кандидат филологических наук
Федорова Мария Сергеевна, кандидат архитектуры
Фозилов Садриддин Файзуллаевич, кандидат химических наук (Узбекистан)
Яхина Асия Сергеевна, кандидат технических наук
Ячинова Светлана Николаевна, кандидат педагогических наук

Международный редакционный совет:

Айрян Заруи Геворковна, кандидат филологических наук, доцент (Армения)
Арошидзе Паата Леонидович, доктор экономических наук, ассоциированный профессор (Грузия)
Атаев Загир Вагитович, кандидат географических наук, профессор (Россия)
Ахмеденов Кажмурат Максutowич, кандидат географических наук, ассоциированный профессор (Казахстан)
Бидова Бэла Бертовна, доктор юридических наук, доцент (Россия)
Борисов Вячеслав Викторович, доктор педагогических наук, профессор (Украина)
Велковска Гена Цветкова, доктор экономических наук, доцент (Болгария)
Гайич Тамара, доктор экономических наук (Сербия)
Данатаров Агахан, кандидат технических наук (Туркменистан)
Данилов Александр Максимович, доктор технических наук, профессор (Россия)
Демидов Алексей Александрович, доктор медицинских наук, профессор (Россия)
Досманбетова Зейнегуль Рамазановна, доктор философии (PhD) по филологическим наукам (Казахстан)
Ешиев Абдыракман Молдоалиевич, доктор медицинских наук, доцент, зав. отделением (Кыргызстан)
Жолдошев Сапарбай Тезекбаевич, доктор медицинских наук, профессор (Кыргызстан)
Игисинов Нурбек Сагинбекович, доктор медицинских наук, профессор (Казахстан)
Кадыров Кутлуг-Бек Бекмуратович, кандидат педагогических наук, декан (Узбекистан)
Кайгородов Иван Борисович, кандидат физико-математических наук (Бразилия)
Каленский Александр Васильевич, доктор физико-математических наук, профессор (Россия)
Козырева Ольга Анатольевна, кандидат педагогических наук, доцент (Россия)
Колпак Евгений Петрович, доктор физико-математических наук, профессор (Россия)
Кошербаева Айгерим Нуралиевна, доктор педагогических наук, профессор (Казахстан)
Курпаяниди Константин Иванович, доктор философии (PhD) по экономическим наукам (Узбекистан)
Куташов Вячеслав Анатольевич, доктор медицинских наук, профессор (Россия)
Кыят Эмине Лейла, доктор экономических наук (Турция)
Лю Цзюань, доктор филологических наук, профессор (Китай)
Малес Людмила Владимировна, доктор социологических наук, доцент (Украина)
Нагервадзе Марина Алиевна, доктор биологических наук, профессор (Грузия)
Нурмамедли Фазиль Алигусейн оглы, кандидат геолого-минералогических наук (Азербайджан)
Прокопьев Николай Яковлевич, доктор медицинских наук, профессор (Россия)
Прокофьева Марина Анатольевна, кандидат педагогических наук, доцент (Казахстан)
Рахматуллин Рафаэль Юсупович, доктор философских наук, профессор (Россия)
Ребезов Максим Борисович, доктор сельскохозяйственных наук, профессор (Россия)
Сорока Юлия Георгиевна, доктор социологических наук, доцент (Украина)
Узаков Гулом Норбоевич, доктор технических наук, доцент (Узбекистан)
Федорова Мария Сергеевна, кандидат архитектуры (Россия)
Хоналиев Назарали Хоналиевич, доктор экономических наук, старший научный сотрудник (Таджикистан)
Хоссейни Амир, доктор филологических наук (Иран)
Шарипов Аскар Калиевич, доктор экономических наук, доцент (Казахстан)
Шуклина Зинаида Николаевна, доктор экономических наук (Россия)

На обложке изображена *Барбара Джордан* (1936–1996), американский политик, юрист и лидер движения за гражданские права.

Барбара Джордан родилась в Хьюстоне, штат Техас, в семье баптистского священника. Она с отличием окончила школу Филлис Уитли. Наблюдая за тем, как ее мать усиленно работает, чтобы обеспечить семью, Джордан поняла, что не желает тратить жизнь на оттирание полов, приготовление еды и чистку одежды. Она всегда знала, что пойдет в колледж, и в какой-то момент в старшей школе решила стать юристом. Из-за сегрегации она не смогла поступить в Техасский университет в Остине и вместо этого выбрала исторически «черный» Техасский южный университет, где изучала политологию и историю. Там она отличалась выдающимися риторическими способностями и обыгрывала соперниц из Йельских и Браунских школ в конкурсах спора. Ее зачисление в юридическую школу при Бостонском университете также ознаменовало ее первое вступление в мир белых, в котором с ней часто обращались больше как с чернокожей женщиной, чем как с индивидуально. Но Джордан училась справляться. Она вместе с другими темнокожими студентами организовала собственную учебную группу, когда их не пригласили присоединиться к какой-либо из учебных групп. Джордан часами работала, поскольку ее провинциальное школьное образование не соответствовало требованиям юридической школы. После окончания учебы в Бостоне и получения юридической степени она изучала политологию в Институте Таскиги в штате Алабама в течение года, а затем вернулась в Хьюстон и начала вести частную юридическую практику.

Джордан безуспешно участвовала в избирательных кампаниях в техасскую Палату представителей в 1962-м и 1964-м, но в 1966 году ее настойчивость сделала ее первым афроамериканским сенатором с 1883 года и вообще первой темнокожей женщиной в Сенате. В 1968-м

она была переизбрана и занимала свою должность до 1972 года, а также провела один день, 10 июня 1972 года, в качестве и. о. губернатора Техаса.

В 1972 году Барбара была избрана в Конгресс — до этого конгрессменами от штата Техас становились только мужчины. Она получила мощную поддержку от бывшего президента Линдона Джонсона, который помог ей занять должность в юридическом комитете Палаты представителей. В 1974-м Джордан выступила перед Юридическим комитетом, поддержав импичмент Ричарда Никсона. Ее 15-минутная речь вошла в анналы как один из лучших образцов американской риторики XX века.

Со временем Джордан ушла из политики и начала преподавать в Техасском университете в Остине. Два раза она становилась основным докладчиком на Демократическом национальном съезде, а также возглавляла Комиссию США по иммиграционной реформе, выступающей за ужесточение и ограничение иммиграции.

В 1973 году Барбара Джордан впервые заметила у себя признаки рассеянного склероза. Она испытывала трудности с подъемом по лестнице и в конце концов начала использовать сначала трость, а потом и инвалидное кресло. Она также страдала от лейкемии, но так хорошо скрывала свои проблемы со здоровьем, что президент Билл Клинтон даже хотел предложить ее кандидатуру в качестве одного из потенциальных судей Верховного суда.

Барбара Джордан умерла за месяц до своего 60-летия от осложнений после воспаления легких.

Она была удостоена таких наград, как медаль Спингарна и президентской медали Свободы. Барбара была в числе американских женщин, которым журнал *Time* присвоил звание «Человек года». В ее честь в Остине воздвигли мемориал.

Екатерина Осянина, ответственный редактор

СОДЕРЖАНИЕ

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

Агибалова В. Г.

Механизм управления и самоуправления сельскими территориями..... 265

Бойчук Я. В., Шухат П. А., Белоусова А. А.

Совершенствование элементов проектного управления в органах региональной власти Ханты-Мансийского автономного округа — Югры..... 267

Галина А. Э., Григорьева А. В.

Социально-психологические факторы, влияющие на стремление к карьерному росту сотрудников в организации 269

Гималетдинова К. С.

Пути совершенствования налогового регулирования в машиностроении 270

Дятчин П. А.

Анализ ситуации на рынке страхования 272

Карлина Т. А.

Социальный менеджмент как форма управления процессами социального обслуживания..... 275

Лазарева О. Б., Золотова А. С.

Развитие системы бюджетирования в ОАО «РЖД» и на уровне филиалов..... 277

Немчанинова М. А., Ким Фа Сун

Модели совершенствования подготовки и повышения квалификации работников частного охранного предприятия 280

Немчанинова М. А., Ломакина Е. И., Ким Фа Сун

Проблемы и перспективы развития малого бизнеса Сахалинской области 282

Нехова Д. А.

Основы разработки стратегического плана управления активами 284

Пичугина Е. В.

Теоретические основы конкуренции 285

Скакова Д. А., Мурзалиева А. К.

Актуализация отчетной информации о денежных потоках 288

Суворкина Ж. А., Суворкин А. С., Курневский А. С., Дряев М. Р.

Сравнение основ денежно-кредитной политики Российской Федерации и Великобритании 292

Шаврова А. Г.

Пути повышения эффективности деятельности объектов розничной торговли..... 294

Ширяева В. Е.

Система показателей оценки финансового положения коммерческой организации..... 296

Шомантай Е. А.

Выявление конкурентных преимуществ на основе стратегического анализа 299

Шомуродов Р. Т., Шоюнусов Ш. Ш.

Пути совершенствования практики использования инструментов денежно-кредитной политики..... 302

Юн В. А.

Предложение по оптимизации финансовых результатов предприятия за счет нового вида услуг 305

МАРКЕТИНГ, РЕКЛАМА И PR

Атькова К. С.

Необходимость правового регулирования этики в рекламе..... 308

Макушева О. Н., Зинина Е. Б.

Тенденции развития интегрированных маркетинговых коммуникаций 309

Пономарев С. В., Патрин П. А.
Диверсификация продвижения товаров и услуг
на предприятии «Техносоюз» 311

Прокина П. А., Бударина О. А.
Применение PR-технологий для решения
социальных проблем 313

МОЛОДОЙ УЧЕНЫЙ ҚАЗАҚСТАН

Адалбек Н.
Нанотехнология негіздерін оқытудың
маңызы 316

Акшораева Г. О., Мәдибеков А. С.
Алматы қаласының экологиялық жағдайын
бағалау 318

Қысайбай А. Б.
Студенттердің ақпараттық құзыреттілігін
дамытудың жолдары 322

Сайлау Қ.
Бақылау: кәсіпорынды басқару құралы
ретінде 324

Сыдыков Б. Д., Оралова Д. А.
Болашақ мұғалімдерінің зерттеушілік
іс-әрекеттерін ұйымдастырудың әдістемелік
аспектілері 327

Тұрлығажы Е. С.
Заманауи университет web сайты 331

МОЛОДОЙ УЧЕНЫЙ O'ZBEKISTON

Джулдикараева Х. Т.
Саҳна нутқининг билимдони Лола Хўжаева 335

**Ербаева Р. Ш., Нажиматдинова Ж. И.,
Исмаилова М. Т.**
Бошланғич синф ўқувчиларида мустақил
ишларни ташкил этиш йўллари 337

Ilmaminova D.
Muloqotning oiladagi oʻrni 340

Қодиралиева Ш. О., Қурбонова Ш.
Ўзбекистонда диний бағрикенглик
анъаналарининг ёшлар тарбиясида
тутган ўрни 342

Муқимжонова М. М.
Алишер Навоий ижодига Мирзо Улуғбек илмий
мактабининг таъсири 344

Moʻminova O. T., Valiyeva Z. T.
Oilaga ijtimoiy muhitning taʼsiri 345

Сайлаўов А. Б., Бекназаров Қ. Б.
Замонавий таълимда физика-технологияни
ўқитиш усуллари 347

Шомуродов А. А.
Халқ оғзаки ижодида сўз санъати 349

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

Механизм управления и самоуправления сельскими территориями

Агибалова Виктория Геннадьевна, кандидат экономических наук, доцент
Кубанский государственный аграрный университет имени И. Т. Трубилина (г. Краснодар)

В статье автор разработал и представил механизм управления и самоуправления сельскими территориями в рамках совершенствования организационно-экономического алгоритма развития сельской местности с позиции основ формирования факторного поля в области основных функциональных задач территорий. С целью дальнейшей идентификации и выявления дополнительных возможностей повышения привлекательности сельской местности и решения социально-экономических проблем на селе.

Ключевые слова: развитие сельских территорий, сельская местность, алгоритм управления, социально-экономическое развитие, факторное развитие, организационно-экономический механизм.

Реализация управленческого воздействия на территории сельского типа в рамках общегосударственной аграрной политики, полномочий органов местного самоуправления и функционирования соответствующего организационно-экономического управления и самоуправления развития сельской местности требует включения в его управленческий контур действенного алгоритма аналитической работы, позволяющего собирать, систематизировать и обрабатывать информацию о происходящих явлениях и процессах в рамках развития сельской местности.

Поиск новых подходов в области совершенствования управления в развитии сельских территорий и обоснование конкретных инструментов и механизмов осуществляли в своих исследованиях Е. Н. Белкина, В. В. Боброва, Л. В. Бондаренко, С. О. Гоманова, А. Н. Греков, Е. И. Громов, О. О. Зайцева, Н. Н. Киселева, Р. И. Клинецвич, Е. Г. Коваленко, Э. Н. Крылатых, В. В. Лазовский, А. Л. Маркова, Н. Н. Новоселова, В. Н. Папело, М. В. Рыбакова, В. М. Старченко и др. В то же время, не отрицая достоинств последних научных изысканий по проблемам изучения развития сельских территорий, значительный ряд вопросов остался за гранью экономических исследований. В частности, требуют решения проблемы недостаточности организационно-экономического обеспечения процедур по совершенствованию развития сельской местности. Причем эта информация должна включать не просто общие данные о параметрах социально-экономического развития сельских населенных пунктов, а специфические сведения о выполнении основных функциональных задач. Подобного рода инструментом может быть и систематический анализ факторных составляющих развития сельских территорий.

На сегодняшний день существует многообразие взглядов, позиций и мнений на совокупность элементов факторного поля при рассмотрении процессов развития сельских территорий. Так, А. Л. Маркова выделяет 5 групп факторов:

- социальные факторы (инфраструктура, социальные последствия политических и экономических кризисов, чрезвычайные происшествия и военные конфликты);
- институциональные факторы (подготовка кадров, географическое местоположение, коррупция, потребители и конкуренты);
- экологические факторы (состояние природных ресурсов, преступность в сфере экологии и природопользования);
- инновационно-инвестиционные (общественно-психологический климат, развитость соответствующей инфраструктуры и т. д.);
- экономические факторы (внешнеэкономическая деятельность, финансово-бюджетная система, налогово-кредитная система, инфляция, баланс спроса и предложения и другие) [1, с. 47–53].

В то же время, по мнению Ю. А. Просянкиной, факторы развития сельских территорий закреплены в системе их использования в качестве структурных элементов потенциала местного развития и структурируются на четыре группы: естественные факторы (природно-климатические, экономико-географические, демографические), экономические факторы (производственные факторы, инфраструктурные, факторы диверсификации производства, институциональные факторы), производственно-системные факторы (инвестиционные, инновационные, факторы расширенного воспроизводства и факторы адаптации) и социальные факторы (бюджетные факторы и факторы

личных финансов, социально-инфраструктурные, рекреационные факторы) [2, с. 24].

В исследовании И.А. Коленченко факторы развития сельских территорий рассмотрены в контексте управления социально-экономическими преобразованиями сельской местности. Так, автор выделяет природно-географические факторы, группы факторов «децентрализации управления», «методы управления», «статистика управления», а также совокупность эколого-эпидемиологических факторов [3, с. 148].

Опираясь на мнения различных научных деятелей, с учетом многогранности факторного воздействия, формирование системы управления сельского развития требует разработки специальной логической последовательности реализации этапов управления и самоуправления сель-

скими территориями, представленной на рисунке 1. На её основе далее можно будет осуществлять дорожное картирование дальнейшего процесса совершенствования организационно-экономического механизма по созданию комплекса информационных, аналитических и диагностических предпосылок для улучшения качества информации, используемой при:

- разработке новых и корректировке уже реализующихся программ и проектов социально-экономического развития сельских территорий;
- дополнении материалов инвестиционно-инновационной и отраслевой привлекательности территории;
- оценке качества работы органов местного самоуправления со стороны населения и органов регионального менеджмента;



Рис. 1. Алгоритм организации системы организационно-экономического управления и самоуправления сельскими территориями (разработан автором)

— формировании предложений по совершенствованию отраслевой, демографической, бюджетной, социальной и пространственной политики.

В целом отметим, что представленные разработки, рекомендации, модельные решения в области совершенствования организационно-экономического управления и

самоуправления сельскими территориями создают дополнительные возможности для повышения привлекательности сельской местности, решения их социально-экономических проблем, закрепления населения и трудовых ресурсов на селе, обеспечения продовольственной и социальной стабильности.

Литература:

1. Мальчикова, Д.С. Планирование территорий и функции сельской местности: общественно-географический анализ / Д.С. Мальчикова // Географический вестник. — 2014. — № 3;
2. Просяникова, Ю.А. Аграрный потенциал в системе развития сельских территорий: автореферат... канд. экон. наук / Просяникова Ю.А. — Воронеж: Изд-во ВоронежГАУ, — 2013;
3. Коленченко, И.А. Управление социально-экономическим развитием сельских территорий: диссертация ... канд. экон. наук., Москва, 2014.

Совершенствование элементов проектного управления в органах региональной власти Ханты-Мансийского автономного округа — Югры

Бойчук Ярослав Владимирович, студент магистратуры;

Шухат Павел Александрович, студент магистратуры;

Белоусова Анна Андреевна, студент магистратуры

Уральский институт управления — филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации (г. Екатеринбург)

Статья посвящена вопросам развития проектного управления применимо к органам региональной власти Ханты-Мансийского автономного округа — Югры. Уделено внимание проблеме создания элементов системы управлением портфелем проектов. Описаны основные преимущества от внедрения информационной системы «Проектное управление» как одной из технологий проектного управления.

Ключевые слова: проектное управление, проектная деятельность, Югра, проект, Ханты-Мансийский автономный округ, региональная власть.

В 2014 г. прошло заседание Совета по внедрению проектного управления в органах государственной власти субъектов РФ, на котором было принято решение о выделении пилотных площадок для внедрения проектного управления [2]. К пилотным площадкам предъявлялись требования по поддержке проектного управления со стороны руководителя органа исполнительной власти региона. Площадки должны были иметь успешный опыт по внедрению проектного управления, также обладать должным количеством квалифицированного в сфере технологий и методов профессионального проектного управления кадров.

Особое внимание Совета вызывали регионы, имеющие успешный опыт развития отдельных элементов системы проектного управления, а также регионы, опыт которых относился к числу лучших на федеральном уровне. На сегодняшний день можно с уверенностью сказать, что Ханты-Мансийский автономный округ — Югра успешно оправдал свое участие в проекте, с 2015 по 2019 год регион неоднократно упоминался в числе призеров конкурса управления проектной деятельностью в госсекторе «Проектный Олимп».

Сегодня иерархическая структура проектных офисов Ханты-Мансийского автономного округа — Югры включает пять ведомственных проектных и 22 муниципальных офиса [3]. При этом большинство нормативных документов, регламентирующих управление проектами округа, было принято в период с 2014 по 2017 год. Исследование нормативной базы управления проектами показало, что более 80% документов принято с начала 2015 года, сразу после создания соответствующего регионального офиса.

В Ханты-Мансийском автономном округе — Югре создаются элементы системы управления портфелем проектов, создан соответствующий нормативный, что представляется более сложной управленческой задачей, чем управление отдельными проектами. В регионе разработаны регламенты по формированию команд проекта, организации функционального взаимодействия, управлению бюджетами, сроками и управленческими рисками. В качестве перспективных направлений развития региона рассматриваются создание иерархической структуры проектных офисов, как ведомственных, так и муниципальных, а также внедрение информационных систем управления

проектами. Приняты нормативные акты, диверсифицирующие и уточняющие базовые положения методических рекомендаций по управлению проектами на различных стадиях его жизненного цикла, формированию паспортов проектов, постановления об организации постоянных и временных органов управления проектной деятельностью [4]. основополагающим документом, является Положение о проектной деятельности, утвержденное Правительством региона. Данный документ имеет нормативный характер, он прошел полную процедуру согласования, в нем последовательно расписаны основные роли, процессы и подходы управления проектами и портфелями. В целях развития норм Положения утверждены Регламенты управления проектом и портфелем проектов, в которых пошагово описаны процедуры планирования, анализа и мониторинга, установлены сроки и ответственные лица этапов управления проектами. Кроме того, на постоянной основе проводится работа по созданию реестров и архивов проекта, изучение которых позволяет в любой момент получить информацию по той или иной активности. В регионе действует и Положение о мотивации — нормативный документ, принятый на уровне губернатора, в котором описаны основные подходы в части стимулирования участников проектной деятельности. В целях фактической реализации Положения были приняты Правила рейтинга. Правовая база по проектному управлению включает также модель оценки компетенций, которая определяет перечень требований к уровню компетенции участников проектов, позволяет на регулярной основе оценивать их соответствие требованиям и формировать для них рекомендации относительно развития компетенций. Вся правовая и методическая база проекта регулярно обновляется (не реже одного раза в год).

Отметим, что в регионе проводится активное обучение государственных служащих основам проектного управления и стратегического менеджмента. Ведь полностью преимущества проектного управления будут заметны лишь тогда, когда будет полностью сформирована культура проектного управления и найдены руководители, обладающие необходимыми навыками и личностными компетенциями. В регионе разработаны документы, регламентирующие проверку знаний и компетенций персо-

нала в вопросах проектного управления, при этом утвержден «Порядок тестирования проектных специалистов», а также «Порядок определения уровня профессионального соответствия проектных специалистов».

В качестве пилотной площадки рассматриваемый регион отчитывается об эффективности внедрения проектного управления и направлениях его развития. Среди основных показателей эффективности фигурируют:

- Объем дополнительно освоенных инвестиций
- Доля влияния проектного управления на рост валового регионального продукта
- Сокращение срока планируемой реализации проектов
- Место региона в рейтинге федеральных субъектов.

Высокий уровень развития проектного управления в регионе подтверждается высокой численностью специалистов, сертифицированных как по международным, так и по национальным стандартам. Подтверждением также может служить то, среди организаций, сертифицированных по системе оценки организационной зрелости системы управления проектами IPMA-Delta, есть две региональные компании [4].

Обобщая сказанное выше, можем сделать вывод о том, что проектное управление в органах региональной власти ХМАО-Югра выходит на новый этап уверенного развития, есть уверенность, что внедрение проектного управления стало реальным управленческим инструментом.

В регионе создана информационная система «Проектное управление», функционал которой упрощает администрирование проекта, позволяет вести документооборот, заполнять реестры проектов, осуществлять календарное и финансовое планирование, распределять зоны ответственности, обозначать полномочия в командах, осуществлять мониторинг и анализ проектной деятельности [1].

Таким образом, ХМАО-Югра, как лидер среди регионов, внедряющих технологии проектного управления, уделяет повышенное внимание управлению персоналом, занятым в проектной деятельности, информационным системам и дальнейшему совершенствованию системы управления проектами, как доказавшей свою эффективность.

Литература:

1. Петрова, В.С. Проблемы социально-экономического развития Ханты-Мансийского Автономного Округа-Югры // Концепт. — 2017. — № S1.
2. Раменская, Л.А. Особенности проектного управления органах государственной власти // Фундаментальные исследования. — 2018. — № 1.
3. Управление федеральной службы государственной статистики по Тюменской области, Ханты-Мансийскому автономному округу-Югре [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://tumstat.gks.ru/>.
4. <https://leanregion.admhmao.ru/> / Официальный сайт администрации ХМАО-Югры [Электронный ресурс].

Социально-психологические факторы, влияющие на стремление к карьерному росту сотрудников в организации

Галина Альбина Эдуардовна, кандидат социологических наук, доцент;
 Григорьева Анастасия Валерьевна, студент магистратуры
 Башкирский государственный университет (г. Уфа)

Данная статья рассматривает концепции, которые затрагивают социально-психологическую проблематику успешности карьеры. Пристальное внимание уделяется раскрытию психологических факторов, оказывающих большое влияние для продвижения по карьерной лестнице работника в организации, с учетом проведение исследований характерных черт работника и его карьерных целей и мотивов.

Ключевые слова: карьера, успешность карьеры, социально-психологические факторы карьеры, межличностные отношения.

Карьера определяет не только успех или неудачу, как в реальном смысле человека. Это внутреннее поведение и отношение, изменение связанных с деятельностью на выков, способностей и профессиональных возможностей. В то же время необходимо учитывать не только факторы, влияющие на развитие карьеры, но и всю систему взаимодействия внутренних факторов в бизнес — системе, влияние которых измеряется и зависит от вида деятельности. Настроение персонала и определяемых критериев эффективности, которые в конечном итоге влияют на конечные результаты компании, конкурентоспособность продукции (работы, услуги) [2].

Цели продвижения по карьерной лестнице с возрастом имеют все шансы изменяться по мере такого, как изменяется сам человек и его высококлассная деятельность: с подъемом квалификации, продвижением по службе, переменами или же пересмотром ценностей.

Суть процесса служебного подъема в организации заключается в своем роде исследовании факторов, весомых для определенной личности, его интересов, ориентации и направленности; в цели добиться служебного подъема, также самовыражения, самоутверждения; в отношениях с коллективом, в котором приходится трудиться, в профессиональной карьере в целом и к определенной работе начальника.

Особенностями проявления значимости и воздействия межличностных отношений к продвижению по карьерной лестнице в организации для сотрудника представляется актуализация необходимости в высококлассном самовыражении, индивидуальных мотивов и целей, которые работник ставит перед собой, основные ориентации, хорошая социально-психологическая обстановка в компании и коллективе, где непосредственно сотрудник трудится [6].

Можно отметить следующие психологические факторы карьеры:



Следовательно, видно, что на продвижение по карьерной лестнице сотрудника в компании оказывают большое влияние средовой, социально-психологический и личностные факторы, также можно заметить, что помимо межличностных отношений, присутствует ряд факторов, которые оказывают большое влияние на карьерный подъем работника в организации. На основе приобретенных теоретических данных можно сделать вывод, что на продвижение по карьерной лестнице сотрудника в компании оказывает большое влияние сложный комплекс факторов, в которых немаловажную роль играют межличностные взаимоотношения в компании (коллективе) [7].

Межличностные взаимоотношения в трудовых коллективах выступают основанием, стимулом и предпосылкой, оказывающими благоприятное влияние на служебный подъем ее сотрудников, который находится в зависимости от их вождения и влечения на базе обусловленных принципов взаимодействия и общения с коллегами создавать свою карьеру, применяя для этого свойственные им индивидуально-личностные и социально-психологические свойства и сформировавшиеся в коллективе благоприятный психологический климат и благоприятную эмоциональную атмосферу [1]. При продвижении по карьерной лестнице любому работнику нужно правильно расценивать собственную компанию расположение его членов к сотрудничеству и эффективность любого из них в зависимости от проявления их индивидуально- и социально-психологических качеств.

Литература:

1. Галина, А.Э., Гиззатуллина А.Э. Система профессионального развития персонала современной образовательной организации // Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии. — 2018. — № 1 (Ч. 5). — с. 560–563. — https://docs.wixstatic.com/ugd/dcaed9_ab833d94fd4e4fc4a12308844217d2c1.pdf (ВАК)
2. Евтихов, О.В. Психология управления персоналом: теория и практика / О.В. Евтихов. — СПб., 2010. — 285 с.
3. Журавлев А.Л. Социальная психология: учебное пособие / А.Л. Журавлев. — М., 2002.
4. Платонов, К.К. Структура и развитие личности / К.К. Платонов. — М., 1986. — 320 с.
5. Столяренко, Л.Д. Основы психологии / Л.Д. Столяренко. — М.: Феникс, 1997. — 277 с.

Пути совершенствования налогового регулирования в машиностроении

Гималетдинова Кира Сергеевна, студент магистратуры;

Научный руководитель: Шохин Евгений Иванович, кандидат экономических наук, профессор

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации (г. Москва)

Основой развития промышленности любой страны является машиностроение. Исключительно сырьевая направленность экономической политики последних десятилетий показала свою полную бесперспективность и сейчас как никогда встает вопрос о кардинально ином направлении развития прежде всего промышленности и её основы — машиностроения.

Ведущими факторами, воздействующими на продвижение по карьерной лестнице, являются: а) индивидуально- и социально-психологические свойства ее сотрудников: психическая критика ими своей личности в корпоративной деятельности лица самоидентификации и самокатегоризации во взаимоотношении с другими, также важность продвижения по карьерной лестнице, индивидуальность восприятия и оценки вышестоящего управления, доверия ему; б) индивидуальность восприятия и оценки людьми друг друга в совместной корпоративной высококлассной деятельности; взаимоотношения с коллегами, начальником; социально-психологический климат в коллективе; в) организационно-социально-средовые факторы: индивидуальность сформировавшихся представлений о карьере, ее нормах и ценностях в организации (трудовом коллективе); организация стимулирования продвижения служебного подъема их сотрудников; действительность усилий административной установки и особенности взаимодействия в ней [3].

Таким образом, посредством социально-психологических элементов активизируются обусловленные групповыми потребностями и индивидуальными стремлениями сотрудников компании процессы их самопознания, самоопределения, самосовершенствования, направленные на покорения высокого статуса и положения в коллективе, определения сферы и путей становления профессиональной карьеры, закрепление ценностных установок к продвижению по карьерной лестнице.

По мнению большинства специалистов, чтобы добиться высоких результатов в стимулировании развития тяжелого машиностроения необходимо [3, стр. 27]:

1. преодолеть техническое и технологическое отставание за счет освоения инновационных разработок высокотехнологичного энергоэффективного оборудования и модернизации предприятий тяжелого машиностроения;

2. создать налоговые и фискальные послабления в виде «налоговых каникул» и снижения налогового бремени на период с 2020 по 2023 гг.;

3. создать нормативно-методическую базу для перехода к практике заключения долгосрочных договоров на поставку продукции тяжелого машиностроения, в том числе на внешние рынки.

Лифтовое оборудование — это неотъемлемая часть любого объекта современной строительной индустрии. С выбором лифтового оборудования сталкиваются как при жилищном строительстве, так и при решении транспортных задач в промышленности. На диаграмме ниже представлено соотношение количества людей в день, в России и в Европе, пользующихся лифтом.

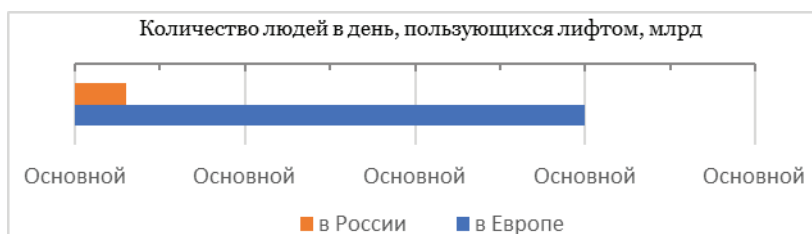


Рис. 1. Количество людей в день, пользующихся лифтом, млрд

В настоящее время большая часть лифтового парка РФ (около 90%) эксплуатируется непосредственно в жилищном фонде.

По состоянию на начало 2020 г. более половины российского рынка лифтового хозяйства охватывается российскими производителями, хотя с 2017 г. отмечается устойчивое сокращение доли рынка российских производителей.



Рис. 2. Рынок лифтовой отрасли, 2017 г.

Говоря о современных тенденциях развития лифтостроения, можно отметить несколько направлений:

— Энергосбережение и охрана окружающей среды: сейчас широко применяется привод с частотным управлением, обеспечивающий до 30% экономии электроэнергии.

— Увеличение эффективности использования лифта: перемещение наибольшего количества людей за единицу времени.

— Технологическое совершенствование, в частности, отказ от машинного помещения и экономия пространства. Так, некоторые производители размещают привод (лебедку) внутри шахты, что позволяет экономить объем и получать определенное преимущество при проектировании зданий.

С целью стимулирования производства современного лифтового оборудования предлагаются разнообразные меры и мероприятия, обеспечивающие дополнительную заинтересованность в подобном производстве. Вместе с тем, как нам кажется, не в полной мере здесь используются финансовые рычаги и стимулы, способные обеспечить необходимый экономический интерес.

Так, в частности, для предприятий лифтового производства не предусмотрено стимулирующих налоговых мер. В связи с чем компаниям приходится нести бремя исчисления, контроля и уплаты множества федеральных и региональных налогов и сборов. Только НДС в размере 20% [1], налога на прибыль в размере 20%, при этом 3% отчисляются в федеральный бюджет, а 17% — в бюджет региона [2]. Чтобы содержать штат квалифицированных бухгалтеров для расчета и контроля всех налогов компаниям, в том числе, необходимо отчислять в бюджет социальные налоги и взносы в общей сумме, приходящейся на 30%.

Напрашивается вывод о необходимости модернизации системы налогообложения в целом, и в отношении тяжелого машиностроения, в частности.

С этой целью, по нашему мнению, было бы целесообразно следующее:

1. Снизить налоговую нагрузку по основным федеральным налогам.

Предлагается снизить НДС до 1% для компаний, уже присутствующих на рынке, при использовании ими в про-

изводстве только отечественных комплектующих, узлов и деталей. Данная мера поможет не только рынку лифтопроизводителей, которые не могут в силу технических и технологических причин полностью отказаться от импортных частей, но и вольется в активно продвигаемую Правительством России систему импортозамещения. Что в свою очередь подтолкнет сопредельные производственные сферы на улучшение качества своего продукта используемых комплектующих и полуфабрикатов.

Предлагается снизить налог на прибыль до 3% также для уже присутствующих на рынке компаний. Налог будет полностью распределяться в региональный бюджет.

Это неизбежно вызовет интерес у новых компаний-производителей регистрировать организации без привязки к Москве и Санкт-Петербургу, и избегание межбюджетных трансфертов поспособствует ускоренному наполнению региональных бюджетов, которые в свою очередь будут направлены на укрепление экономической привлекательности рассматриваемой отрасли в различных регионах России, из которых последние 10 лет потоком утекает работоспособное население; повысится рождаемость (людям будет проще заводить семью в месте, где они выросли и где нет проблем с рабочими местами).

При осуществлении подобной меры произойдет децентрализация экономики; компании будут рассредоточиваться по всей стране.

Литература:

1. Пункт 3, ст. 164, «Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая)» от 05.08.2000 N 117-ФЗ (ред. от 28.12.2017);
2. Пункт 1, ст. 284, «Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая)» от 05.08.2000 N 117-ФЗ (ред. от 28.12.2017);
3. Монография МинПромТорга России по государственной программе «Развитие промышленности и повышение ее конкурентоспособности» до 2020 года.

Анализ ситуации на рынке страхования

Дятчин Павел Александрович, студент
Российский университет транспорта (МИИТ) (г. Москва)

За страховку необходимо платить, за её отсутствие — расплачиваться. Это перефразированное высказывание Уинстона Черчилля как нельзя лучше раскрывает весь смысл страхования. Однако, несмотря на то, что страховка возникла естественным путём как инструмент управления рисками, у подавляющего числа россиян понятие «страховой полюс» ассоциируется с ненужными и навязываемыми услугами. Такая ситуация связана как с русским «авось», так и с тем, что страхование достаточно молодая отрасль в национальной экономике, следовательно, плохо регулируемая в правовом поле. Непрозрачность, неясность и частые случаи мошенничества подрыва-

ют и без того слабую веру в полезность и необходимость страхования.

2. Полностью освободить компании, вступающие на рынок лифтостроения, от налогового бремени до точки выхода на самоокупаемость — «налоговые каникулы».

3. Упростить налоговую отчетность для предприятий-производственников (замена массового количества отчетных деклараций до 2 в год).

Перспективы по существу предлагаемых мер очевидны для бизнеса:

— возможность работать и зарабатывать появиться не только на производственных предприятиях по выпуску лифтового оборудования, но и всех соучастных сфер жизни (театры, кино, магазины, автосалоны и проч.);

— поможет расширить рынок машиностроения, усилить конкуренцию, что в конечном итоге повлияет на качество производимой продукции по рынку;

— упрощение процедуры отчетности экономит время на ее составление, и деньги собственников по найму штата профессиональных специалистов.

Данные меры предположительно не будут являться столь очевидными для контролирующих органов и государственного аппарата в целом. Также возможны и злоупотребления вышеописанными привилегиями, поэтому администрирование подобных нововведений — основной камень преткновения в реализации изложенных идей. Возможно, что саморегуляция в данном случае — это один из шагов к либерализации экономики.

В Российской Федерации наиболее распространены следующие виды страхования:

Обязательное медицинское страхование. Одно из самых хорошо воспринимаемых населением: болеет каждый, а лечиться во все времена было дорого. Призывы же, иногда звучащие из уст чиновников, отменить ОМС вызывают волну негодования у подавляющего большинства.

Пенсионное страхование. Наравне с ОМС является хорошо зарекомендовавшим себя, а Пенсионный фонд

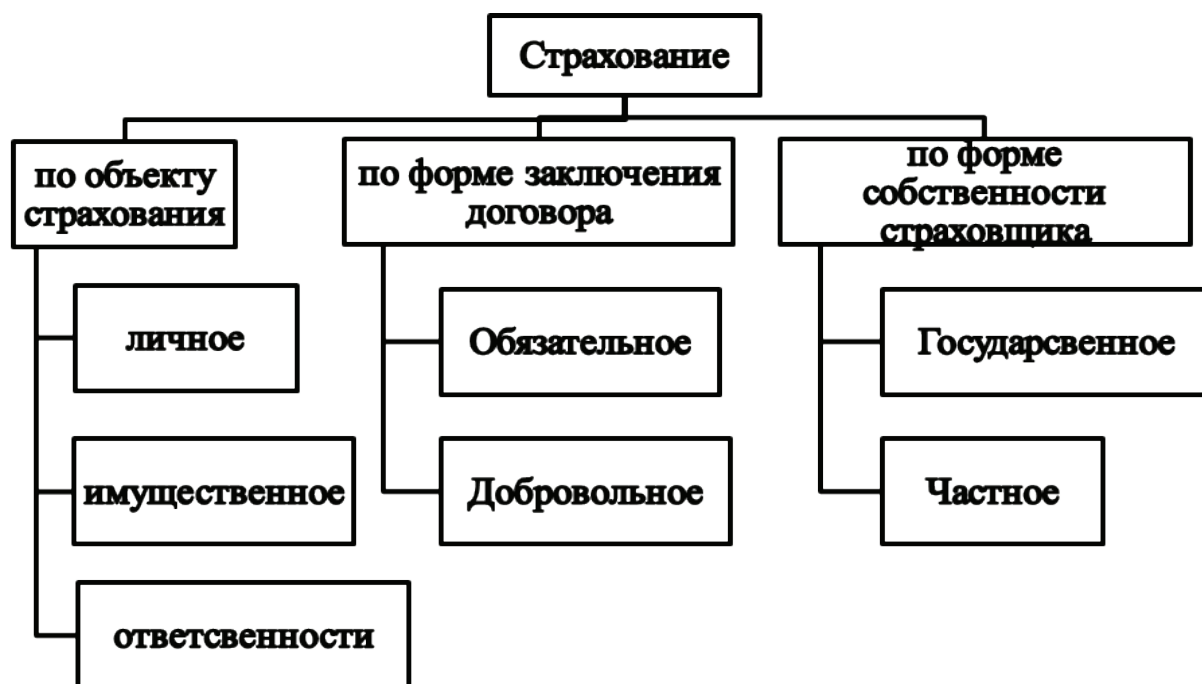


Рис. 1. Общая классификация страховых услуг

России является крупнейшим в стране. Однако малоэффективность и постоянно изменяющиеся правила обязательного пенсионного страхования приводят к острым спорам в общественности. Рынок добровольного пенсионного страхования развит плохо. Отдельно стоит выделить пенсионные программы предприятий, которые широко распространены в США и странах Западной Европы, однако в России они применяются только в наиболее крупных компаниях и в основном затрагивают руководителей среднего и высшего уровней [1].

Обязательное страхование автогражданской ответственности (ОСАГО) (15,3%¹ [2]). Необходимость иметь полис ОСАГО часто вызывает желание страховщиков навязать дополнительные услуги: добровольное страхование жизни и имущества и др. Такая погоня за прибылью и вызывает то самое отторжение и неприятие добровольного страхования у россиян. Однако с 2015 года появилась возможность оформлять полис ОСАГО онлайн, что непременно повысило доверие граждан.

До этого момента говорилось только об обязательном страховании, на которое у граждан есть право говорить «да», а потому достаточно четко регулируемое и распространённое. Далее речь пойдёт о добровольном страховании. Здесь ситуация намного печальнее.

Добровольное страхование имущества (11,5% [2]). При оформлении ипотеки обязательным условием является страхование жилья, но по своему желанию лишь небольшая часть населения страхует имущество. Несмотря на то, что пожары, потопы, кражи происходят регулярно, люди полагают, что именно их это не коснётся и в страховую компанию идут единицы и зачастую уже после

того, как страховой случай уже произошёл. Страхование обычной двухкомнатной квартиры вместе со страхованием гражданской ответственности обойдётся до 3000–4000 тысяч рублей в год [3]. Даже для семьи с небольшими доходами эта сумма не покажется значительной, если её распределить на 12 месяцев, а вот покупка нового телевизора и компенсация ущерба соседям может оказаться непосильной.

Добровольное страхование жизни (30,4% [2]). Большинство россиян, мягко говоря, удивляются, когда слышат эту фразу. Как бы это не было печально, жизненный путь рано или поздно заканчивается, но финансово готовыми к этому заранее известному итогу бывают далеко не все. Наши бабушки делают заготовку под названием «похоронные», но её неумолимо съедает инфляция, а иногда и внуки. Добровольное страхование жизни особо необходимо применять в том случае, когда от одного кормильца зависит вся семья, потому что даже временная нетрудоспособность, не говоря уже об инвалидности или смерти, может поставить близких на грань выживания. В западных странах этот вид страхования применяется как консервативные инвестиции, а также как способ защиты капитала от раздела или взыскания.

Страхование рисков (2,9% [2]). В последние десятилетия государственные служащие регулярно заявляют о значимости и необходимости поддержки малого бизнеса, однако не все начинающие предприниматели знают о возможности финансово обезопасить себя от определенных рисков, как следствие, более половины предприятий закрываются в первые 5 лет.

Отношение к страхованию во многом зависит от возраста страхователя. Так, поколение, чья вся сознательная жизнь пришлась на эпоху СССР, не хотят даже разби-

¹ Доля страховых премий в 2018 году.

ратся, зачем нужно страхование. Они привыкли к тому, что все стабильно: цены, работа, пенсии и т. д. Так называемое поколение «X» оказалось в самой трудной ситуации: получив советское образование и видение мира, в 90-х они были вынуждены столкнуться с совсем другими реалиями. Они получили прививку «самостоятельности» и с опаской и осторожностью относятся ко всему, что имеет отношение к рыночной экономике. Молодёжь наиболее лояльно относится к страхованию, осознавая пользу страхования.

Немаловажным является региональный фактор: люди, живущие в провинции, в большей части консервативнее тех, кто живёт в мегаполисах.

Существует огромное количество видов страхования, но пока люди не осознают все плюсы этого процесса, а государство не начнёт более детально прорабатывать законодательную базу, рынок страховых услуг будет развиваться медленно. Однако низкая страховая культура является только одним из признаков более глобальной проблемы: низкая финансовая культура. Люди в нашей стране, к большому огорчению, не задумываются о том, что деньгами, как и любыми другими ресурсами, необходимо грамотно управлять. Поэтому необходимо всесторонне развивать финансовую грамотность населения. Только в этом случае представляется возможным сознательное принятие и одобрение страхования.

Таблица 1. Страховые премии и выплаты страховщиков по договорам страхования [2], млн рублей

	2018 г.		Справочно 2017 г.	
	Страховые премии (взносы)	Выплаты по договорам страхования	Страховые премии (взносы)	Выплаты по договорам страхования
Всего по добровольному и обязательному страхованию	1488087,8	523992,9	1284990,8	513205,4
Добровольное страхование	1228812,5	371045,1	1036531,8	316736,1
личное страхование	774630,4	194787,6	593826,8	157180,1
жизни	452296,1	66999,2	331734,7	36709,8
из него:				
с условием периодических страховых выплат	10440,7	2627,1	60413,8	3941,7
пенсионное страхование	1559,7	922,8	1444,4	1078,7
от несчастных случаев и болезней	170005,5	16486,1	121811,4	14508,6
медицинское	152328,8	111302,3	140280,6	105961,7
имущественное страхование	454182,1	176257,5	442705,0	159556,0
имущества юридических лиц	187795,2	89564,9	185509,2	73901,1
из него средств транспорта	77350,7	36291,6	69775,8	33833,3
имущества граждан	170564,5	63606,3	164311,3	63395,0
из него строений граждан	21937,9	4728,3	22364,2	4502,4
предпринимательских и финансовых рисков	43309,0	11396,5	35322,1	13350,0
гражданской ответственности	48763,1	10124,1	53617,5	7370,1
сельскохозяйственное страхование	3750,2	1565,6	3944,8	1539,8
из него по договорам с:				
физическими лицами	201,4	90,6	217,2	94,3
индивидуальными предпринимателями	188,5	80,1	142,6	8,6
Обязательное страхование	259275,2	152947,9	248459,0	196469,4
личное страхование	26171,3	12991,1	18328,3	16520,1
из него:				
государственное страхование	26171,3	12991,0	18328,2	16520,1
имущественное страхование	233104,0	139956,7	230130,8	179949,3
из него страхование гражданской ответственности	233104,0	139956,7	230130,7	179949,3
из него:				
владельцев транспортных средств	227466,5	138824,5	224259,5	178754,3
из него физических лиц	195550,3	122556,5	194107,9	160901,8
перевозчика перед пассажиром	2917,4	898,0	2810,1	973,9
владельца опасного объекта за причинение вреда в результате аварии на опасном объекте	2438,9	197,8	2762,9	214,0

Литература:

1. Финансовая отчётность для руководителей и начинающих специалистов / Алексей Герасименко. — 9-е изд. — М.: Альпина Паблишер, 2019. — 432 с.
2. Федеральная служба государственной статистики / gks. ru / (05.02.2020 г.)
3. «Ингосстрах» — страховая компания / ingos. ru/

Социальный менеджмент как форма управления процессами социального обслуживания

Карлина Татьяна Александровна, студент магистратуры
Северный (Арктический) федеральный университет имени М. В. Ломоносова (г. Архангельск)

В статье рассматривается понятие социального менеджмента, его основные принципы. Автор отмечает значимость социального менеджмента в управлении процессами социального обслуживания населения, в том числе граждан пожилого возраста.

Ключевые слова: социальное управление, менеджмент, социальное обслуживание, социальный менеджмент, пожилые люди.

Сегодня управление процессами социального обслуживания в учреждении является важнейшим критерием его эффективной работы. В широком смысле управление — это процесс воздействия на объект и его свойства с целью изменения его в нужном направлении, а социальное управление — это процесс воздействия на общество и его отдельных граждан с целью сохранения их существующего состояния, либо изменения этого состояния в лучшую сторону [5].

Качественное обслуживание граждан, в том числе и пожилого возраста, невозможно без эффективной системы управления процессами социального обслуживания в организации, которая напрямую связана с реализацией функции управления персоналом. В данных условиях актуальным становится социальный менеджмент. Изначально менеджмент относился лишь к коммерческим организациям. Однако со временем, зарекомендовав себя как эффективную форму управления, менеджмент распространился и на другие сферы жизни, в том числе и на социальную сферу.

Авторы по-разному трактуют данный термин. Так, доктор экономических наук Афонин Ю. А. определяет социальный менеджмент как «область управления, формирующую у будущих специалистов теоретические и практические навыки, которые позволяют эффективно воздействовать на социальные процессы, влиять на создание благоприятной социальной среды, проектировать социальные организации» [2].

Научный сотрудник Института истории материальной культуры Российской академии наук Попов С. Г. говорит, что «социальный менеджмент — это разновидность менеджмента, которая предполагает разработку целей, формулировку проблем, составление планов по-

средством использования определённых видов деятельности [6].

Таким образом, социальный менеджмент — это область организаторско-управленческой деятельности, обеспечивающая выработку и реализацию решений по эффективному функционированию организации как системы. *Объектом управления в социальном менеджменте* выступает система общественных отношений, в которую включены учреждения социальной сферы, а *субъектом управления* — руководители социальных учреждений и формируемые ими органы управления [3]. Субъект и объект управления, а также существующие между ними связи образуют систему социального управления, в том числе и систему управления по оказанию социальной помощи различным категориям населения.

Принципы социального менеджмента. Под принципами социального менеджмента понимают основополагающие правила, положения и нормы, которыми должны руководствоваться управленцы в конкретных социальных условиях. Принципы социального менеджмента должны быть основаны на законах развития общества, соответствовать целям социального менеджмента, учитывать временные аспекты социального управления; быть закреплены в соответствующих нормативно-правовых актах [4].

К принципам социального менеджмента относят:

1. Принцип коллегиальности в принятии управленческих решений.
2. Принцип научности социального менеджмента.
3. Принцип прогнозирования социального менеджмента
4. Принцип ответственности за результаты социального менеджмента

5. Принцип рационального подбора и использования кадров.
6. Принцип экономичности и эффективности управления.
7. Принцип системности.
8. Принцип иерархичности.
9. Принцип обязательной обратной связи.

В процессе развития общества определенные принципы социального менеджмента могут изменяться. Но, тем не менее, полностью они не исчезнут, поскольку выражают серьезные требования к системе социального управления.

Мировая практика в работе с пожилыми людьми отдаёт предпочтение социальному менеджменту. Особенности социального менеджмента в работе с пожилыми людьми включают в себя следующие положения:

- комплексный подход к пожилому человеку, предполагающий тесное взаимодействие различных специалистов;
- учет психологических особенностей пожилых людей;
- организация усилий каждого специалиста учреждения как элемента в целостной системе социального обслуживания.

Социальный менеджмент позволяет обеспечить эффективное управление деятельностью учреждения с целью удовлетворения потребностей той или иной категории населения в различных услугах [1].

1. Социальный менеджмент в учреждении охватывает три аспекта работы [7]:

2. Социальный аспект (удовлетворение потребности в социальных услугах).

Организационный аспект (организация и координация работы в учреждении). Важным становится необходимость интегративности и межведомственного взаимодействия между учреждениями системы социального обслуживания всех уровней, некоммерческими организациями и благотворительными организациями.

Кадровый аспект (профессионализм специалистов по социальной работе). Данный аспект является одним из значимых в управлении социальными процессами, поскольку эффективность оказания социальной помощи напрямую зависит от профессионализма специалиста. Следовательно, важным становится процесс обучения и подбора персонала, в связи, с чем для учреждений социального обслуживания необходимым становится развитие нового направления — социальный менеджмент.

Итак, социальный менеджмент — это область управления, направленная на формирование у специалистов теоретических и практических навыков, позволяющих эффективно воздействовать на социальные явления и процессы. Менеджмент в социальной сфере обеспечивает эффективное управление процессами социального обслуживания, направленными на удовлетворение потребностей населения, в том числе и пожилого возраста, в социальных услугах.

Литература:

1. Анисимова, С. А. Управление персоналом в современной организации социального обслуживания // Проблемы экономики и юридической практики. — 2015. — № 2. — с. 265–268.
2. Афонин, Ю. А., Жабин А. П., Панкратов А. С. Социальный менеджмент: учебник. — Москва: Издательство МГУ, 2004. — 320 с.
3. Войтенко, А. И. Организация, управление и администрирование в социальной работе: Учебник / А. И. Войтенко, Е. И. Комаров. — Москва: ИЦ РИОР: ИНФРА-М, 2010. — 255 с.
4. Минаева, О. В. Принципы социального управления // Вестник МИЭП. — 2016. — № 2 (23). — с. 15–23.
5. Основы социального управления: Учебное пособие / А. Г. Гладышев, В. Н. Иванов, В. И. Патрушев и др. Под ред. В. Н. Иванова. — Москва: Высш. шк., 2001. — 271 с.
6. Попов, С. Г. Социальный менеджмент: учебное пособие. — Москва: издательство «Ось-89», 2009. — 160 с.
7. Халикова, Г. Р. Менеджмент в социальной работе // Молодой ученый. — 2014. — № 20. — с. 541–543.

Развитие системы бюджетирования в ОАО «РЖД» и на уровне филиалов

Лазарева Ольга Борисовна, кандидат экономических наук, доцент;

Золотова Александра Сергеевна, студент магистратуры

Дальневосточный государственный университет путей сообщения (г. Хабаровск)

В статье авторы предлагают использовать коэффициент, который позволит планировать и контролировать бюджет затрат Пассажирского вагонного участка Хабаровск с учетом объема перевозок.

Ключевые слова: бюджет, затраты, железнодорожный транспорт, пассажирооборот, объемные показатели.

В ходе реформы взаимоотношения железнодорожного транспорта с федеральным бюджетом и бюджетами субъектов Российской Федерации строятся на основе следующих принципов [1]:

— осуществление перевозок для государственных нужд (в том числе перевозки, по которым предоставляются льготы в соответствии с решением органов государственной власти) на основе контрактов между соответствующими органами государственной власти и организациями железнодорожного транспорта;

— предоставление бюджетных дотаций на поддержание мобилизационного потенциала отрасли, субсидирование пассажирских перевозок в дальнем и пригородном сообщении, компенсация убытков от эксплуатации малодейственных и неперспективных линий (участков), имеющих социальное или оборонное значение;

— поддержка финансирования строительства объектов общегосударственного значения федеральным бюджетом;

— поддержка финансирования строительства объектов регионального значения и приобретения подвижного состава для пригородных перевозок бюджетами субъектов Российской Федерации.

Открытое акционерное общество «Российские железные дороги» — это организация, принадлежащая государству; она является юридическим лицом, которое осуществляет свою деятельность согласно нормам законодательства и устава общества, управляется коллективными органами, избранными собственником компании и имеющая права на заключение сделок в пределах полномочий. ОАО «РЖД» является системообразующей компанией на рынке перевозок. Управление строится на сочетании территориального и отраслевого (производственно-технического) принципов. По территориальному принципу железнодорожная сеть делится на дороги. По отраслевому — на департаменты, центральные дирекции, службы дорог, региональные дирекции и отраслевые структурные подразделения. По функциональному принципу — на департаменты ОАО «РЖД» и службы на дорогах, занимающиеся прогнозированием, планированием, финансированием, учетом [2].

Бюджетирование в ОАО «РЖД» — процесс финансовых и материальных потоков в ходе осуществления финансово-хозяйственной деятельности ОАО «РЖД» на

всех уровнях управления, направленный на достижение целевых значений ключевых показателей эффективности ОАО «РЖД».

Основной целью системы бюджетного управления финансовыми и хозяйственными ресурсами является повышение эффективности их использования.

Основными «идеологически» отличными типами бюджета, являются бюджеты, построенные по принципу «снизу вверх» и «сверху вниз». Первый вариант предусматривает сбор и фильтрацию бюджетной информации от исполнителей к руководителям нижнего уровня и далее к руководству компании. Второй подход требует от руководства компании четкого понимания основных особенностей организации и способности сформировать реалистичный прогноз хотя бы на рассматриваемый период. Бюджетирование «сверху вниз» обеспечивает согласованность бюджетов отдельных подразделений и позволяет задавать контрольные показатели по продажам, расходам и т. п. для оценки эффективности работы центров ответственности. Бюджетирование «сверху вниз» является предпочтительным, но как правило, применяются смешанные варианты, содержащие черты обоих подходов.

Процесс бюджетирования на железнодорожном транспорте является сложным. Это связано с отраслевой спецификой транспортного производства; масштабами деятельности отрасли; многообразием внутриотраслевых технологических и экономических взаимосвязей. Кроме того, процесс бюджетирования реализуется в условиях моноцентрической системы управления железнодорожным транспортом.

Типовая технологическая схема бюджетирования, которая принята на транспорте, предусматривает формирование двух групп бюджетов — операционных и финансовых. Основным назначением операционных бюджетов железнодорожного транспорта является увязка технико-экономических (натуральных) и стоимостных показателей. Финансовые бюджеты отражают источники формирования финансовых ресурсов отрасли и направления их использования. Показатели этих групп бюджетов на каждом уровне управления транспортом объединяются в сводный бюджет [3].

В состав операционных бюджетов входят: бюджет продаж, бюджет производства, бюджет затрат, бюджет запасов и закупок, бюджет доходов и расходов (на

уровне управленческого учета). К финансовым бюджетам транспорта относятся: бюджет движения денежных средств; бюджет дебиторской и кредиторской задолженности; инвестиционный бюджет; прогнозный бюджет. Каждый бюджет имеет свою систему параметров, характеризующих его сущность, и форму разработки.

Плановые задания для ОАО «РЖД» формируются в соответствии со значениями параметров Программы стратегического развития ОАО «РЖД» в планируемом периоде. Плановые задания состоят из множества показателей и заданных для них в текущем периоде целевых задач. Показатели делятся на следующие группы [1]:

— прямые показатели, непосредственно содержащиеся в бюджетных формах в виде бюджетных статей. При составлении бюджетов структурные единицы (департаменты, филиалы) стремятся сформировать бюджеты таким образом, чтобы целевые значения прямых показателей для соответствующей формы были соблюдены;

— расчетные показатели, выводимые расчетным путем из прямых бюджетных статей.

Также в систему бюджетного управления ОАО «РЖД» на уровне аппарата управления филиалов, на уровне ОАО «РЖД» входят пакет сводных бюджетов продаж, производства, капитальных вложений, затрат, а также прогнозный баланс и мастер-бюджет.

Мастер-бюджет служит для обобщения ключевых показателей деятельности как филиалов, так и ОАО «РЖД» в целом, для представления их в компактном виде на рассмотрение и утверждение высшим руководством компании. Все показатели мастер — бюджета переносятся из заполненных ранее операционных и финансовых бюджетов. Мастер-бюджет по основным показателям идентичен форме и структуре Финансового плана ОАО «РЖД» [1].

Основополагающим нормативным документом при бюджетировании с 01 января 2008 г. стал Приказ Минтранса РФ об утверждении порядка ведения раздельного учета доходов, расходов и финансовых результатов по видам деятельности, тарифным составляющим и укрупненным видам работ открытого акционерного общества «Российские железные дороги». Ведение раздельного учета осуществляется на основании данных бухгалтерского, оперативно-технического и статистического учета. При ведении раздельного учета расходы, исходя из их функционального признака, разделяются по укрупненным видам работ. [4]. Результаты ведения раздельного учета подлежат отражению в формах управленческой отчетности о доходах, расходах и финансовых результатах по видам деятельности, тарифным составляющим и укрупненным видам работ ОАО «РЖД» (приложение № 6 к Порядку).

В 2006 году в рамках реализации мероприятий Программы структурной реформы на железнодорожном транспорте, был создан филиал ОАО «РЖД» — Федеральная пассажирская дирекция. В декабре 2009 года учреждено открытое акционерное общество «Федеральная

пассажирская компания». С 1 апреля 2010 года ОАО «ФПК» начало самостоятельную деятельность, в качестве перевозчика. Одной из основных целей структурных преобразований является запуск механизма государственного заказа компаниям — пассажирским перевозчикам.

На сегодняшний день одним из ключевых инструментов управления, обеспечивающим взаимосвязь стратегии компании с краткосрочными задачами отдельных подразделений, является технология бюджетирования. Бюджет охватывает все стороны хозяйственно — экономической деятельности, позволяет сопоставлять все понесенные затраты и полученные результаты в финансовых терминах. Это определяет бюджет как основу внутрифирменного управления. Анализ системы бюджетирования в Пассажирском вагонном участке Хабаровск Дальневосточного филиала АО «Федеральной пассажирской компании» позволил выделить определенные особенности и проблемы.

Пассажирский вагонный участок Хабаровск (ЛВЧ-1) является структурным подразделением Дальневосточного филиала АО «Федеральной пассажирской компании». Основной деятельностью ЛВЧ-1 является производство планового технического обслуживания пассажирских вагонов в объеме ТО-1, ТО-2, ТО-3, текущего отцепочного ремонта пассажирских вагонов, а также обслуживание пассажиров в поездах в парке формирования.

На уровне Пассажирского вагонного участка производится формирование бюджета производства, бюджета затрат и бюджета прочих доходов и расходов. Бюджетирование предприятия осуществляется по принципу «снизу вверх» и предусматривает сбор и фильтрацию бюджетной информации от исполнителей к руководителям отделов и далее к руководителю ЛВЧ-1. При формировании бюджетов работники руководствуются следующими принципами: принцип участия, принцип периодичности, принцип существенности, принцип сопоставимости.

В практике хозяйственной деятельности используются следующие методы: нормативный метод, балансовый метод, расчетно-аналитический метод, экономико-математический метод моделирования. Планирование и формирование бюджета производится один раз в текущем периоде на следующий финансовый год, с разбивкой по месяцам и кварталам. Фактическое исполнение плановых показателей оценивается в середине месяца, следующего за отчетным, на основании данных, отраженных в системе ЕК АСУФР-2 (ФПК) после закрытия периода.

Для предварительной оценки деятельности предприятия, выполнения установленных плановых показателей и задач предусмотрено формирование в третьей декаде отчетного месяца «ожидаемого» бюджета затрат. Данные формируются специалистами экономического отдела на основе частично отраженных расходов в системе ЕК АСУФР-2 (ФПК), выполнении планового задания по ремонту вагонов, расчетов и информации, предоставленной ответственными руководителями и специалистами.

Таким образом, в Пассажирском вагонном участке Хабаровск АО «ФПК» существует четкая и отлаженная си-

стема планирования, контроля и формирования бюджетов. Современные условия требуют повышения эффективности существующей системы. Совершенствование системы бюджетирования в Пассажирском вагонном участке Хабаровск АО «ФПК» предполагает определенные мероприятия.

Система бюджетирования предприятия учитывает особенности основной деятельности, в которой важную роль играет планирование объемных показателей таких как: объем ремонта, пассажирооборот и пробег пассажирских вагонов. Из перечисленных показателей только один напрямую влияет на показатели бюджета в денежном выражении. К такому показателю относится объем ремонта, используемый для планирования необходимых материалов, трудозатрат, электроэнергии, топлива и других прочих материальных и прочих затрат (например, на ремонт вагонов в условиях вагоноремонтных заводов).

Пассажирооборот и пробег пассажирских вагонов участвуют в планировании косвенно, через расчеты среднесписочной численности предприятия и «права» предприятия расходовать денежные средства. При этом одним из главных показателей работы пассажирского участка является пассажирооборот, измеряемый в млн. пасс-км. В бюджете производства осуществляется планирование пассажирооборота в поездах формирования ЛВЧ-1, с выделением пассажирооборота в дерегулируемом и в регулируемом секторах. Фактическое значение определяется на основе форм статистической отчетности (ЦО-33, ЦО-22), а планируемое — произведением пассажирооборота прошлого периода, аналогичного планируемому, и коэффициентов, учитывающих изменение средней дальности поездки и изменение социально-экономических показателей. Фактический пассажирооборот в рассматриваемом периоде определяется на уровне, установленном системой ЦО-33, ЦО-22 в миллионах пассажирокилометров. Фактическое количество перевезенных пассажиров в рассматриваемом периоде принимается на основании данных системы ЦО-33, ЦО-22 в миллионах пассажиров. Протяженность перевозки пассажиров в рассматриваемом периоде учитывается по данным ЦО-33, ЦО-22 в километрах.

Данные в системе ЦО-33 и ЦО-22 являются достоверными и формируются на базе программного обеспечения

АСУ «Экспресс — 3» (автоматизированная система управления пассажирскими перевозками), в том числе и АС УПВ (автоматизированной подсистемой управления парком пассажирских вагонов). Когда пассажир приобретает билет для проезда пассажирским поездом, в системе АСУ «Экспресс — 3» автоматически формируется вся информация о вагоне, его принадлежность (приписка) к конкретному предприятию, технические характеристики о проведенных ремонтах, маршрут следования и график движения вагона в составе. Также информацию в системах статистической отчетности можно сформировать по периодам, в том числе по датам прибытия и отправления, за прошлые периоды с разбивкой по неделям, месяцам, направлениям движения поезда, его приписки к конкретному депо, по регулируемому и дерегулируемому сегментам.

Обладая фактическими, достоверными данными по основному показателю работы пассажирского депо можно установить прямую зависимость между эксплуатационными расходами на единицу пассажирооборота в денежном выражении. Для этого необходимо ввести при планировании коэффициент, отражающий отношение расходов в рассматриваемом периоде, по конкретному пассажирскому поезду либо группе поездов к выполненному объему пассажирской работы, измеряемой в пассажиро-километрах на основании данных ЦО-33, ЦО-22. По данным отчетного периода представляется возможным определение нормативной величины затрат, приходящихся на выполненный пассажиро-километр в отчетном периоде, которая в дальнейшем может использоваться в качестве базовой величины при планировании. При этом необходимо учитывать результаты анализа, характеризующие изменение основных ценовых и других факторов деятельности предприятия.

Для достоверного расчета коэффициента и применение его на практике необходимо произвести расчет суммарных прямых расходов (по элементам затрат), по каждому поезду формирования ЛВЧ-1 за каждый месяц исследуемого периода. Определение вышеуказанного коэффициента позволит планировать и контролировать бюджет затрат Пассажирского вагонного участка Хабаровск с учетом объема перевозок.

Литература:

1. Терёшина, Н. П., Л. В. Шкурина. Бюджетирование на железнодорожном транспорте: учебное пособие — М.: ФГБОУ «Учебно-методический центр по образованию на железнодорожном транспорте», 2014 г. — 292 с.
2. Терёшина, Н. П., Б. М. Лапидус. Экономика железнодорожного транспорта: учебник — М.: ФГБОУ «Учебно-методический центр по образованию на железнодорожном транспорте», 2008 г. — 996 с.
3. Гусарова, Е. В. Экономика и управление на железнодорожном транспорте: учеб. пособие / Е. В. Гусарова, В. В. Комарова. — Хабаровск: Изд-во ДВГУПС, 2008. — 109 с.
4. «Порядок ведения раздельного учета доходов, расходов и финансовых результатов по видам деятельности, тарифным составляющим и укрупненным видам работ открытого акционерного общества «Российские железные дороги», утвержденный Приказом Минтранса России от 31 декабря 2010 г. № 311.

Модели совершенствования подготовки и повышения квалификации работников частного охранного предприятия

Немчанинова Мария Александровна, кандидат экономических наук, доцент;
Ким Фа Сун, студент магистратуры
Дальневосточный государственный университет путей сообщения (г. Хабаровск)

В статье проводится анализ модели совершенствования подготовки и повышения квалификации работников частного охранного предприятия на примере ООО «ЧОП Арсенал». Автор предлагает пути решения проблем системы финансового контроля на предприятии.

Ключевые слова: модель совершенствования, повышение квалификации, финансовый контроль, частное охранное предприятие, проблемы.

Модель совершенствования подготовки и повышения квалификации работников была разработана на основе очень четко определенных стратегий. Хотя суще-

ствует много различных типов и методологий, можно выделить весьма общий набор шагов, представленных на рисунке 1.

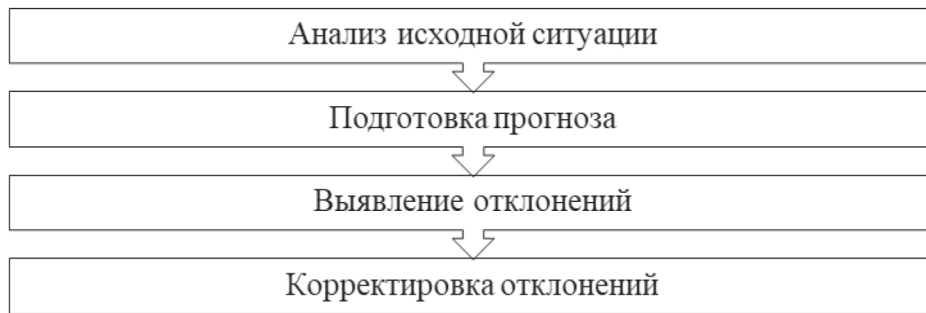


Рис. 1. Этапы осуществления финансового контроля

1. Анализ исходной ситуации. Первым шагом является проведение исчерпывающего, достоверного и детального анализа ситуации в компании по различным направлениям: денежные средства, рентабельность, продажи и т. д.

2. Подготовка прогнозов и моделирования. На основе исходной ситуации, проанализированной выше, и установления набора параметров или индикаторов может быть подготовлен набор прогнозов и моделей различных контекстов и сценариев.

3. Выявление отклонений в основной финансовой отчетности. Основная финансовая отчетность — это документы, которые должны быть созданы компанией при подготовке годовой отчетности. Анализ этих документов в различных условиях является фундаментальной частью финансового контроля, поскольку они позволяют выявить проблемы и отклонения от первоначальных целей предприятия на ранней стадии.

4. Коррекция отклонений. Финансовый контроль будет иметь очень мало практической пользы, если не будут приняты надлежащие решения, касающиеся корректирующих действий, для того чтобы привести отчетность компании в правильное русло.

Необходимо отметить, что кадровый кризис, связанный с отсутствием достаточно квалифицированных ох-

ранников, является проблемой, мешающей эффективной работе предприятий на рынке частных охранных услуг.

Политику обучения работников предприятия необходимо осуществлять по следующим направлениям (см. рис.2).

Обучение необходимо проводить как во внешних образовательных учреждениях, так и на базе охранного предприятия. Принимая во внимание специфику деятельности, спектр оказываемых услуг, предприятию необходимо активно развивать систему внутреннего обучения.

Большинство обученных работников уже прошли корпоративное обучение в следующих видах:

1. Централизованные тематические семинары для руководителей и специалистов охранного предприятия по всем направлениям деятельности предприятия.

2. Профессиональное обучение и повышение квалификации охранников.

3. Видеокурс «Клиентоориентированность» для менеджеров и работников, непосредственно взаимодействующих с клиентами.

4. Обучение работников предприятия навыкам организации продаж охранных услуг и построения взаимоотношений с корпоративными клиентами.

В рамках данного проекта также рекомендуется к реализации инвестиционный проект по дооснащению предпри-

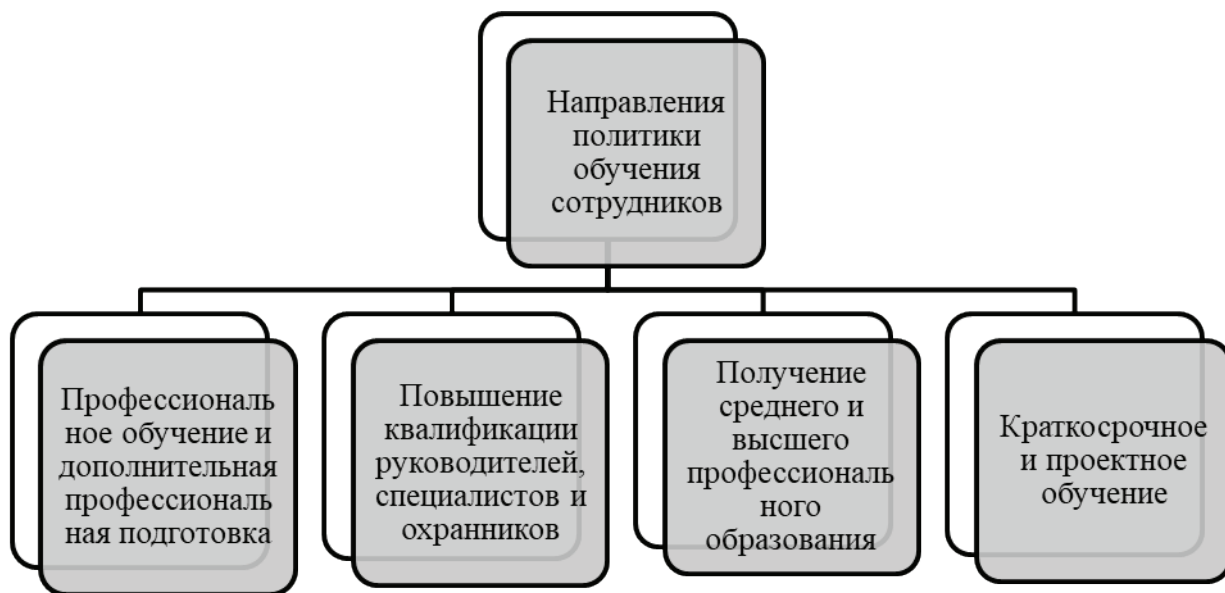


Рис. 2. Направления политики обучения сотрудников

ятия компьютерами и другой техникой для проведения обучения персонала. Для подготовки работников разработаны и размещены в системе электронные курсы «Психологическая подготовка», «Правила обращения с оружием», «Подбор персонала», «Огневая и специальная подготовка», «Финансовый контроль в управлении частным охранным предприятием», «Финансовое управление в ЧОП».

Для повышения образовательного уровня руководителей среднего звена охранного предприятия должны быть организованы постоянно действующие курсы повышения квалификации в образовательных учреждениях дополнительного профессионального образования, на базе которого рекомендуется регулярно проводить повышение квалификации.

На постоянной основе необходимо проводить обучение работников в соответствии с законодательством РФ и требованиями подзаконных актов по следующим направлениям: пожарная безопасность, охрана труда, применение служебного оружия и специальных средств, противодействие коррупции и т. д.

В целях объективной оценки трудовой деятельности работников, планирования карьерного и профессионального роста, повышения мотивации персонала к эффективной деятельности на предприятии планомерно проводится аттестация работников.

Модель совершенствования подготовки персонала и повышения квалификации предполагается построить по следующим стадиям:

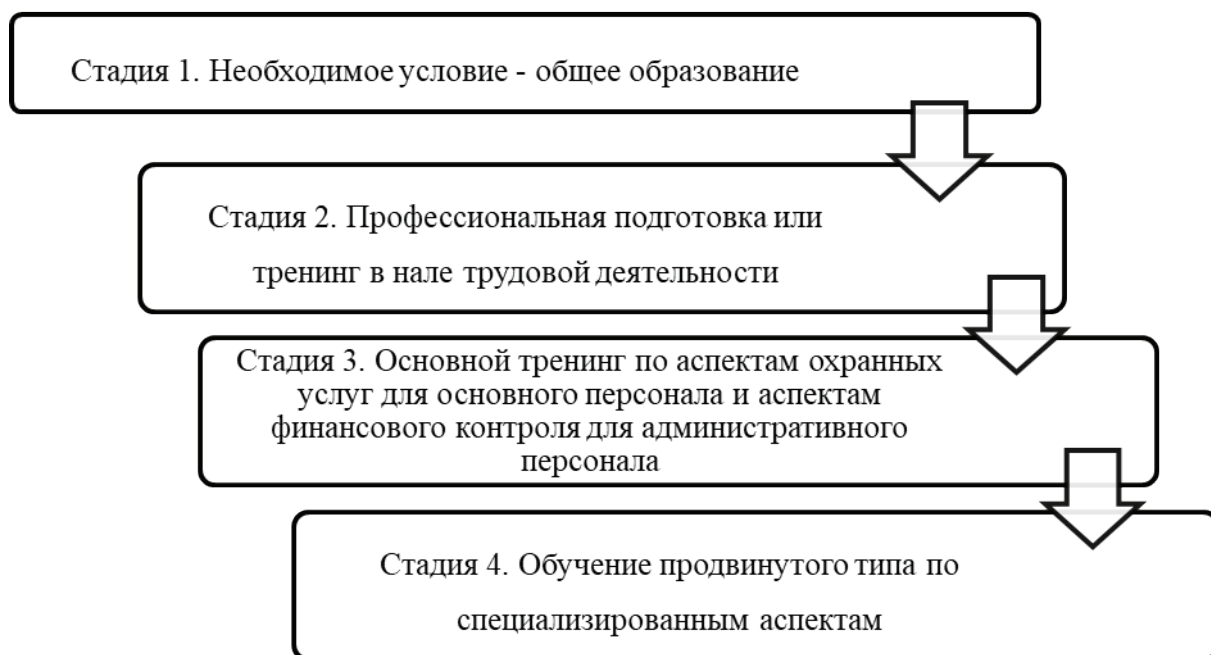


Рис. 3. Стадии модели совершенствования подготовки персонала и повышения квалификации

Стадии объединенной модели совершенствования подготовки персонала и повышения квалификации призваны обучать работника предприятия в течение всей трудовой

жизни от поступления на работу и в течение всего рабочего периода.

Реализация данной модели предполагает следующие направления, представленные на рисунке 4.



Рис. 4. Направления программы «Повышение профессионального уровня сотрудников»

Предполагается подготовить специалистов предприятия, которые в дальнейшем при использовании модели совершенствования подготовки и повышения квалификации персонала, разработанной именно для ООО ЧОП Арсенал, будут обучать персонал организации, нуждающийся в повышении квалификации.

Таким образом, данную модель повышения эффективности финансового контроля возможно применить в

практике деятельности предприятия, при этом успех деятельности предприятия гарантируется, если финансовые стратегические цели отвечают реальным экономическим и финансовым возможностям предприятия, если четко организовать административный и финансовый контроль, а методы их являются гибкими и адекватными изменениям финансово-экономической ситуации.

Литература:

1. Ким Фа Сун Система финансового контроля в управлении предприятием на примере ООО «ЧОП Арсенал»: дис. Дальневосточный гос. ун-т путей сообщения, Хабаровск, 2020.

Проблемы и перспективы развития малого бизнеса Сахалинской области

Немчанинова Мария Александровна, кандидат экономических наук, доцент;

Ломакина Елена Игоревна, студент магистратуры;

Ким Фа Сун, студент магистратуры

Дальневосточный государственный университет путей сообщения (г. Хабаровск)

В статье проводится анализ проблем и перспектив развития малого бизнеса Сахалинской области на примере ООО «ЧОП Арсенал». Автор предлагает пути решения проблем малого и среднего бизнеса Сахалинской области.

Ключевые слова: малый бизнес, частное охранное предприятие, проблемы, перспективы развития.

Основу любой рыночной экономики составляет частный сектор, где малые играют важную роль. Они не требуют крупных стартовых инвестиций, имеют высокую скорость оборота ресурсов, способны быстро и экономно решать проблемы формирования и насыщения рынка потребительских товаров. Интерес к малым предприятиям в условиях переходного периода исходит из раз-

личных ожиданий субъектов политической и экономической жизни, а также значения самих малых предприятий для создания зрелой рыночной экономики.

Малое предпринимательство — основа развития экономики и важнейший ресурс, формирующий конкуренцию, новые рабочие места, поднимающий смежные с ключевыми отраслями производства.

Это более мобильный и продуктивный ресурс, позволяющий сохранить людей, занятость, достойный уровень жизни в регионе. Ежегодно в областной бюджет от малых и средних предприятий региона поступает около 1,5 млрд. рублей налогов.

В условиях динамического развития рыночных отношений безопасность становится неотъемлемой частью функционирования практически каждой организации. В этих условиях разумным выходом для представителей бизнеса становится обращение к услугам Частных Охранных Предприятий.

Согласно Уставу, в целях охраны Общество предоставляет следующие виды услуг:

- 1) защита жизни и здоровья граждан;
- 2) охрана имущества (в том числе при его транспортировке), находящегося в собственности, во владении, в пользовании, хозяйственном ведении, оперативном управлении или доверительном управлении;
- 3) проектирование, монтаж и эксплуатационное обслуживание средств охранно-пожарной сигнализации;
- 4) консультирование и подготовка рекомендаций клиентам по вопросам правомерной защиты от противоправных посягательств;
- 5) обеспечение порядка в местах проведения массовых мероприятий.

Охранный деятельность осуществляется на основании лицензии, предоставляемой Министерством внутренних дел Российской Федерации. Общество осуществляет охранный деятельность как исключительную. Общество в течение срока действия лицензии осуществляет только виды деятельности, предусмотренные лицензией, и сопутствующие виды деятельности.

Выбранная мной тема является актуальной, так как существование предпринимательства необходимо для эффективного двигателя социального и экономического развития, поэтому совершенствование и поддержка малого предпринимательства является одним из приоритетных направлений политики не только Российской Федерации в целом, но и Сахалинской области.

В настоящее время на территории городского округа зарегистрировано более 13,3 тысяч субъектов малого и среднего предпринимательства, в том числе более 3,8 тысяч малых и средних предприятий и более 9,5 тысяч индивидуальных предпринимателей.

Также в Сахалинской области зарегистрировано 147 частных охранных предприятий (ЧОП) или организаций, предоставляющих лицензированные государством услуги по защите более 4 тыс. объектов различных форм собственности [5].

С точки зрения состояния предпринимательства, Южно-Сахалинск — это разноплановый и активно действующий сектор экономики Сахалинской области: большая часть малого и среднего бизнеса Сахалинской области (более 70%) сосредоточена на территории города Южно-Сахалинска, который дает более 50% от общего оборота малых и средних предприятий [4].

К сожалению, не смотря на значимость предпринимательства, существует множество проблем, с которыми предпринимателям приходится сталкиваться ежедневно:

1) Административные барьеры. Несвоевременная обработка документов, чаще превышающая заданные сроки и, в некоторых случаях, неспособность дать четкий ответ на интересующие вопросы приводит в тупик предпринимательскую деятельность.

2) Механизм поддержки предпринимательства. Требуется очень большой пакет документов, что крайне неудобно владельцам бизнеса и требует огромного внимания и времени.

3) Информационное обеспечение работы по поддержке субъектов МСП. Отсутствие конкретной информации по поддержке малого и среднего бизнеса, что так же доставляет неудобства.

4) Финансовая поддержка. Высокие процентные ставки по кредитам, низкий уровень финансовой обеспеченности большинства малых и средних предприятий вследствие трудностей с первоначальным накоплением капитала, неэффективность налоговой системы.

5) Издержки предприятий. Большие затраты на топливо, электроэнергию, арендные платежи, оборудования и материалы и т. д., что приводит к росту цен на продукцию/услуги.

6) Неплатежеспособность населения так же является проблемой для малого и среднего бизнеса, так как из-за роста цен на продукцию/услуги и низкой заработной платы большинства населения некоторые организации терпят убытки.

7) Неквалифицированность работников. Отсутствие квалифицированных специалистов так же является немаловажной проблемой, так как бизнес — это механизм, который должен работать слажено и грамотно. Но и сам предприниматель должен обладать необходимой информацией по управлению и владению бизнесом [2].

Для решения проблем малого и среднего бизнеса в первую очередь необходимо снизить процентные ставки по кредитам и налоговым сборам, ведь чем меньше издержки предприятия, тем меньше цена на товары/услуги, что станет более привлекательным как для предпринимателей, так и для потребителей.

Что касается перспектив развития, то нужно отметить, что в последнее время правительство Сахалинской области активно занялось вопросами малого и среднего бизнеса. Несколько месяцев назад руководители муниципальных образований получили задание — предложить инвестиционные проекты в сфере малого и среднего бизнеса, что является одним из ключевых критериев оценки деятельности мэров. Приоритет отдан сельскому хозяйству, рыбохозяйственному комплексу, туризму (территории опережающего социально-экономического развития туристического направления «Горный воздух»), обрабатывающим производствам, потребительскому рынку. Чтобы поддержать эти проекты, областные власти зарезервировали в бюджете средства — 1,9 миллиарда рублей [1].

Для разработанных в муниципалитетах инвестиционных проектов малого и среднего бизнеса предусмотрены серьезные меры поддержки. Среди них, например, субсидии на технологическое присоединение к энергетической и инженерной инфраструктуре, на приобретение оборудования. В ходе совещания некоторые меры поддержки, включенные в этот перечень, были существенно дополнены. По поручению губернатора процентная ставка по инвестиционным кредитам была обнулена. Ее в полном

объеме выплатит банку вместо предпринимателя областной бюджет. Региональная казна возьмет на себя и часть платежей за закупленное в лизинг производственное оборудование [3].

Таким образом, можно сделать вывод, что малый бизнес имеет перспективы развития, но насколько быстро и эффективно она реализуются зависит от правительства не только Сахалинской области, но и Российской Федерации в целом.

Литература:

1. Департамент экономического развития. Бизнес город [Электронный ресурс] // URL: <http://yuzhno-sakh.ru/dirs/376> (Дата обращения: 12.12.2019)
2. Проблемы развития малого и среднего бизнеса в России [Электронный ресурс] // URL: http://www.science-bsea.bgita.ru/2010/ekoпом_2010_2.htm (Дата обращения: 12.12.2019)
3. Для малого и среднего бизнеса Сахалина обнулена процентная ставка по кредитам [Электронный ресурс] // URL: <http://astv.ru/news/politics/2017-02-07-dlya-malogo-i-srednego-biznesa-sahalina-obnulena-protsentnaya-stavka-po-kreditam> (Дата обращения: 12.12.2019)
4. Предприниматели на Сахалине взяли за национальную идею [Электронный ресурс] // URL: <http://gspdf.ru/events/2016/02/02/predprinimateli-na-sahaline-vzylis-za-nacionalnuyu/> (Дата обращения: 12.12.2019)
5. 147 ЧОП охраняют в Сахалинской области более 4 тыс. объектов [Электронный ресурс] // URL: <https://skr.su/news/post/19693/> (Дата обращения: 12.12.2019)

Основы разработки стратегического плана управления активами

Нехова Дарья Александровна, студент
Северо-Кавказский федеральный университет (г. Ставрополь)

В статье автор рассматривает основы разработки стратегического плана управления активами.

Ключевые слова: актив, стратегия, управление.

Управление активами — это процесс разработки, эксплуатации, обслуживания и продажи активов экономически эффективным образом. Наиболее часто используемый в финансах, этот термин применяется в отношении физических лиц или фирм, которые управляют активами от имени других организаций.

Каждая компания должна отслеживать свои активы. Таким образом, соответствующие заинтересованные стороны будут знать, какие активы имеются в наличии и что можно использовать для обеспечения оптимальной прибыли.

«Активы, принадлежащие любому бизнесу, делятся на две основные категории: основные средства и оборотные активы. К основным средствам или внеоборотным относятся активы, приобретенные для долгосрочного использования, тогда как текущие активы — это те, которые могут быть конвертированы в денежные средства в течение короткого периода времени». [4, стр. 23]

Когда дело доходит до управления активами, есть два основных вопроса, которые нужно изучить. Во-первых, какую роль играет процесс управления активами? Во-

вторых, как фирма может разработать эффективный план управления активами?

Есть несколько причин, почему предприятия должны быть обеспокоены управлением активами, в том числе:

1. Этот процесс позволяет организациям отслеживать свои активы, как ликвидные, так и фиксированные. Владельцы фирм будут знать, где находятся активы, как они используются и есть ли в них изменения. Следовательно, восстановление активов может быть сделано более эффективно, что приводит к более высокой доходности.

2. Помогает гарантировать точность норм амортизации. Поскольку активы проверяются на регулярной основе, процесс управления активами обеспечивает обновление финансовой отчетности, связанной с ними.

3. Управление активами включает выявление и управление рисками, возникающими в результате использования и владения определенными активами. Это означает, что фирма всегда будет готова противостоять любому риску.

4. Существуют случаи, когда потерянные, поврежденные или украденные активы все еще записаны в книгах. Со стратегическим планом управления активами

владельцы фирмы будут знать об активах, которые были потеряны, и, таким образом, не будут продолжать регистрировать их в бухгалтерских книгах.

Право собственности на активы является частью любого государственного или частного предприятия. Для эффективного управления активами владельцу фирмы необходимо разработать стратегический план.

«Прежде всего, владелец должен принять во внимание все активы, которыми он владеет. Если он не знает точное количество активов в своем инвентаре, он не сможет эффективно управлять ими». [1, стр. 67]

При подготовке перечня активов компании необходимо учитывать следующее:

- Общее количество активов
- Где находятся активы
- Стоимость каждого актива
- Когда активы были приобретены
- Ожидаемые жизненные циклы активов

«Если владелец бизнеса хочет, чтобы его план управления активами был точным, то он должен рассчитать все затраты жизненного цикла каждого актива. Многие владельцы компаний делают ошибку, рассчитывая только первоначальные затраты на покупку». [2, стр. 45]

В течение жизненного цикла актива могут возникнуть дополнительные расходы, такие как расходы на техническое обслуживание, моделирование состояния и производительности, а также расходы на утилизацию.

«В идеале, процесс управления активами фирмы, должен легко переводиться в долгосрочные финансовые планы. Имея хороший финансовый план, владелец может

оценить, какие цели достижимы, и какие должны быть приоритетными». [3, стр. 87]

Принятие стратегии управления активами имеет много преимуществ, таких как:

1. Улучшение приобретения и использования

Отслеживая активы компании на протяжении всего их жизненного цикла, владелец фирмы может улучшить технику использования активов. Хорошим примером является Cisco Systems, которая смогла сократить расходы, выполнив управление активами ПК. При реализации такой стратегии компания обнаружила расточительную практику закупок, которую она решила, разработав лучшую стратегию покупки оборудования, необходимого рабочим.

2. Улучшение соответствия

Правительственные учреждения, некоммерческие организации и компании обязаны предоставлять исчерпывающие отчеты о том, как они приобретают, используют и распоряжаются активами. Чтобы упростить процесс отчетности, большинство из них записывают информацию об активах в центральную базу данных. Таким образом, когда им необходимо составить отчеты в конце финансового года, они могут легко получить доступ ко всей необходимой информации.

Управление активами — это просто система, которая помогает компаниям отслеживать все свои активы, такие как транспортные средства, оборудование и инвестиции. Отслеживание активов помогает упростить операции, особенно в отношении их продажи или выбытия. Этот процесс также сводит к минимуму вероятность записи косвенных активов, поскольку все доступные активы хорошо учтены.

Литература:

1. Анализ финансовых рынков и торговля финансовыми активами. — М.: Питер, 2019. — 240 с.
2. Бардаева, Полина Концепции управления активами и пассивами коммерческих банков / Полина Бардаева. — М.: LAP Lambert Academic Publishing, 2014. — 172 с.
3. Дамодаран, Асват Инвестиционная оценка. Инструменты и методы оценки любых активов / Асват Дамодаран. — М.: Альпина Диджитал, 2019. — 603 с.
4. Сафарян, К.В. Инновационный бизнес. Практические аспекты оценки активов / К.В. Сафарян. — М.: Издательский дом «Дело» РАНХиГС, 2014. — 186 с.

Теоретические основы конкуренции

Пичугина Елена Владимировна, студент магистратуры

Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых

В данной статье изучены теоретические аспекты конкуренции и конкурентоспособности. Также рассмотрены виды рынков конкуренции и факторы её возникновения.

Ключевые слова: конкуренция, соперничество, конкурентоспособность, монополия, олигополия

На сегодняшний день конкуренция является одним из важнейших факторов, который диктует условия функционирования того или иного рынка. В совокупности

с рыночной системой, конкуренция выносит решения, что экономика должна производить, как эффективно организовывать производство и как следует распределять ре-

зультаты производительного труда между экономическими единицами [6; 160].

Теоретические положения о конкуренции начали формироваться ещё в середине XVIII века. Среди основных представителей классической политической экономики можно отметить А. Смита и Д. Риккардо.

Позже теоретические аспекты конкуренции рассматривались такими авторами как А. Маршалл, Дж. Кейнс, В. Леонтьев, Й. Шумпетер, М. Портера и т. д.

Термин «конкуренция» происходит от латинского слова «*сопсугентиа*», что означает «столкновение», «соствязание». В современной экономической литературе под конкуренцией обычно понимается соперничество на каком-либо поприще между отдельными лицами (конкурентами), заинтересованными в достижении одной и той же цели [6; 432], которое влияет на ценовую, сбытовую и товарную политику предприятия. Данное соперничество осуществляется как за наиболее выгодные условия производства и сбыта товаров и услуг, так и за получение максимальной прибыли и вызвано необходимостью выбора одного варианта производства и потребления из множества возможных вариантов [1; 619].

При этом конкуренция является неотъемлемой частью и основным механизмом рыночной экономики, что позволяет уравновесить спрос и предложение, и критерий, по которому определяется тип отраслевого рынка [5].

В экономической литературе выделяют несколько видов рынка, каждый из которых имеет свою стратегию поведения: рынок чистой конкуренции (по-другому рынок совершенной конкуренции), рынок чистой монополии, олигополистический рынок и рынок монополистической конкуренции.

Рынок чистой (совершенной) конкуренции. Данный тип конкуренции подразумевает собой приспособление отдельных производителей и потребителей к рыночным условиям. Они не могут каким-либо образом влиять на рыночную стоимость товаров или услуг в одиночку, при этом формируют её своими суммарными вкладами в рыночные спрос и предложение. Совершенная конкуренция в чистом виде не встречается.

Рынок чистой монополии. Особенностью данного рынка является наличие единственного поставщика товаров или услуг. Монополист может назначать свою цену, при этом не учитывается платежеспособность покупателей. Кроме этого, монополист диктует качество товаров.

Олигополистический рынок. Данный рынок разделён между небольшим и достаточно стабильным количеством конкурентов. Товары и услуги на данном рынке могут быть дифференцированными или стандартизированными. Контроль за ценами достаточно ограничен, так как предприятия в отрасли осознают свою взаимозависимость.

Рынок монополистической конкуренции является наиболее демократичным из всех представленных рынков. Здесь присутствует большое количество производителей, которые выпускают разнородные, дифференцированные товары и услуги и конкурируют между собой. Монополистическая конкуренция незначительно влияет на уровень цен.

Из понятия конкуренции вытекает термин конкурентоспособности, под которой понимают основные сильные стороны и преимущества в организации маркетинговых, технологических и финансовых ресурсах [3]. Понятие конкурентоспособности может применяться к категориям разного уровня: конкурентоспособность товара, фирмы, отрасли, региона и страны.

В своей работе А. Г. Мокроносов и И. Н. Маврина предлагают следующую иерархию понятий конкурентоспособности (таблица 1) [2; 45]:

Таблица 1. Иерархия понятий конкурентоспособности субъектов рынка

Уровень иерархии	Понятия конкурентоспособности
Конкурентоспособность страны	Представляет собой способность страны производить товары и услуги, отвечающие требованиям мировых рынков, и создавать условия наращивания государственных ресурсов со скоростью, позволяющей обеспечивать устойчивые темпы роста ВВП и качество жизни населения на уровне мировых значений
Конкурентоспособность региона	Способность региона производить товары и услуги, отвечающие требованиям внутренних и мировых рынков, создавать условия наращивания региональных ресурсов для обеспечения роста потенциальной конкурентоспособности субъектов хозяйствования со скоростью, обеспечивающей устойчивые темпы роста ВВП и качество жизни населения региона на уровне мировых значений
Конкурентоспособность отрасли	Способность отрасли производить товары и услуги, отвечающие требованиям мировых и внутренних рынков, и создавать условия роста потенциала конкурентоспособности предприятий отрасли на основе базовых макротехнологий
Конкурентоспособность предприятия	Является относительной характеристикой, которая отражает отличия развития данной организации от развития организаций-конкурентов по степени удовлетворения своими товарами потребностей людей и по эффективности производственной деятельности
Конкурентоспособность продукции	Совокупность качественных и стоимостных характеристик продукции, которая обеспечивает удовлетворение конкретной потребности покупателя и выгодно для покупателя отличается от аналогичных товаров-конкурентов



Рис. 1. Факторы конкурентоспособности предприятия

На уровень конкурентоспособности влияет множество факторов, которые условно подразделяются на внешние и внутренние (рис. 1).

В определённых случаях конкуренция может усиливаться. Это может происходить по нескольким причинам:

1. Несколько предприятий недовольны долей своего рынка, и в этой связи они начинают бороться за её увеличение;

2. Происходит медленное повышение спроса на товар или услугу;

3. Увеличивается количество конкурирующих предприятий на рынке;

4. Появление новых товаров, выполняющих схожие функции и т. д.

Литература:

1. Большой энциклопедический словарь: В 2-х т./Гл. ред. А. М. Прохоров. — М.: Сов. энциклопедия, 1991. Т. 1. — 1991—803 с.
2. Конкуренция и конкурентоспособность: учебное пособие / А. Г. Мокроносов, И. Н. Маврина. — Екатеринбург: Изд-во Урал ун-та, 2014. — 194, [2] с.
3. Маркетинг [Электронный ресурс]: учебное пособие. — Эл. изд. — Электрон. текстовые дан. (1 файл, pdf: 294 с.). — Нижний Новгород: НОО «Профессиональная наука», 2018. — Режим доступа <http://scipro.ru/conf/marketing.pdf>. Сист. требования: Adobe Reader; экран 10
4. Маркетинговые исследования: Учеб. пособие. — М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2011. — 439 с.
5. Соловьева, Ю. Н. Конкурентные преимущества и бенчмаркинг: учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / Ю. Н. Соловьева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 139 с. — (Бакалавр и магистр. Модуль). — ISBN 978-5-534-11498-0. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/445391>
6. Экономический словарь: Справочное издание/В. И. Нечаев, П. В. Михайлушкин. — Краснодар.:/Краснодар, «Атри» 2011. — 464 с.

Актуализация отчетной информации о денежных потоках

Скакова Диана Армановна, студент магистратуры;
Мурзалиева Айменай Кенесбаевна, доктор PhD, ассоциированный профессор
Университет Нархоз (г. Алматы, Казахстан)

Известно, что учет денежных средств — одно из важных направлений учетной работы предприятия. Операции с денежными средствами обеспечивают расчеты предприятия с контрагентами, персоналом, бюджетом и внебюджетными фондами. В то же время необходим тщательный контроль за сохранностью денежных средств, как на текущих банковских счетах, так и в кассе предприятия, чтобы исключить их хищение и неправомерное использование (несанкционированную оплату). Одновременно совершенствование технологии организации операций с денежными средствами может давать экономию времени для бухгалтерских и финансовых работников предприятия, делать для клиентов расчеты с предприятием более удобными и привлекательными (что увеличивает конкурентоспособность бизнеса). И в этом случае бухгалтерский учет обеспечивает финансово-экономические и маркетинговые решения предприятия [1, с. 187].

Казахстанская практика деятельности предприятий показала, что совершенствование учёта движения денежных средств есть действенный метод актуализации отчетной информации о денежных потоках. Этот тезис

может быть подтвержден практикой деятельности ТОО «СКИВ НС».

Совершенствование учета движения денежных средств предприятия предполагается по причине того, что действующая система не в полной мере удовлетворяет и руководство предприятия, и коммерческие службы, и бухгалтерию, и экономиста. В настоящее время предприятие стремится:

- максимально автоматизировать расчеты с контрагентами;
- сократить затраты труда, связанные с ручным вводом данных;
- улучшить систему контроля за движением денег (планирование, текущий контроль, анализ).

С учетом этих задач автором совместно с руководством компании были поставлены вопросы о том, чем не удовлетворяет действующая система учета движения денежных средств директора, коммерческого директора, главного бухгалтера и экономиста.

Опрос был проведен в июне 2019 года, по результатам его сделаны основные выводы, которые представлены в таблице 1.

Таблица 1. Недостатки действующей системы учета движения денежных средств в ТОО «СКИВ НС», выявленные в процессе интервьюирования

Сотрудник	Выраженное мнение о недостатках
Директор	Отсутствие полного мониторинга за ежедневным движением денег (есть только остатки кассы и текущего счета), нет плановых показателей и сравнения план-факт
Коммерческий директор	Нет расчетов через сайт с помощью карты и электронных денег, что замедляет работу и увеличивает ручную работу при расчетах другими способами.
Главный бухгалтер	Вручную переносятся данные из Интернет-клиент банка в учетную систему и по онлайн-кассе в учетную систему
Экономист	Отсутствие системы планирования, оперативного контроля и анализа за движением денежных средств

То есть, проблемы связаны и с ручной работой, связанной с учетом расчетов и движения денежных средств, и с отсутствием планирования и контроля движения денежных средств (кроме тех стандартных процедур, которые есть в системе «1С: Предприятие» и доступны для сотрудников фирмы в настоящее время).

Всё это в совокупности снижает оперативность контроля и анализа (следствием этого является, в том числе, ухудшение ряда показателей, которые надо оперативно контролировать), а также наряду с выставлением счетов контрагентам вручную, увеличивает объемы ручной непродуктивной работы и требует решения.

Поэтому для предприятия предлагаются следующие решения, направленные на совершенствование как учетной работы по денежным средствам, так и по организации работы по планированию и контролю денежных средств в принципе (рис. 1):

Можно более подробно рассмотреть каждое из этих мероприятий.

Внедрение платежного календаря и отчета-прогноза денежных средств предполагает создание новых форм бухгалтерских данных (регистров).

Календарный план платежей должен формировать экономист предприятия, и он связан с необходимыми сро-

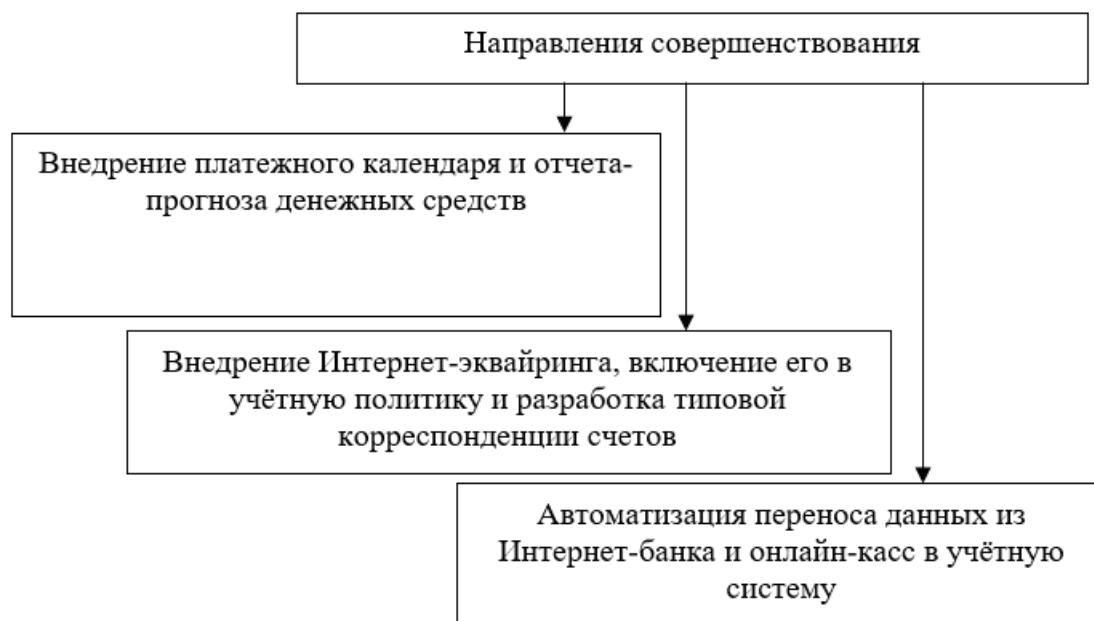


Рис. 1. Направление совершенствования учета денежных средств в ТОО «СКИВ НС»

ками расчетов с контрагентами, персоналом, бюджетом и внебюджетными фондами, по кредитам и т. п. Как правило, такой календарь формируется на неделю, содержит в себе конкретные платежи:

Планируется на неделю поток денежных средств (положительный — в основном от поступлений от контрагентов, отрицательный — необходимые платежи контрагентам и иные платежи предприятия). По ходу исполнения календаря и формирования проводок контролируется его выполнение. Если не поступают в срок определенные денежные средства — могут переноситься те или иные расходные платежи (кроме тех, которые строго регламентированы по срокам, например, по налогам или по кредитам, и здесь в случае нехватки средств придется прибегать к краткосрочному кредитованию). Такой календарь позволяет и контролировать правильность расходования денег, и обоснованность выполнения тех или иных расходных обязательств зависимости от денежных поступлений. При недостаточном поступлении какие-то расходные обязательства можно перенести и на следующую неделю, что также показано в таблице.

Для оптимизации заполнения календаря предполагается:

- указывать в выставляемых клиенту счетах на оплате сроки оплаты;
- формировать плановые расходные операции в системе со сроками оплаты [2, с. 17].

Это потребует доработки программного обеспечения («1С: Предприятие»). Внедрение такого календаря должно способствовать сокращению периода оборота дебиторской задолженности (поскольку улучшится контроль за поступлением денег от контрагентов), а также сокращению административных расходов (некоторые из которых возможно перенести на следующий период, если они не соответствуют доходам предприятия).

Также для контроля предполагается внедрение отчета-прогноза денежных средств в «1С: Предприятие», который бы показывал:

- наличие денежных средств в кассе (сч. 1010);
- наличие денежных средств в банке (сч. 1030, отдельно в тенге и отдельно в российских рублях по соответствующим субсчетам, на валютном рублёвом счете показывать в рублях и одновременно в тенге по текущему курсу, т. е. субсчета 1031 и 1032);
- наличие денежных средств «в пути» (принятых через систему эквайринга — сч. 1020), которые поступят на следующий день (согласно условиям эквайринга);
- наличие срочных расходных обязательств (по плану на ближайшие 5 дней, включая сегодняшний, по группам сч. 3000–3300);
- наличие срочных обязательств контрагентов, которые будут погашены в ближайшие 5 дней, включая сегодняшний, по сч. 1210).

Форма отчета-прогноза будет иметь вид (таблица 2).

То есть, данный отчет показывает руководителю, сколько фактически есть денег на счетах и в кассе, сколько их будет в ближайший день, с учетом денег в пути (это будет более актуально, когда фирма будет в большей мере развивать эквайринг при приеме оплаты через сайт, о чем далее), и сколько будет денег, если поступит ожидаемая оплата от контрагентов и будут совершены ожидаемые расходы (см. таблицу 2 — на основе платежного календаря). Данный отчет помогает руководителю в большей мере сформировать представление об остатках и прогнозах остатков денежных средств, чтобы принять управленческие решения. Для реализации этого отчета требуется разработка формы и те же программные изменения, которые описаны для платежного календаря [3, с. 49].

Таблица 2. Предлагаемая форма отчета-прогноза денежных средств для ТОО «СКИВ НС»

Показатели	Остатки, тыс. тг		
	Сегодня	С учетом денег в пути	На 5 дней
Касса (сч. 1010)	10,2	10,2	10,2
Банк (сч. 1030)	86,8	86,8	86,8
счет в тенге (сч. 1031)	50,6	50,6	50,6
счет в руб. (сч. 1032)			
остаток в руб.	6,1	6,1	6,1
остаток в тенге по курсу	36,2	36,2	36,2
Деньги в пути (сч. 1020)		3,2	3,2
Деньги всего (гр. сч. 1000)	97,0	100,2	100,2
Ожидаемый доход (по сч. 1210)			1156,3
Ожидаемый расход (по гр. сч. 3000–3300)			-1116,8
Всего ожидаемый остаток	97,0	100,2	139,7

Внедрение Интернет-эквайринга предполагает заключение договора с компанией, этим направлением деятельности занимающейся. Это может быть и российская «Яндекс. касса», занимающаяся эквайрингом и казахстанские компании, например, Народный банк Казахстана и

ряд других. Однако, только эквайринга недостаточно, необходимо интегрировать сайт и учетную систему на базе «1С», чтобы выставлять счета, проверять оплату и принимать в оплату как карты, так и безналичные инструменты (рис. 2).

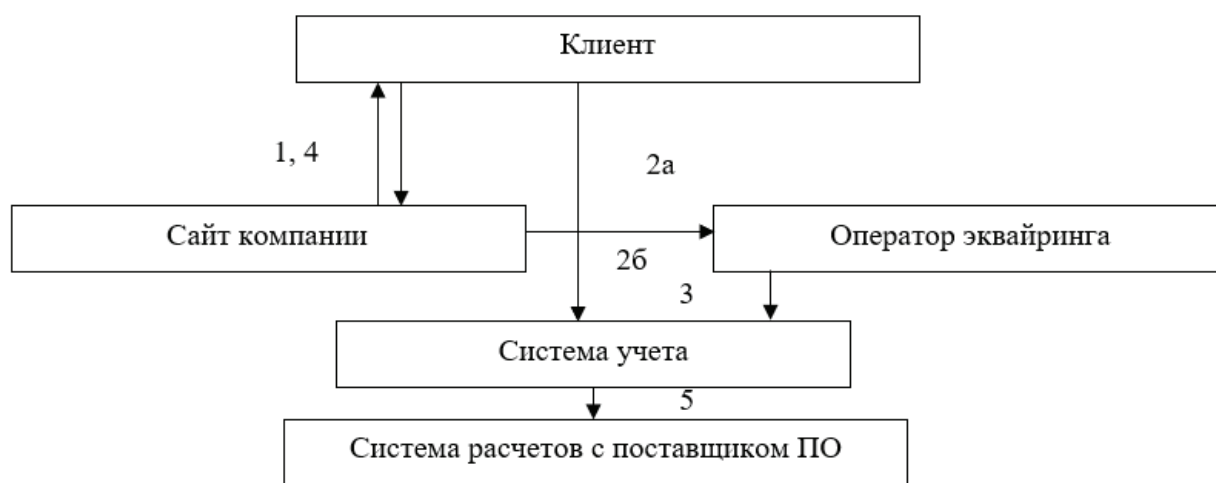


Рис. 2. Планируемая система расчетов с клиентами через сайт компании (Интернет-эквайринг): 1 — обращение и заказ ПО, получение счета; 2а — оплата через банк; 2б — оплата через сайт; 3 — поступление информации, учет оплаты клиента; 4 — продажа лицензии; 5 — обязательства перед поставщиком ПО за лицензию.

Учет в этом случае будет построен аналогично эквайрингу банковских карт, который применяется и в настоящее время (таблица 3):

Такая система сокращает работу, прежде всего, специалиста по продажам, поскольку уменьшается ручная работа (выставление счетов, формирование акта, передача документов и программного обеспечения и т. п.).

Автоматизация переноса данных из Интернет-банка и онлайн-касс в учетную систему (в рамках программы «1С: Предприятие») предполагает то, что информация из кассы предприятия будет автоматически переносить в систему «1С: Предприятие» данные по кассе за день, исключая ручной ввод. Аналогично и банковская вы-

писка, получаемая от банка ежедневно, будет автоматически переноситься в учетную систему учетной системой. Платежные поручения для клиентов также можно будет формировать в учетной системе, передавая их в Интернет-банк для последующего подписания и оплаты. Интеграция сейчас возможно на базе «1С: Предприятия», если настроить ее и обеспечить тем самым передачу данных. Это экономит время бухгалтера, снижая ручную работу по учету как наличных денежных средств, так и безналичных [4, с. 112].

Проблемы организации учета движения денежных средств ТОО «СКИВ НС» связаны с тем, что нет системы планирования и текущего контроля платежей, и денежные

Таблица 3. Пример предлагаемого учета Интернет-эквайринга для ТОО «СКИВ НС»

Операция и документы	Дебет	Кредит	Сумма, тг
Оформляется покупка ПО на сайте, выставляются документы на покупку (акт, счет-фактура, чек), скачивается ПО, пароли	1020	1210	5600
	1210	6010	5000
	1210	3130	600
Оператор удерживает комиссию (отражается в акте оператора за месяц, в платежном поручении оператора в выписке банка)	7313	1020	95
Денежные средства поступают на текущий счет (выписка банка)	1031	1020	5505

потоки можно анализировать только по факту их совершения в конце периода (или хотя бы в конце дня). И то только тогда, когда данные по кассе и по банковской выписке будут введены в учетную систему. Также нет наиболее инновационных подходов к оплате через сайт (выставление счета на сайте, оплата с сайта банковской картой или электронными деньгами). Всё это снижает оперативность контроля и анализа (следствием этого является, в том числе, ухудшение ряда показателей, которые надо оперативно контролировать), а также наряду с выставлением счетов контрагентам вручную, увеличивает объемы ручной непродуктивной работы и требует решения [5, с. 55].

Таким образом, для совершенствования работы с денежными средствами и учета денежных средств в ТОО

«СКИВ НС» были предложены мероприятия, решающие основные проблемы, указанные бухгалтерскими и иными работниками предприятия (ручная работа по ряду учетных операций, отсутствие действенной системы контроля и мониторинга). Предлагается внедрение платежного календаря и отчета-прогноза денежных средств, внедрение Интернет-эквайринга, включение его в учетную политику и разработка типовой корреспонденции счетов, автоматизация переноса данных из Интернет-банка и онлайн-касс в учетную систему. Все эти операции увеличивают контроль за денежными потоками для руководства и экономических служб, не только для бухгалтерии, а также сокращают ручную работу по вводу данных по учету денежных средств и расчетов для бухгалтерии и работников коммерческого отдела предприятия.

Литература:

1. Жаринов, В.В. Учет операций с денежными средствами и контроль правильности ведения кассовых операций [Текст] / Г.В. Жаринов // Economics. — 2018. — № 6 (38). — с. 36–42
2. Макаров, Г.В. Денежные средства как объект бухгалтерского учета и аудита [Текст] / Г.В. Макаров // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. — 2017. — № 12. — с. 244–248.
3. Онуфриева, О. Как ведется учет кассовых операций и денежных документов в торговой организации? [Электронный ресурс] / О. Онуфриева // ИС Параграф. — 2015. — URL: https://online.zakon.kz/document/?doc_id=31127243#pos=32; — 20 (дата обращения 03.01.2020)
4. Уналбаева, Д. К. Роль учета денежных средств в организациях [Текст] / Д. К. Уналбаева // Вестник университета Туран. — 2012. — № 3 (55). — с. 115–118.
5. Учет денежных средств, хранящихся на текущем банковском счете [Электронный ресурс] // Helpiks. — 2017. — URL: <https://helpiks.org/6-85350.html> (дата обращения 03.01.2020)

Сравнение основ денежно-кредитной политики Российской Федерации и Великобритании

Суворкина Жанна Андреевна, студент;

Суворкин Александр Сергеевич, студент

Московский областной филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации (г. Красногорск)

Курневский Алексей Сергеевич, студент;

Дряев Максим Русланович, студент

Южно-Российский институт управления — филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации (г. Ростов-на-Дону)

В настоящей статье рассмотрена ключевая ставка, как основной инструмент реализации денежно-кредитной политики, проанализирован опыт Великобритании в сфере монетарной политики и проведено сравнение российской и английской моделей регулирования денежно-кредитной политики.

Ключевые слова: денежно-кредитная политика, ключевая ставка, Центробанк РФ, Банк Англии, инфляция.

Денежно-кредитная политика государства, являющаяся частью проводимой экономической политики, представляет собой операции специализированных органов на денежном и валютном рынках, проводимых с целью обеспечения стабильного экономического роста, низких темпов инфляции и благосостояния населения.

В России вопросами денежно-кредитной политики занимается Центробанк (ЦБ), задачей которого является таргетирование инфляции и обеспечение стабильности цен путем поддержания стабильно низкого уровня инфляции на отметке в 4%.

Основным инструментом кредитно-денежной политики является воздействие на экономику путем повышения, понижения, а иногда и сохранения ключевой ставки, определяемой ЦБ РФ.

Напомним, что весной 2018 г. регулятор ЦБ планировал к концу года завершить работу по смягчению денежно-кредитной политики в стране и перейти к нейтральной ключевой ставке, колеблющейся на уровне 6–7%. Однако, после объявления 14 июня 2018 г. информации о налоговых изменениях в связи с ростом процентной ставки НДС на 2 процентных пункта, регулятор был вынужден сохранить ключевую ставку на уровне 7,25% и повременить с ее снижением до 2019 г. Данное действие было направлено на снижение инфляционных ожиданий и стало упреждающей мерой против разгона инфляции.

Регулируя уровень ключевой ставки, Банк России отмечает, что данный инструмент кредитно-денежной политики лишь направлен на создание здоровых и конкурентных условий, в которых экономика России сможет эффективно функционировать. Но само по себе даже намеренное занижение ставки не сможет спровоцировать резкий экономический рост. Напротив, сниженные процентные ставки в краткосрочной перспективе приведут к тому, что люди, получившие «легкие деньги», резко повысят потребительский спрос, который рынок будет не в состоянии удовлетворить в следствие нехватки предло-

жения и производственных мощностей. Данная ситуация отразится в росте цен на приобретаемые товары и услуги, которое последовательно приведет к увеличению темпов инфляции, с которыми и борется ЦБ. [1]

Особый интерес представляет собой зарубежный опыт в области денежно-кредитной политики, а также возможность его применимости в российских реалиях. В связи с этим рассмотрим опыт Великобритании в данном вопросе.

За денежно-кредитную политику в Великобритании отвечает Комитет Банка Англии по денежно-кредитной политике. Основная задача Комитета — достичь целевого уровня инфляции в 2%.

Целевой показатель инфляции является симметричным, что означает, что уровень инфляции ниже целевого показателя считается проблематичным, как и уровень инфляции выше целевого показателя.

Ключевым инструментом, используемым для реализации денежно-кредитной политики, является изменение ключевой процентной ставки Банка Англии, которая, в свою очередь, непосредственно влияет на условия выдачи коммерческим банкам Великобритании кредитов РЕПО.

РЕПО — разновидность кредитования, при котором деньги выдаются под залог ценных бумаг коммерческого банка. То есть, если коммерческий банк нуждается в деньгах, но не хочет продавать свои активы, он «отдает» свои ценные бумаги Банку Англии на обговоренный срок, после истечения которого коммерческий банк возвращает свои бумаги, а Банк Англии получает свои деньги обратно с учетом «накапавших» процентов. [3]

Изменение ставки РЕПО влияет на краткосрочную ликвидность в денежной системе, что быстро сказывается на всех остальных ставках.

Процентные ставки устанавливаются таким образом, чтобы целевой уровень инфляции мог быть достигнут в будущем. Поскольку, чтобы изменение курса повлияло на инфляцию, необходим срок до двух лет, Банк Англии предсказывает состояние экономики на два года вперед.

Особый интерес в рассмотрении кредитно-денежной политики Великобритании представляет политика количественного смягчения.

Когда процентные ставки приближаются к нулю, но экономика остается в рецессии, дальнейшее снижение процентных ставок невозможно. С такой ситуацией столкнулись центральные банки в начале 2009 года. Процентная политика в этих условиях становится бессильной, так как номинальные процентные ставки не могут опускаться ниже нуля. Это, наряду с накоплением наличности частными лицами, корпорациями и коммерческими банками, привело к тому, что ликвидность оказалась в ловушке банковской системы. В этой ситуации количественное смягчение может оказаться необходимым для повышения ликвидности и стимулирования кредитования. [3]

Количественное смягчение — это процесс, при котором Банк Англии по указанию казначейства скупает существующие облигации, чтобы добавить деньги непосредственно в финансовую систему. Этот процесс называется операциями на открытом рынке и рассматривается как крайняя мера, когда низкие процентные ставки не работают.

Проведение данной программы способствует снижению ставок по кредитам, а, следовательно, увеличивается их выдаваемый объем. Благодаря этому растет покупательная способность населения, что приводит к увеличению темпов и объемов производства. Совокупность данных факторов стимулирует экономический рост страны

Рассмотрим преимущества проводимой Банком Англии кредитно-денежной политики:

— данные показывают, что процентные ставки оказывают прямое и мощное влияние на расходы домохозяйств, свидетельствуя о том, что потребители Великобритании эластично реагируют на изменения процентных ставок;

— Комитет по денежно-кредитной политике Банка Англии независим от правительства и может принимать решения, свободные от политического вмешательства;

— процентные ставки могут изменяться ежемесячно, что контрастирует с изменениями в дискреционной фискальной политике, которые не могут быть сделаны через такие регулярные промежутки времени.

Несмотря на ряд довольно весомых преимуществ, монетарная политика, проводимая Банком Англии, имеет и ряд недостатков:

— инвестиционные расходы обратно пропорциональны процентным ставкам, более высокие ставки увеличивают альтернативные издержки инвестирования. В долгосрочной перспективе при сохранении высоких процентных ставок экономический рост пострадает;

— снижение процентных ставок в условиях рецессии может оказаться неэффективным из-за так называемой ловушки ликвидности. В условиях рецессии процентные ставки могут упасть до нуля, как в Великобритании в 2009 году после финансового кризиса. В этом случае банки и другие финансовые посредники предпочитают держать наличные деньги, а не выдавать кредиты. Таким образом, хотя заимствование может быть стимулировано, ликвидность не высвобождается через систему — она «поймана» и недоступна. Это ведет к углублению рецессии и ослаблению реальной экономики.

Стоит отметить, что на текущий момент Банк Англии находится в не самом простом положении в связи с выходом Великобритании из Brexit. Поскольку последствия данного события пока сложно предсказать, Банк Англии принял решение сохранить ключевую ставку на уровне 0,75%, при этом управляющие отметили, что они держат руку на пульсе и готовы предпринять быстрые меры в случае, если в стране будет наблюдаться экономическая слабость. Отметим, что ключевая ставка Великобритании не меняется с августа 2018 г. [2]

Завершая краткий обзор кредитно-денежной политики Великобритании, отметим, что проводимая монетарная политика имеет довольно много сходств с российской политикой. Следовательно, нам есть чему поучиться у Банка Англии и взять на заметку политику косвенного смягчения.

Литература:

1. Курневский, А. С., Дряев М. Р. Основы денежно-кредитной политики на примере Российской Федерации // Молодой ученый. — 2019. — № 50. — с. 186–187. — URL <https://moluch.ru/archive/288/65336/> (дата обращения: 31.01.2020).
2. Ставка на Brexit. Будет ли Банк Англии смягчать денежно-кредитную политику // Рамблер / финансы. URL: <https://finance.rambler.ru/markets/43571683-stavka-na-brexit-budet-li-bank-anglii-smyagchat-denezhno-kreditnuyu-politiku/?updated> (дата обращения: 31.01.2020).
3. Monetary policy // Economics Online. URL: https://www.economicsonline.co.uk/Global_economics/Monetary_policy.html (дата обращения: 31.01.2020).

Пути повышения эффективности деятельности объектов розничной торговли

Шаврова Анна Георгиевна, студент магистратуры;
 Научный руководитель: Типалина Мария Валерьевна, кандидат экономических наук, доцент
 Государственный университет управления (г. Москва)

В статье рассмотрены основные мероприятия по повышению эффективности предпринимательской деятельности в сфере розничной торговли в Российской Федерации. Установление перспективных направлений повышения эффективности функционирования предприятий розничной торговли весьма актуально, поскольку в современных условиях становится решающим фактором их жизнеспособности.

Ключевые слова: розничная торговля, объекты розничной торговли, эффективность, предпринимательская деятельность.

Предпринимательская деятельность в сфере розничной торговли оказывает влияние на основные параметры качества жизни населения, на объем денежных средств в обращении, сберегательное поведение населения, налоговые поступления, занятость, развитие малого бизнеса [2, с. 51].

С изменением экономической ситуации происходит развитие розничной торговли, подстраиваясь под вкусы

потребителей, создаются все новые формы розничной торговли (магазин у дома, дискаунтеры — федеральные торговые сети, онлайн-ритейл) [11]. Так, по данным Росстата РФ, в 2018 г. общий оборот розничной торговли составил 31548 млрд руб., или 102,6% (в сопоставимых ценах) к 2017 г. или 105,85% по рыночным ценам (рис. 1) [1].



Рис. 1. Динамика общего оборота розничной торговли, 2010–2018гг., млрд. руб., % [6]

Приведенные данные позволяют утверждать, что розничная торговля в финансовом отношении развивается достаточно успешно при растущей инвестиционной привлекательности отрасли. Однако ее вклад в российскую экономику продолжает снижаться.

Современная ситуация, с одной стороны, характеризуется насыщением рынков товарами, а с другой, — снижением покупательной способности населения, что обостряет конкуренцию в данном виде деятельности. В такой ситуации выживают и успешно работают торговые предприятия, способные снизить расходы, связанные с продвижением товаров от производителей к потребителям [3].

В таких условиях эффективность функционирования объектов розничной торговли становится решающим фактором их выживания. Следовательно, установление перспективных направлений повышения эффективности функционирования предприятий розничной торговли весьма актуально.

Эффективность деятельности предприятий розничной торговли зависит от многих факторов, прежде всего, от объемов продаж, качества работы сотрудников, места расположения торговой точки и т. д. [7] Каждый предприниматель использует свои методы развития предприятия, однако, так или иначе, все они сводятся к трём большим группам: снижение коммерческих расходов; увеличение цены; наращивание объёма продаж.

Приведем основные направления совершенствования эффективности деятельности объектов розничной торговли, к которым можно отнести [5]:

1. Оптимизация работы с поставщиками, что вызывает необходимость диверсификации поставок. Например, разделение заказов между несколькими компаниями, что помогает магазину снизить зависимость от одного контрагента и избежать пустых полок. В связи с этим у компаний возникает необходимость получения достоверных сведений о деятельности новых контрагентов. Новые поставщики должны проверяться в специализированных

системах (СПАРК, Контур и т. п.), позволяющих делать вывод о добросовестности организаций.

Новому поставщику можно дать «испытательный срок», заключив краткосрочный контракт, позволяющий оценить, каким образом он выполняет свои обязательства и успешно ли продается его товар.

Этот аспект управления важен и с учетной точки зрения, поскольку компания в рамках договорных отношений принимает расходы по налогу на прибыль организаций и вычеты НДС.

2. Оптимизация работы по формированию товарного ассортимента с учетом динамики спроса. Должен проводиться комплексный анализ покупок, оценка количества проданных единиц товара, его оборачиваемость, сочетаемость с другими продуктами, сезонность и т. д. Важно правильно распределить ассортимент товаров в зависимости от доли в продажах и прибыли, которую они приносят, выявить неликвидные товары, занимающие складские помещения и полки магазина. Одним из путей работы с неликвидными товарами может стать организация акций с выдачей таких товаров в подарок за покупку других товаров. С точки зрения распределения площадей оптимальным считается 20 товарных позиций на один квадратный метр [8].

3. Установление эффективного графика работы объектов розничной торговли, удобного для ключевых клиентов. В то же время необходима оценка целесообразности, например, круглосуточной работы магазина с точки зрения дополнительных затрат на оплату труда работников в повышенном размере, а также на дополнительную охрану объектов.

4. Автоматизация системы учета и выстраивание четкой системы логистики. Данные мероприятия позволят снизить закупочные цены, анализировать содержимое склада и давать информацию в режиме реального времени, оптимизировать складские остатки в магазинах, минимизировать количество персонала.

5. Создание «программ лояльности». Они могут представлять собой акцию по собиранию «фишек», «наклеек» для буклета, который предоставляет торговая розничная сеть, чтобы покупатель смог приобрести товар из этого буклета по аукционным ценам. Такая промо-акция обычно приносит успех компании в виде высокого розничного торгового оборота и создает привязанность покупателей непосредственно к торговой сети.

Программа лояльности позволяет выявлять предпочтения покупателей, удовлетворять их потребности

с помощью адаптации ассортимента, предоставления индивидуального опыта совершения покупок каждому потребителю.

6. Разработать рекламную кампанию. За счет проведения рекламной кампании предприятие получит дополнительную прибыль.

7. Создание торговой сетью собственной торговой марки. Собственная торговая марка улучшает восприятие цен клиентами, благодаря возможности предложить покупателям качественные товары по низким ценам, разработать уникальные предложения, которые будут выгодно отличать ассортимент торговой сети от брендов в других сетях.

8. Повышение квалификации сотрудников. Управление торговым предприятием в условиях стремительного развития цифровых технологий требует от управленческого звена наличия совершенно новых компетенций, позволяющих эффективно использовать цифровые технологии в управлении бизнесом [12]. Таким образом, появляется острая необходимость в создании современных программ обучения управленческого звена розничной торговли, направленных на изучение цифровых технологий, внедрение которых позволит более эффективно управлять торговыми предприятиями. Современные программы обучения, связанные с использованием цифровых технологий, могут создаваться в трех основных направлениях: экономике, менеджменте и маркетинге, и содержать следующие дисциплины: диджитализация управления сбытовыми потоками; цифровые технологии в высокотехнологичном секторе; цифровой сервис как новый сегмент экономики; кибербезопасность и управление информационными системами; управление электронной коммерцией (цифровое предпринимательство); менеджмент цифрового бизнеса; маркетинг и PR в электронной коммерции и цифровом бизнесе; антикризисное управление цифровыми предприятиями; теория и практика стратегического управления цифровыми корпоративными структурами; цифровая (электронная) логистика. Данные дисциплины послужат формированию цифровых компетенций управленческого звена розничной торговли, а именно: уверенному и эффективному использованию информационно-коммуникационных технологий в процессе создания адаптивных систем управления сбытом.

Таким образом, перечисленные приоритетные направления позволят повысить эффективность деятельности в сфере розничной торговли в Российской Федерации.

Литература:

1. Бутов, А. М. Рынок розничной торговли продуктами питания, 2018 // НИУ ВШЭ / URL: <https://dcenter.hse.ru/data/2018.pdf> (дата обращения: 12.01.2020).
2. Васильчук, Е. С. Роль розничной торговли в экономическом развитии региона / Е. С. Васильчук // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. — 2017. — № 1 (19). — с. 49–54.
3. Иванова, О. В. Проблемы современной розничной торговли / О. В. Иванова // URL: <file:///C:/Users/Book/Downloads/Ivanova-Olga-Viktorovna.pdf> (дата обращения: 12.01.2020).

4. Международные валютно-кредитные отношения: учебник / Н. П. Гусаков, И. Н. Белова, М. А. Стренина; под общ. ред. Н. П. Гусакова. 3-е изд., перераб. и доп. М.: ИНФРА-М, 2017. — 351 с.
5. Назмутдинова, Е. В. Обоснование резервов повышения эффективности функционирования предприятия торговли // Экономика и предпринимательство. — 2016. — № 2–2 (67–2). — с. 1023–1026.
6. Оборот розничной торговли по данным Росстат, 2019 // URL: <https://rosinfostat.ru/oborot-rozничной-torgovli/> (дата обращения: 13.01.2020).
7. Подсумкова, Л. А. К вопросу о факторах и фактах развития розничной торговли в России // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. 2018. № 3 (72). // URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/k-voprosu-o-faktorah-i-faktah-razvitiya-rozничной-torgovli-v-rossii> (дата обращения: 17.01.2020).
8. Пронина, В. В. Совершенствование деятельности организации сферы розничной торговли // Актуальные проблемы авиации и космонавтики. 2017. № 13. // URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovershenstvovanie-deyatelnosti-organizatsii-sfery-rozничной-torgovli> (дата обращения: 13.01.2020).
9. Секреты эффективности розничного магазина // URL: <http://alfabank.rbc.ru/article/sekretyi-effektivnosti-rozничного-magazina/> (дата обращения: 13.01.2020).
10. Смоленский, А. М. Направления повышения эффективности предпринимательской деятельности в сфере розничной торговли в Российской Федерации // Вестник РУДН. Серия: Экономика. 2018. № 2. // URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/napravleniya-povysheniya-effektivnosti-predprinimatelskoy-deyatelnosti-v-sfere-rozничной-torgovli-v-rossiyskoy-federatsii> (дата обращения: 17.01.2020).
11. Торговля в России. 2018: Стат. сб./ Росстат. — М., 2018. — 233 с.
12. Цифровая активность организаций розничной торговли. — М.: НИУ ВШЭ, 2019. — 13 с.

Система показателей оценки финансового положения коммерческой организации

Ширяева Валерия Евгеньевна, студент магистратуры
Воронежский государственный университет

Формирование системы показателей оценки финансового состояния коммерческой организации создает информационную базу для принятия управленческих решений в отношении целесообразности и условий ведения дел с партнерами, привлечения кредитов, целесообразности приобретения активов и т. п. На использовании финансовых коэффициентов основаны отечественные и зарубежные модели оценки кредитоспособности заемщика, а также модели диагностики банкротства.

Методические подходы к анализу финансового состояния разработаны в трудах В. И. Бариленко, Л. Т. Гиляровой, Д. А. Ендовицкого, О. В. Ефимовой, В. В. Ковалева, В. Г. Когденко, Н. П. Любушина, М. В. Мельник, Г. В. Савицкой, В. Т. Чая, А. Д. Шеремета и многих других ученых.

Целью анализа финансового состояния можно считать разработку рекомендаций по укреплению финансовой устойчивости, обеспечению платежеспособности и росту рентабельности.

Традиционно выделяют следующие группы показателей, характеризующих финансовое состояние:

- показатели динамики и структуры активов организации и источников их формирования;
- показатели ликвидности и платежеспособности;
- показатели финансовой устойчивости;
- показатели деловой активности (оборачиваемости активов и рентабельности).

Состав показателей может варьироваться в зависимости от конкретных задач анализа, а также полноты информационной базы.

Структурно-динамический анализ целесообразно дополнять факторным, позволяющим не только оценить произошедшие изменения, но и выявить их причины, а следовательно, и обосновывать рекомендации по укреплению финансового состояния.

Проиллюстрируем возможности применения приведенных выше показателей для экспресс-анализа финансового состояния ООО «Боравто и К». В таблице 1 приведена структура активов и источников их формирования.

Для организации характерна значительная доля оборотных активов в структуре имущества (96%), что означает высокую мобильность активов и возможность использовать краткосрочные источники финансирования деятельности.

Минимально допустимая величина уставного капитала (10 тыс. руб.) является причиной того, что собственный капитал сформирован практически полностью за счет нераспределенной прибыли. Это свидетельствует о положительных финансовых результатах деятельности, однако доля собственного капитала недостаточна для обеспечения финансовой устойчивости. При этом следует отметить наличие собственного оборотного капитала, позволяющего финансировать часть оборотных активов за счет собственных средств.

Кроме того, наличие долгосрочных кредитов увеличивает долю долгосрочных источников финансирования,

Таблица 1. Структура активов и источников их формирования

Показатели	В % к итогу		
	31.12.2016	31.12.2017	31.12.2018
Внеоборотные активы	4,5	4,0	4,2
В том числе основные средства	4,5	4,0	4,2
Оборотные активы	95,5	96,0	95,8
В том числе:			
Запасы материалов и комплектующих	35,4	19,0	36,0
НДС на приобретенные товары	1,5	2,8	3,3
Дебиторская задолженность	22,7	22,3	11,9
Краткосрочные финансовые вложения	30,3	48,8	40,2
Денежные средства и их эквиваленты	5,5	3,1	4,3
ИТОГО АКТИВОВ	100,0	100,0	100,0
Собственный капитал	24,3	19,4	28,3
В том числе:			
Акционерный капитал	0,0	0,0	0,0
Нераспределенная прибыль	24,2	19,4	28,3
Долгосрочные обязательства	0,0	29,4	19,8
В том числе долгосрочные кредиты	0,0	29,4	19,8
Краткосрочные обязательства	75,7	51,1	51,9
В том числе Краткосрочные кредиты	54,7	45,6	40,7
Кредиторская задолженность	21,0	5,5	11,
ИТОГО ПАССИВОВ	100,0	100,0	100,0

что положительно сказывается на финансовой устойчивости.

В таблице 2 активы сгруппированы по степени ликвидности, а обязательства — по срочности погашения.

Таблица 2. Показатели ликвидности баланса и платежеспособности

Показатели	Ед. изм.	31.12.2016	31.12.2017	31.12.2018
<i>Группировка активов по степени ликвидности</i>				
Наиболее ликвидные активы — А1	тыс. руб.	76149	248719	197937
Быстро реализуемые активы — А2	тыс. руб.	48348	107071	52977
Медленно реализуемые активы — А3	тыс. руб.	78633	104507	174901
Трудно реализуемые активы — А4	тыс. руб.	9642	19257	18840
<i>Группировка обязательств по срочности погашения</i>				
Наиболее срочные обязательства — П1	тыс. руб.	44705	26501	49887
Краткосрочные обязательства — П2	тыс. руб.	116464	218729	180811
Долгосрочные обязательства — П3	тыс. руб.	0	141176	88235
Устойчивые пассивы — П4	тыс. руб.	51603	93148	125722
Структура активов	%	100,0	100,0	100,0
Наиболее ликвидные активы — А1	%	35,8	51,9	44,5
Быстро реализуемые активы — А2	%	22,7	22,3	11,9
Медленно реализуемые активы — А3	%	37,0	21,8	39,3
Трудно реализуемые активы — А4	%	4,5	4,0	4,2
Структура обязательств	%	100,0	100,0	100,0
Наиболее срочные обязательства — П1	%	21,0	5,5	11,2
Краткосрочные обязательства — П2	%	54,7	45,6	40,7
Долгосрочные обязательства — П3	%	0,0	29,4	19,8
Устойчивые пассивы — П4	%	24,3	19,4	28,3
Коэффициент текущей ликвидности		1,26	1,88	1,85
Коэффициент срочной ликвидности		0,77	1,45	1,09
Коэффициент абсолютной ликвидности		0,47	1,01	0,86

В таблице 3 приведены условия ликвидности баланса и дана оценка выполнения этих условий.

Таблица 3. Оценка ликвидности баланса

Условие	31.12.2016	31.12.2017	31.12.2018
A1>=П1	Да	Да	Да
A2>=П2	Нет	Нет	Нет
A3>=П3	Да	Нет	Да
A4<=П4	Да	Да	Да

Баланс не является абсолютно ликвидным, однако текущая ликвидность организации отвечает нормативному значению (1,85), то есть ее можно признать платежеспособной в краткосрочном периоде.

Показатели финансовой устойчивости организации приведены в таблице 4.

Таблица 4. Показатели финансовой устойчивости предприятия

Показатели	31.12.2016	31.12.2017	31.12.2018
Коэффициент автономии	0,24	0,19	0,28
Коэффициент концентрации заемного капитала	0,76	0,81	0,72
Коэффициент платежеспособности	0,32	0,24	0,39
Коэффициент устойчивого финансирования	0,24	0,49	0,48
Коэффициент маневренности	0,81	2,31	1,55
Коэффициент обеспеченности собственным финансированием	0,21	0,47	0,46

Собственный капитал предприятия меньше заемного, но за весь анализируемый период соотношение собственного и заемного капитала выросло с 0,32 до 0,39, что является положительной тенденцией. За счет привлечения долгосрочных кредитов коэффициент устойчивого финансирования повысился, однако, как и коэф-

фициент автономии, далек от минимально допустимого значения, что говорит о недостаточной финансовой устойчивости.

В таблице 5 приведены показатели рентабельности, характеризующие эффективность деятельности и использования капитала организации.

Таблица 5. Показатели и рентабельности, %

Показатели	2016 г.	2017 г.	2018 г.
Рентабельность продаж	2,7	1,5	0,8
Рентабельность затрат	2,8	1,5	0,8
Рентабельность капитала (ROA)	22,1	12,9	8,9
Рентабельность собственного капитала (ROE)	91,2	57,7	30,3

Показатели рентабельности деятельности низки, имеют отрицательную динамику, что наряду с замедлением оборачиваемости активов приводит к снижению рентабельности капитала.

Таким образом, по итогам экспресс-анализа финансового положения можно заключить, что на конец отчетного периода ООО «Боравто и К» является платежеспособной, но финансово неустойчивой организацией, характеризующейся низкой эффективностью деятельности.

Литература:

1. Гиляровская, Л.Т. Анализ и оценка финансовой устойчивости коммерческих организаций: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 080109 «Бухгалтерский учет, анализ и аудит», 080105 «Финансы и кредит» / Л.Т. Гиляровская, А.В. Ендовицкая. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017 — 159 с.
2. Когденко, В.Г. Методология и методика экономического анализа в системе управления коммерческой организацией: монография / В.Г. Когденко. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 543 с.
3. Мельник, М.В. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия: учеб. пособие / М.В. Мельник, Е.Б. Герасимова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва: ИД «ФОРУМ»: ИНФРА-М, 2019. — 208 с.

4. Пожидаева, Т.А. Анализ финансовой отчетности: учеб. пособие / Т.А. Пожидаева. — 3-е изд., стер. — Москва: КНОРУС, 2016. — 319 с.

Выявление конкурентных преимуществ на основе стратегического анализа

Шомантай Еленай Асылхановна, студент магистратуры;

Научный руководитель: Шильманова Алтынай Мусаевна, кандидат экономических наук, старший преподаватель
Кызылординский государственный университет имени Коркыт Ата (г. Кызылорда, Казахстан)

В статье рассмотрены принципы стратегического анализа деятельности компании, основные этапы проведения стратегического анализа. Приведены инструменты стратегического анализа, которые применяются для анализа и формирования конкурентных преимуществ компании, а также ряд важных целевых установок современного стратегического конкурентного анализа.

Ключевые слова: стратегический анализ, аналитическая работа, анализ, конкурентный анализ, конкурентный потенциал.

В современных условиях достижение экономических успехов связано с постоянным поддержанием высокого уровня конкурентоспособности.

При этом необходимо учитывать характеристики компании для правильного позиционирования своих конкурентных преимуществ и ориентации своей деятельности на повышение конкурентного потенциала.

Стратегический анализ нужен для того, чтобы обеспечить менеджеров нужной информацией для разработки стратегии компании. По сути все понятно и логично, но на практике компании сталкиваются с одной из основных проблем стратегического управления.

Проблема заключается в том, что инструментов стратегического анализа достаточно, и нет никакой гарантии, что компания сможет разработать правильную стратегию. Процесс разработки стратегического плана полностью не формализуем. Методики стратегического анализа могут только помочь систематизировать информацию для принятия решения, но само решение остается за менеджерами.

С помощью стратегического анализа разрабатывается комплексный стратегический план развития, осуществляется научно обоснованная, всесторонняя и своевременная поддержка принятия стратегических управленческих решений.

Основу стратегического анализа деятельности компании составляют следующие принципы:

- научность (используются последние достижения экономического, статистического и математического анализа);
- системность (компания рассматривается как сложная система, взаимодействующая с другими системами реального сектора экономики и сам состоящий из ряда подсистем);
- комплексность (анализ всех факторов развития компании);

- динамизм (выделение тенденций и закономерностей развития компании);

- выделение узких мест и ведущих звеньев в развитии компании.

К основным этапам проведения стратегического анализа — процесса исследования и оценки деятельности компании, можно отнести следующие:

- определение круга показателей, по которым целесообразно определять стратегию каждого звена производственного цикла, например, выпуск продукции в натуральном выражении, сумма прибыли, объем реализации продукции и т. д.;

- установление основных факторов, влияющих на прогнозируемые показатели;

- составление таблиц взаимосвязей между выявленными в текущем периоде факторами и фактическими показателями, полученными в прошлом периоде;

- обработка информации и определение степени влияния отдельных факторов на прогнозируемые показатели с использованием методов математической статистики;

- получение ожидаемых значений показателей по исходной информации и коэффициентам регрессии [1].

При проведении стратегического анализа широко используются общеизвестные приемы экономического анализа: сравнения, группировки, элиминирование, балансовые увязки и др. Вместе с тем для предварительной оценки выполнения планов по отдельным экономическим показателям применяются и специальные методы.

Один из важных принципов организации аналитической работы — четкое определение перечня объектов, подлежащих анализу на отдельных уровнях управления, и установление периодичности проведения анализа. В связи с этим научная организация аналитической работы предполагает наиболее полное выявление объектов анализа применительно к отдельным уровням управления, установление периодичности и последовательности их изучения.

Важно также и четкое распределение обязанностей по выполнению аналитической работы на всех уровнях управления. Усиление экономических методов управления требует развития аналитических функций не только экономических, но и технических служб и других производственных подразделений [2].

Проанализировав факторы, необходимо провести оценку степени их влияния на деятельность компании. Если влияние какого-то фактора слишком слабое, чтобы учитывать его при разработке стратегии, он должен быть исключен из дальнейшего анализа. Как показала практика, чем более широкая шкала будет использоваться, тем сложнее потом будет выбирать и концентрироваться на ключевых факторах. Факторы нужно проранжировать по убыванию степени их влияния на деятельность компании. Нужно попытаться

понять, как можно усилить влияние возможностей во внешней среде, как избежать угроз, как более эффективно использовать сильные стороны компании и что делать со слабыми.

Достижение экономических успехов связано с постоянным поддержанием высокого уровня конкурентоспособности. При этом, необходимо учитывать отличительные характеристики компании для правильного позиционирования своих конкурентных преимуществ и ориентации своей деятельности на повышение конкурентного потенциала. Конкурентные преимущества делают компанию узнаваемой на рынке, защищают от воздействий конкурентных сил.

Ниже даны инструменты стратегического анализа, которые применяются для анализа и формирования конкурентных преимуществ компании.

Таблица 1. Инструменты стратегического анализа

Направления	Методы
Анализ микросреды (внутренней среды компании)	SNW-анализ (Strength Neutral Weak — сильные, слабые стороны компании и нейтральная позиция в отрасли — это форма SWOT-анализа, включающая анализ только внутренней среды компании) Жизненный цикл товара Жизненный цикл технологии Жизненный цикл компании Кривая обучения IFE матрица (Internal Factor Evaluation matrix — матрица оценки внутренних факторов)
Анализ мезосреды (отраслевого окружения)	5 конкурентных сил Портера Сеть ценностей (Net Value) Жизненный цикл отрасли EFE матрица (External Factor Evaluation matrix — матрица оценки внешних факторов)
Анализ макросреды (деловой среды)	PEST или STEP-анализ (Political, Economical, Social and Technological — это анализ политических, экономических, социальных и технологических факторов внешней среды)
Интегрированный анализ внешней и внутренней среды	Матрица Ансоффа «продукт-рынок» Матрица BCG или матрица «рост — доли рынка» (матрица Boston Consulting Group (Бостонская консалтинговая группа, или БКГ)) Матрица GE (матрица General Electric (Дженерал Электрик)) Матрица Arthur D. Little — ADL (матрица Артура Д. Литтла) — (жизненный цикл — конкурентные преимущества) Матрица McKinsey и General Electric (привлекательность рынка — преимущества в конкуренции) Матрица конкурентного преимущества (усовершенствованная матрица BCG) SWOT-анализ (Strong, Weak, Opportunities and Threats — Сильные, Слабые стороны компании, Возможности и Угрозы) SPACE-анализ (Strategic Position and Action Evaluation matrix — матрица оценки стратегического положения и оценки действий) IE матрица (Internal External — матрица внутренних и внешних факторов)
Примечание: источник [3]	

Поскольку стратегический анализ нацелен на обоснование стратегии развития компании, оценку рыночных

позиций и выявление устойчивых конкурентных преимуществ, то в своем арсенале он активно использует:

— стратегические аналитические методы (Бостонская матрица «рост — удельный вес в обороте рынка», матрица экрана бизнеса General Electric, отраслевой анализ, анализ стратегических групп, SWOT-анализ, анализ стоимостных цепочек);

— методы конкурентного анализа и анализа потребителей (анализ «слепых» зон, конкурентный анализ, анализ сегментации покупателей, анализ покупательской ценности, анализ функциональных возможностей и ресурсов, оценка индивидуальных характеристик конкурентов);

— методы анализа развития (анализ кривой опыта, анализ вектора роста, патентный анализ, анализ жизненного цикла продукции, анализ S-кривых) и др. [3].

Формирование, использование и сохранение конкурентных преимуществ компании осуществляется во многом за счёт стратегического конкурентного анализа. Основная цель стратегического анализа состоит в умении оперативно определить свои конкурентные преимущества среди всех элементов бизнес-процессов компании (объединённых в три группы: финансы, менеджмент, маркетинг) не только на текущий момент, но и в динамике. К числу факторов и аспектов финансово-хозяйственной деятельности, на основании которых компания оценивает своё положение среди конкурентов, относятся: качество товара, система управления, маркетинг, различные показатели эффективности производства. В нынешних условиях современный стратегический конкурентный анализ имеет ряд важных целевых установок, включающих:

1) выявление будущих стратегий и планов конкурентов;

2) предсказание вероятных реакций конкурентов на стратегические инициативы организации;

3) определение того, насколько стратегия конкурентов действительно соответствует их возможностям;

4) выявление слабых сторон конкурентов и оценку собственных реальных возможностей их использования.

Проведение конкурентного стратегического анализа подразумевает выполнение следующих таких требований, как нормативная ориентированность; использование не только экономических, но и социальных, гуманитарных и естественных методов; применение междисциплинарного подхода при выявлении различных факторов развития; работа с неформализованными методами и оценками [4].

В содержательном плане стратегический анализ можно представить как процесс, заключающийся в оперативной идентификации, постоянной систематизации и аналитической обработке информации о состоянии и динамике изменения внешней и внутренней среды функционирования организации с целью предоставления ее руководству рекомендаций, которые могут и должны служить формализованной основой для принятия стратегических управленческих решений в отношении объекта анализа, разработки конкурентоспособных стратегических альтернатив.

В заключение следует отметить, что, рассматривая компанию как систему, следует использовать системный подход и рассматривать понятие системной конкурентоспособности. То есть системная конкурентоспособность компании, которая основана на синергетическом взаимодействии конкурентоспособных элементов, будет больше суммы уровней конкурентоспособности всех элементов.

Литература:

1. Карпов, А. Стратегический анализ // URL [https:// www.gik-company.ru](https://www.gik-company.ru) (дата обращения: 31.01.2020).
2. Стратегическое управление и эффективное развитие бизнеса. 2-е издание. А. Карпов. — М.: «Результат и качество», 2015. — 558 с.
3. Сотников, А.С. Основные подходы к формированию устойчивых конкурентных преимуществ промышленных предприятий / А.С. Сотников // Экономика и управления. — 2011. — № 5. — с. 243–247.
4. Фляйшер, К., Бенсуссан Б. Стратегический и конкурентный анализ. Методы и средства конкурентного анализа в бизнесе. — М.: БИНОМ. Лаборатория знаний, 2005. — 541 с.
5. http://www.rusnauka.com/17_ENXXI_2016/Economics/6_213038.doc.htm
6. <https://docplayer.ru/27381206-Strategicheskiy-analiz-v-deyatelnosti-firmy-funkciya-i-ee-organizaciya.html>

Пути совершенствования практики использования инструментов денежно-кредитной политики

Шомуродов Равшан Турсункулович, кандидат экономических наук, доцент;
Шоюнусов Шохрух Шониёз угли, студент магистратуры
Ташкентский финансовый институт (Узбекистан)

В статье выявлены проблемы, связанные с совершенствованием практики использования инструментов денежно-кредитной политики Центрального банка Республики Узбекистан и разработаны научные предложения, направленные на решение этих проблем.

Ключевые слова: денежно-кредитная политика, инфляция, денежная масса, политика обязательных резервов, ставка рефинансирования, валютный курс, дефицит бюджета, денежная база.

Введение

Опыт развитых стран показывает, что совершенствование практики использования монетарных инструментов является обязательным условием повышения эффективности денежно-кредитной политики. Поскольку хранение денежных средств в качестве установленной нормы банковского резервирования приводит к уменьшению активной денежной массы, а при проведении политики снижения ставки рефинансирования кредит становится более дешевым и в результате этого увеличиваются объемы инвестиционных кредитов коммерческих банков.

В соответствии со Стратегией действий по пяти приоритетным направлениям развития Республики Узбекистан в 2017–2021 годах дальнейшее совершенствование денежно-кредитной политики путем применения инструментов в соответствии с передовым международным опытом является одним из основных направлений развития банковской системы страны [1].

Обзор литературы по теме.

По мнению В. Юровицкого, в условиях отсутствия обязательного резервирования все исходные, эмиссионные деньги являются активными, следовательно, кредитная деятельность коммерческих банков приведет к росту депозитов [2].

По заключению М. Фридмена, Центральный банк имеет достаточные возможности для регулирования предложения денег, и при этом инфляция не является многофакторным процессом [3].

Данное заключение основывается на том, что Центральный банк, используя политику открытого рынка и дисконтных операций, может управлять денежной массой и процентными ставками.

Ф. Мишкин утверждает, что «операции открытого рынка — самый важный инструмент монетарной политики, так как они позволяют управлять процентными ставками и монетарной базой, определяющими объем денежной массы» [4].

Действительно, покупка ценных бумаг Центральным банком на открытом рынке увеличивает резервы банковской системы и монетарную базу, что ведет к росту пред-

ложения денег и снижению краткосрочных процентных ставок.

МакКаллум утверждает, что спрос на деньги является нестабильным, поэтому основным инструментом денежно-кредитной политики является процентная ставка Центрального банка [5].

По мнению А. Исмаилова «с целью совершенствования механизма регулирования предложения денег, необходимо усовершенствовать практику использования инструментов денежно-кредитной политики и обеспечить стабильность темпов роста денежной массы путем формирования и развития национального рынка ссудных капиталов» [6].

Данное предложение А. Исмаилова имеет практическую значимость. Поскольку до сих пор отсутствует дисконтная и ломбардная политика Центрального банка Узбекистана, а уровень эластичности ставки рефинансирования является низким.

Анализ и результаты.

Традиционным инструментом денежно — кредитной политики является политика обязательных резервов Центрального банка. Через изменение резервной нормы можно менять размер денежной массы страны. Однако, политика обязательных резервов является административным инструментом, сила воздействия которого через мультипликатор значительна.

Необходимо подчеркнуть, что изменение учетной ставки Центрального банка рассматривается как сигнал об изменении вида денежно-кредитной политики. При этом повышение учетной ставки сигнализирует о начале проведения рестрикционной денежно-кредитной политики.

Третьим инструментом денежно-кредитной политики является политика открытого рынка. Данный инструмент предполагает куплю-продажу Центральным банком государственных ценных бумаг.

Опыт зарубежных стран показывает, что активные операции на открытом рынке с целью регулирования ликвидности коммерческих банков невозможны при отсутствии у коммерческих банков заинтересованности в приобретении государственных ценных бумаг. Для формирования

этой заинтересованности уровень дохода по ним не должен быть ниже дохода по основным активным операциям.

В научных трудах известных ученых-экономистов часто встречается мнение о том, что не менее важным инструментом денежно — кредитной политики является валютная политика. В рамках валютной политики Центральные банки выполняют три вида валютных операций:

- валютная интервенция;
- обслуживание внешнего долга Правительства;
- управление официальными золотовалютными резервами.

Согласно Комплексу мер по дальнейшему совершенствованию денежно-кредитной политики в период 2017—2021 годы и поэтапному переходу к режиму инфляционного таргетирования, на Центральный банк возложены следующие задачи:

- принять меры по повышению действенности инструментов денежно-кредитной политики для поддержания стабильности цен с внедрением современных видов, механизмов и способов предоставления и изъятия ликвидности;
- ввести на системной основе учета и анализа платежного баланса Республики Узбекистан в соответствии с методологией Международного валютного фонда;
- широкое использование инновационных технологий для повышения эффективности системы сбора и анализа данных в банковской системе;
- осуществлять действенный надзор за выполнением банками экономических нормативов, в том числе по достаточности капитала, ликвидности, установленных в рамках требований международных принципов банковского надзора [7].

Согласно официальной информации Центрального банка Республики Узбекистан «в 2018 году были внесены

изменения в нормы обязательных резервов коммерческих банков с целью внедрения эффективных механизмов денежно-кредитной политики, с возможностью влияния на стоимость финансовых ресурсов путём активного применения процентных инструментов. В частности, внесение изменений в нормы обязательных резервов и депонирования осуществлялось в два этапа. С 1 июня 2018 года определено, что формирование обязательных резервов коммерческими банками, исходя из вида валюты обязательств и депозитов, осуществляется в равной степени в национальной и иностранной валюте. Вместе с тем, в базу обязательных резервов были включены депозиты физических лиц, а также установлен коэффициент усреднения по отношению к объёмам обязательных резервов. Также пересмотрены нормы обязательных резервов по срокам депозитов, дифференцированы нормы резервов по депозитам со сроком от 1 года до 2 лет, от 2 лет и выше, и других обязательств в зависимости от вида валюты. В результате снижение доли совокупных обязательных резервов в иностранной валюте в мае отчётного года снизилось с 96 до 47 процентов, привлекло в обязательные резервы дополнительную ликвидность в размере 2 трлн. сум. С 1 октября 2018 года осуществлен второй этап совершенствования инструмента обязательного резервирования. На данном этапе внедрен порядок формирования обязательных резервов только в национальной валюте, унифицированы нормы резервов по депозитам юридических и физических лиц, также снижены нормы обязательных резервов по депозитам в национальной валюте и повышены по депозитам в иностранной валюте. В результате за период с июня по декабрь 2018 года доля обязательных резервов по долгосрочным депозитам свыше одного года в иностранной валюте в общем объёме обязательных резервов увеличилась с 4,2 до 11,7 процентов» [8].

Таблица 1. Годовой уровень инфляции, ставка рефинансирования, ставки обязательных резервов Центрального банка и средняя процентная ставка сумовых кредитов коммерческих банков в Узбекистане [9] в процентах

Показатели	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2018 г.
Инфляция	6,1	5,6	5,7	14,4	14,3
Ставка рефинансирования Центрального банка	10,0	9,0	9,0	14,0	16,0
Ставки обязательных резервов Центрального банка:					
— по депозитам коммерческих банков в национальной валюте	12,5	12,5	12,5	12,5	4
— по депозитам коммерческих банков в иностранной валюте	12,5	12,5	12,5	12,5	14
Средняя процентная ставка кредитов коммерческих банков в национальной валюте	12,5	11,4	11,5	18,5	20,5

Как видно из приведенных данных таблицы 1, в 2017 году уровень инфляции резко повысился по сравнению с предыдущими годами. Это привело к повышению ставки рефинансирования Центрального банка. В свою очередь,

повышение ставки рефинансирования Центрального банка способствовало повышению процентных ставок кредитов коммерческих банков, предоставленных в национальной валюте.

Из таблицы 1 видно, что в 2014–2018 годах существовали унифицированные ставки обязательных резервов Центрального банка для депозитов коммерческих банков в национальной валюте и в иностранной валюте. С 1 октября 2018 года были унифицированы нормы резервов по депозитам юридических и физических лиц, также снижены нормы обязательных резервов по депозитам в национальной валюте и повышены по депозитам в иностранной валюте.

Необходимо отметить, что Центральным банком Республики Узбекистан с 10 ноября 2018 года введены следующие новые виды операций по предоставлению ликвидности коммерческим банкам:

- краткосрочные кредиты рефинансирования под залог иностранной валюты на аукционной основе;
- аукционные операции по размещению государственных ценных бумаг;
- операции по привлечению средств коммерческих банков на краткосрочные депозиты Центрального банка на аукционной основе и по фиксированной процентной ставке.

На наш взгляд, для совершенствования практики использования инструментов денежно-кредитной политики

Центрального банка Узбекистана необходимо принять следующие меры:

1. Для совершенствования политики рефинансирования Центрального банка необходимо:
 - внедрить первичные кредиты Центрального банка, которые должны предоставляться по дисконтной ставке;
 - создать специальный резервный фонд, позволяющий устранить опасность резкого повышения процентных ставок кредитов в результате повышения спроса на кредитные ресурсы;
 - обеспечить бесперебойность функционирования достаточно ликвидного национального рынка ссудных капиталов.
2. Для совершенствования политики открытого рынка Центрального банка необходимо:
 - увеличить объем операций на открытых рынках Центрального банка за счет ценных бумаг Правительства и Центрального банка, а также, за счёт корпоративных облигаций;
 - обеспечить контроль Центрального банка над изменением процентных ставок через аукционы РЕПО.

Литература:

1. Указ Президента Республики Узбекистан от 7 февраля 2017 года за № УП-4947 «Стратегия действий по пяти приоритетным направлениям развития Республики Узбекистан в 2017–2021 годах». www.lex.uz — Национальная база данных законодательства Республики Узбекистан.
2. Юровицкий, В. Эволюция денег: денежное обращение в эпоху изменений. М.: ГроссМедиа, 2005. — с. 96.
3. Фридмен, М. Если бы деньги заговорили... Пер. с англ. — М.: Дело, 1999. — с. 132–134.
4. Мишкин, Ф. Экономическая теория денег, банковского дела и финансовых рынков. Пер. с англ. — М.: ООО «И. Д. Вильямс», 2014. — с. 483.
5. McCallum, B. T. Robustness Properties of a Rule for Monetary Policy. — *Carnegie-Rochester Conference Series on Public Policy* 29, 1988. — P. 173–203.
6. Исмаилов, А. А. Совершенствование теоретико-методологических основ укрепления денежной системы Республики Узбекистан. Автореф. дисс. на соиск. уч. ст. д. э. н. — Ташкент, 2016. — с. 47.
7. Указ Президента Республики Узбекистан от 9 января 2018 года за № УП-5296 «О мерах по коренному совершенствованию деятельности центрального банка Республики Узбекистан». www.lex.uz.
8. Отчет Центрального банка Республики Узбекистан за 2018 год (С. 59–60). www.sbu.uz (Центральный банк Республики Узбекистан).
9. Денежно-кредитная политика. www.sbu.uz (Центральный банк Республики Узбекистан).

Предложение по оптимизации финансовых результатов предприятия за счет нового вида услуг

Юн Виктория Альбертовна, студент магистратуры
Дальневосточный государственный университет путей сообщения (г. Хабаровск)

В предложенной статье проводится анализ финансовых результатов деятельности предприятия и улучшению его финансового состояния, на примере ООО «Стратегия». Изучены такие вопросы: что такое финансовый результат предприятия, внедрение нового вида услуг на предприятии для повышения финансовых результатов, динамика финансовых результатов после внедрения новой услуги, динамика показателей рентабельности предприятия после внедрения мероприятия.

Ключевые слова: рентабельность, финансовый результат, проблемы, перспективы, методика анализа, прибыль, себестоимость.

Каждая организация в рыночной экономике работает ради прибыли. Это основная цель и показатель эффективности использования имеющихся у компании ресурсов. Любой субъект предпринимательской деятельности стремится повысить свою прибыльность. Иногда один фактор может значительно повысить рентабельность, но для большинства предприятий повышение рентабельности означает постепенное внедрение ряда небольших улучшений.

Есть четыре ключевые области, которые могут помочь повысить прибыльность. Это увеличение оборота, сокращение издержек, повышение производительности и повышение эффективности.

Для того чтобы увеличить оборот и генерировать больше продаж при одновременном сокращении расходов ООО «Стратегия» рекомендуется применить предложения новых услуг, которые дополняют текущие предложения предприятия.

В свою очередь, тщательное управление затратами снизит расходы предприятия и может повысить прибыльность ООО «Стратегия». Таким образом, мероприятие, которое позволит повысить прибыль и рентабельность деятельности ООО «Стратегия», будет заключаться в обосновании возможности получения дополнительной прибыли за счет сдачи в аренду специальной строительной техники.

Сдача в аренду спецтехники является одним из самых перспективных и выгодных источников дохода, по сравнению с продажей имущества. ООО «Стратегия» уже располагает определенным фондом техники, а другим предприятиям на постоянной основе тяжелая техника и привлечение дополнительного персонала не нужны, обеим сторонам покупать спецтехнику и привлекать заемные средства не нужно. То есть потребители услуги по аренде техники, которые нуждаются в таком обслуживании, и заключают договор аренды с ООО «Стратегия». Потребителями услуги могут выступать предприятия, организации, муниципальные, частные лица — организационно-правовая форма этому не препятствует, положительным фактором является сотрудничество с крупными фирмами.

Аренда спецтехники представляет собой предоставление технически исправной, готовой к работе техники с количеством топлива, необходимым для выполнения работ. Все плановые технические обслуживания, и если нужен ремонт, проводятся в нерабочее для заказчика время. Арендная строительная техника комплектуется необходимой инвентарной стандартной оснасткой.

Строительная фирма «Стратегия» может сдавать в аренду следующие виды техники:

- экскаватор-погрузчик;
- самосвал;
- автокран.

Каждый вид техники предоставлен в количестве одной единицы. Наличие различных видов техники поможет занять конкурентоспособное положение на рынке услуг, так как большинство арендаторов предпочитают обращаться к одному подрядчику для разных видов работ.

Аренда автокрана: услуги автокрана необходимы при погрузочно-разгрузочных работах, в процессе возведения или ремонта зданий и сооружений промышленного и гражданского назначения, на рассредоточенных объектах, в строительстве жилых домов, мостов, прокладывании нефте- и газопроводов. При монтаже или демонтаже крупноблочного оборудования также используются услуги автокрана. Незаменимы услуги автокрана в условиях скученности и стесненности объектов в крупных городах, на тесных стройплощадках, в труднодоступных местах — благодаря маневренности и небольших габаритах данного вида техники работы выполняются проще и быстрее.

Как видно, сдаваемая в аренду техника универсальна в использовании, что является главной особенностью. В отличие от узкоспециализированной техники — для универсальной техники потенциальных клиентов больше и востребована в любой сезон, как раз строительная отрасль носит сезонный характер. В ООО «Стратегия» располагает кадрами с опытом работы для предоставления услуги:

- водители широкого профиля;
- операторы;
- менеджер по работе с клиентами.

В рамках предложенного мероприятия по сдаче в аренду техники предполагаются:

- расходы на проведение рекламной кампании;
- поиск арендаторов;
- оформление арендных договоров;
- расходы на топливо, ГСМ, запчасти, ТО и ремонт техники.

Стоимость смены каждой единицы техники равна 15 тысяч рублей. Рабочая смена равна 8 часам. При заключении договора аренды специализированной техники помимо цены договора и порядка расчетов указываются права и обязанности сторон, ответственность сторон, условия и сроки оказания услуг, срок действия договора, адреса и банковские реквизиты сторон, их подписи, заверенные печатями.

С учетом затрат на топливо за 8-часовую смену в денежном эквиваленте расходы составят 1390 рублей. Помимо расходов на топливо, необходимо учесть затраты на ГСМ, которые составляют 140 рублей за ра-

бочую смену. Зарплата водителям: в день единица техники может составлять 2 тысячи рублей. Таким образом, сдача в аренду техники сможет приносить за смену до 11470 рублей прибыли на одну единицу техники и до 34410 рублей при сдаче всех трех единиц техники. Расходы на проведение рекламной кампании ООО «Стратегия» не понесет, так как можно дать бесплатные объявления в газетах, на интернет-сайтах, в том числе на сайте компании, отправить сообщения постоянным клиентам.

Существенный рост экономики обусловлен развитием строительной отрасли — развивается сфера техники специального назначения. При этом спрос на услуги аренды техники растет с каждым годом в среднем на 12%. Это подтверждает необходимость рассмотрения возможности ее внедрения. В год каждая единица техники может отработать 80 смен или 640 часов.

Доходы за сдачу в аренду техники представлены в таблице 1.

Таблица 1. Доходы за сдачу в аренду специализированной техники

Наименование техники	Доходы за 1 смену, тыс. руб.	Количество смен в году	Доходы от аренды за год, тыс. руб.
1. Экскаватор-погрузчик	15	80	1200
2. Самосвал	15	80	1200
3. Автокран	15	80	1200
Итого	-	-	3600

Расходы, которые понесет ООО «Стратегия» при сдаче техники в аренду, представлены в таблице 2.

Таблица 2. Расходы на сдачу в аренду специализированной техники

Наименование затрат	Расходы за 1 смену, тыс. руб.	Количество смен в году	Расходы от аренды за год, тыс. руб.
1. Топливо	1,390	80	111,2
2. ГСМ	0,140	80	11,2
3. Зарплата водителям	2,0	80	160,0
Итого	-	-	282,4

За год предоставленной услуги по аренде максимальная прибыль может составить:

$$3600 \text{ тыс. руб.} - 282,4 \text{ тыс. руб.} = 3317,6 \text{ тыс. руб.}$$

Прочие доходы компании увеличатся на 3600 тысяч рублей, а прочие расходы на 282,4 тысячи рублей.

Таблица 3. Анализ прогнозных финансовых результатов деятельности ООО «Стратегия» после проведения данного мероприятия

Показатели	Сумма, тыс. руб.		Отклонения	
	2018	Прогноз	±	%
Выручка	216414	216414	0	100,00
Себестоимость	187672	187672	0	100,00
Валовая прибыль	28742	28742	0	100,00
Управленческие расходы	7553	7553	0	100,00
Прибыль от продаж	21189	21189	0	100,00

Проценты к уплате	4293	4293	0	100,00
Прочие доходы	15118	18436	3318	121,94
Прочие расходы	20162	20162	0	100,00
Прибыль до налогообложения	11852	15170	3318	127,99
Текущий налог на прибыль,	6978	4972	-2006	71,25
в том числе постоянные налоговые обязательства (активы)	1661	0	-1661	0,00
Изменение отложенных налоговых обязательств	440	440	0	100,00
Изменение отложенных налоговых активов	816	816	0	100,00
Прочее	1266	1266	0	100,00
Чистая прибыль	2352	7676	5324	326,36

По таблице 3 видно, что показатели доходности ООО «Стратегия» в прогнозном периоде повышаются, положительную динамику задают предложенные мероприятия, которые оказали воздействие на рост финансовых результатов деятельности организации:

- рентабельность активов выросла на 3,18 %;
- рентабельность собственного капитала увеличилась на 13,94 %;
- рентабельность текущих затрат увеличилась на 0,19 %;
- рентабельность продаж выросла на 0,16 %;
- рентабельность инвестированного капитала выросла на 13,77 %.

Улучшение относительных показателей доходности говорят об активном использовании активов и капитала предприятия и что на каждый вложенный 1 рубль ООО «Стратегия» получает больше прибыли.

После проведения анализа финансов результатов по внедрению мероприятий по повышению финансовых результатов увеличиваются прочие доходы за счет сдачи в аренду специализированной техники на 3 318 тысяч рублей (или на 21,9 %), это оказало влияние на увеличение налогооблагаемой прибыли, ее рост составил 4 723 тысячи рублей.

На увеличение показателей финансовых результатов оказали и пути по снижению прочих и управленческих расходов. Чистая прибыль после предложенных мероприятий выросла с 2 352 тысяч рублей до 9 391 тысячи рублей.

Таким образом, мероприятия оказывают положительное воздействие на абсолютные и относительные показатели финансовых результатов деятельности ООО «Стратегия» и могут считаться эффективными.

МАРКЕТИНГ, РЕКЛАМА И PR

Необходимость правового регулирования этики в рекламе

Атькова Кристина Станиславовна, студент
Новосибирский государственный университет экономики и управления

Реклама, являясь масштабным медиаинструментом современности, остро нуждается в регулировании с помощью правовых норм ее этической составляющей, поскольку она — мощный фактор социализации детей и молодежи, а поведение рекламных персонажей зачастую служит образцом поведения впечатлительных и внушаемых людей. Роль права в регулировании этики в рекламе должна быть существенной, поскольку правоприменитель сталкивается с определенными трудностями, когда речь идет о моральных и этических аспектах.

Ключевые слова: реклама, этика, правовое регулирование, этические нормы.

Реклама в современном мире играет значительную роль в культуре и формировании культурных ценностей во всех слоях населения. При этом, учитывая, что влиянию рекламы подвержены граждане всех возрастов и социальных положений, такая реклама должна подчиняться определенным нормам, в том числе этическим. В настоящее время, как никогда явствует необходимость в правовом регулировании этичности рекламы, поскольку рекламная информация оказывает непосредственное воздействие на поведение и духовные ценности людей. Отсутствие же правового регулирования этичности в рекламе может стать насущной проблемой в рамках целого социума, в то время как саморегулирование в данной сфере не оказывает должного влияния, необходимость вмешательства государства очевидна.

Активная деятельность компании и ее сотрудников для увеличения количества продаж, в том числе увеличения потребительского спроса, в большинстве случаев ставит вопрос о моральной или этической приемлемости такой рекламы на второй план, выставляя на первый план цель — влияние на клиента таким образом, чтобы он при покупке выбрал именно рекламируемый продукт.

Для достижения данного эффекта, маркетологи идут на многие ухищрения, в обход всех правил этики — выдвигают в абсолют материальные блага, поселяя в человека мысль, что именно в них заключен смысл жизни, в то время как следование духовным ценностям и идеалам — пустая трата времени; используют явный сексуальный подтекст рекламных посылов; игнорируют образовательные и социальные потребности отдельных категорий общества (например, самых маленьких, пожилых людей, бедных и т. д.), которые не представляют демографиче-

ского интереса (ввиду возраста, уровня образования, малого дохода, и т. д.) и не входящих в спектр аудитории, на которую рассчитана конкретная реклама.

Моральная ответственность рекламодателя — это субъективный вопрос, в то время как реклама, в которой отсутствует моральная ценность, не всегда является неправомерной, нарушающей закон или чьи-либо чувства.

В действовавшем до 1 июля 2006 года Федеральном законе от 18 июля 1995 года «О рекламе», неэтичная реклама была обозначена на законодательном уровне, и таковой являлась:

1) реклама, которая содержала текстовую, зрительную, звуковую информацию, нарушающую общепринятые нормы гуманности и морали путем употребления оскорбительных слов, сравнений, образов в отношении расы, национальности, профессии, социальной категории, возрастной группы, пола, языка, религиозных, философских, политических и иных убеждений физических лиц;

2) порочащая объекты искусства, составляющие национальное или мировое культурное достояние;

3) порочащая государственные символы (флаги, гербы, гимны), национальную валюту Российской Федерации или иного государства, религиозные символы;

4) порочащая какое-либо физическое или юридическое лицо, какую-либо деятельность, профессию или товар.

В действующем на сегодняшний день Федеральном законе такое понятие, как неэтичная реклама отсутствует, поскольку законодатель посчитал целесообразным отказаться от этого понятия, указав в законе новые понятия: недостоверная и недобросовестная реклама.

В то же время, Федеральная антимонопольная служба в своем письме от 29 апреля 2013 года № АД/17355/13 «О порядке применения части 6 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» закрепила, что «...в рекламе не допускается использование бранных слов, непристойных и оскорбительных образов, сравнений и выражений, в том числе в отношении пола, расы, национальности, профессии, социальной категории, возраста, языка человека и гражданина, официальных государственных символов (флагов, гербов, гимнов), религиозных символов, объектов культурного наследия (памятников истории и культуры) народов Российской Федерации, а также объектов культурного наследия, включенных в Список всемирного наследия», что также де-факто является правовым регулированием этики в рекламе.

Вместе с тем, даже приведенных Федеральной антимонопольной службы данных о рекламе может быть недостаточно для оценки рекламы с точки зрения её приемлемости для этических чувств человека.

Литература:

1. Федеральный закон от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе»: [ред. от 02.08.2019] // «Собрание законодательства РФ», — 2006, № 12, — Ст. 1232.
2. Письмо Федеральной антимонопольной службы от 29 апреля 2013 г. № АД/17355/13 «О разъяснении части 6 статьи 5 Федерального закона от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе».
3. Еремин, В. Н. Маркетинг: основы и маркетинг информации: Учебник / В. Н. Еремин. М.: КНОРУС, 2016. 648 с.
4. Кулешова, И. Ю. Некоторые аспекты административно-правового регулирования противодействия ненадлежащей рекламе / И. Ю. Кулешова // Административное и муниципальное право. 2017. N 2. с. 11–22.
5. Лихобабин, М. Ю. Оценка этической корректности рекламы как важнейшей формы социальной коммуникации / М. Ю. Лихобабин // Теория и практика коммуникации: Сб. науч. тр. Вестник Российской коммуникативной ассоциации. Вып. 2 / Под общ. ред. И. Н. Розиной. Ростов н/Д: ИУБиП, 2014. с. 97–100.
6. Павлова, В. С. Актуальные проблемы федерального и регионального нормативно-правового регулирования российской социальной рекламы // Государственная власть и местное самоуправление. 2017. N 4. с. 55–59.

Реклама должна оцениваться в совокупности со всеми обстоятельствами — размещения, времени показа, участвующих лиц и т. д.

Например, расположение рекламного щита с политической рекламой и слоганом «Спасибо за поддержку» в близости с кладбищем, реклама средств контрацепции около школы или детского садика, и т. д., может влечь её признание неэтичной.

Таким образом, приходим к выводу, что реклама, являясь заметным социальным и культурным феноменом, влияет на привычки людей, их вкусы и предпочтения. Такая роль рекламы свидетельствует о необходимости пристального внимания законодателя, для создания некоторых нормативно-правовых правил, позволяющих четко и ясно регулировать такой аспект рекламы как её этичность, что позволит людям быть уверенными, что реклама является правдивой, уважающей достоинство и личность человека и гражданина, а рекламодатель будет нести как социальную ответственность, так и персональную.

Тенденции развития интегрированных маркетинговых коммуникаций

Макушева Ольга Николаевна, кандидат экономических наук, доцент;

Зинина Екатерина Борисовна, студент

Московский государственный институт культуры

В настоящее время в экономике возросла значимость маркетинга, а также интерес к креативным технологиям в рекламе. Эффективные коммуникации с потребителями стали основой успеха любой современной компании: от мелких розничных торговцев до крупных товаропроизводителей.

В середине и конце 1980-х в маркетинговой среде происходили глубокие изменения, что сказывалось на маркетинговых коммуникациях. Распространение средств массовой информации, фрагментация аудитории, глобализация рынков, появление новых коммуникационных технологий, широкое использование баз данных означало,

что старые методы и практики, используемые в массовом маркетинге, больше не актуальны. Возникла потребность в концепции, которая бы отражала комплексный подход к процессам управления маркетинговой деятельностью с позиции ориентации на нужды и потребностей покупателей и совершенствования качества потребительских характеристик товаров и услуг. Основу данной концепции составила интеграция товарной ориентации с изучением поведения покупателей в условиях функционирования рынка покупателя [5, с. 223].

Хотя уже в 90-х годах 20 столетия интегрированные маркетинговые коммуникации стали хорошо известным

подходом, применяемым в международных масштабах, в литературе нет абсолютного согласия относительно значения понятия «интеграция» в понятии «интегрированные маркетинговые коммуникации».

По мнению Ф. Котлера интегрированные маркетинговые коммуникации — концепция, согласно которой компании тщательно планируют и координируют работу своих многочисленных каналов коммуникации — рекламы в СМИ, личных продажах, стимулировании сбыта, прямого маркетинга, упаковок товара и других — с целью выработки наиболее четкого, последовательного и убедительного представления о компании и ее продукции [4, с. 43]. С точки зрения основоположника теории интегрированных маркетинговых коммуникаций Пола Смита интегрированные маркетинговые коммуникации представляют собой взаимодействие всех форм комплекса коммуникаций, при котором каждая форма коммуникаций должна быть интегрирована с остальными инструментами маркетинга и подкреплена ими же для достижения максимальной эффективности [4, с. 45].

Интегрированные маркетинговые коммуникации включают в себя как внешние (наружные вывески, плакаты, билборды, световые табло, внешние витрины), так и внутренние средства (оформление торгового зала, дизайн помещения, отношение персонала, общая атмосфера, звуки, запахи и пр.).

Концепция интегрированных маркетинговых коммуникаций подразумевает совместное использование всех маркетинговых каналов так, чтобы они обеспечивали распространение послания, способствующего достижению целей организации [2, с. 270].

Существует несколько направлений интегрированных коммуникаций.

Первый вид — функциональная интеграция, характеризующая способность различных инструментов продвижения дополнять друг друга и предоставлять единое, связанное сообщение. Реклама, PR, персональные продажи, стимулирование сбыта, личные продажи, прямой маркетинг имеют свои особенности и по мере того, как потребители приближаются к покупке, могут использоваться по очереди или в комплексе.

Второй вид — интеграция сообщений, ключевой задачей интегрированных коммуникаций в этом случае является обеспечение согласованности исполнения внутри и между различными типами коммуникаций. Все, что связано с кампанией интегрированных маркетинговых коммуникаций, должно выглядеть одинаково, независимо от среды или инструмента и каждый элемент продвижения, от рекламы до прямой почтовой рассылки, сопутствующих материалов, упаковки, плакатов, корпоративных транспортных средств, визитных карточек и канцелярских принадлежностей, должен быть узнаваем как часть одного и того же бренда.

Третий — медиа интеграция. Планирование медиакоммуникаций напрямую связано с координацией различных медийных каналов для оптимизации эффективности программ маркетинговых коммуникаций.

Интеграция времени относится к таймингу сообщений. Рекламные сообщения должны поддерживать друг друга, достигая потенциальных клиентов в различные моменты времени, в зависимости от того, когда клиенты наиболее восприимчивы к разным типам сообщений или в зависимости от готовности потребителя покупать [1, с. 113].

Понятие интегрированные маркетинговые коммуникации включает в себя различные методы технического, организационного, информационного и экономического характера, обеспечивающие эффективность коммуникаций в различных сферах и областях деятельности организации.

Но на пути применения интегрированных маркетинговых коммуникаций могут возникать некоторые барьеры: отсутствие поддержки со стороны высшего руководства или понимания эффективности концепции со стороны клиента; узкая специализация организации; внутренние конфликты в организации.

Стратегия интегрированных маркетинговых коммуникаций обязательно учитывает и поощряет необходимость получения и обратной связи от каждого из участников коммуникационного процесса компании. Интегрированные маркетинговые коммуникации увеличивают эффективность коммуникативной функции маркетинга за счет объединения всех направлений продвижения товара или услуги. Различные компоненты коммуникационного комплекса используются так, чтобы преимущества одного компенсировали недостатки другого. Кроме того, вводится единое финансирование; появляется единый центр управления кампанией по продвижению продукта или услуги; вводится единое планирование кампании. Все это позволяет сконцентрировать усилия по реализации интегрированного подхода. Стремительно меняющийся рынок, постоянное появление новых прогрессивных технологий, активизация программных продуктов в бизнесе, а также более требовательные потребители способствуют поддержанию качественных показателей маркетинговой деятельности.

В настоящее время совершенно новые возможности по применению интегрированных маркетинговых коммуникаций предоставляет всемирная сеть Интернет. Если в традиционных каналах коммуникация происходит обезличено, то современные технологии интернет позволяют персонализировать сообщение, отслеживать этапы коммуникации с конкретным потребителем и применять динамическое ценообразование.

Интегрированные маркетинговые коммуникации имеют большое значение в деятельности любого предприятия и организации и направлены на обеспечение наиболее эффективного взаимодействия между потребителем и продавцом, поскольку способствуют выявлению и контролю динамики потребительских предпочтений. Современная концепция интегрированного маркетинга является комплексом маркетинга, инновационной политики, поведенческой концепции, применяемым в целях максимального удовлетворения запросов потребителей и получения прибыли [3, с. 180].

Литература:

1. Интегрированные маркетинговые коммуникации: учебник и практикум для академического бакалавриата / Е. Н. Голубкова. — М.: Юрайт, 2015. — 344 с.
2. Макушева, О. Н., Зернов П. Д. Интегрированные маркетинговые коммуникации как концепция продвижения продуктов и услуг компании // Молодой ученый. — 2019. — № 20. — с. 269–271.
3. Питер Дж. Розенвальд Маркетинг, приносящий прибыль. — М.: ГроссМедиа, 2008. — 384 с.
4. Стэн Рэпп, Томас Л. Коллинз. Новый максимаркетинг. — Челябинск: Урал LTD, 1997. — 535 с.
5. Уэллс, У., Бернет Д., Мориарти С. Реклама: принципы и практика. Пер. с англ. — СПб.: Питер, 2001. — 797 с.

Диверсификация продвижения товаров и услуг на предприятии «Техносоюз»

Пономарев Сергей Викторович, кандидат экономических наук, доцент;
 Патрин Павел Артурович, студент магистратуры
 Дальневосточный государственный университет путей сообщения (г. Хабаровск)

Для реализации поставленных задач необходимо разработать политику продвижения ООО «Техносоюз». С учётом располагаемых финансовых средств и трендов рекламного продвижения организаций, из которых одним из наиболее эффективных на данный момент является в сети Интернет, наиболее оптимальным видится реализация программы продвижения в социальных сетях.

На основании исследования внутренней среды ООО «Техносоюз» было выявлено, что у компании нет отдельно существующего структурного подразделения, которым бы решались задачи маркетинга и рекламы в частности. Это означает, что для внедрения политики продвижения в социальных сетях необходимо ввести дополнительную штатную единицу SMM-специалиста.

Схема предлагаемой организационной структуры указана на рисунке 1.



Рис. 1. Предлагаемая организационная структура ООО «Техносоюз»

Согласно рисунку 1, SMM-специалист должен иметь возможность взаимодействия с отделом продаж и менеджером по персоналу. Взаимодействие с отделом продаж необходимо для получения оперативной информации о достижении поставленных задач по объёмам продаж, числу обращений к специалистам, что позволит корректировать при необходимости стратегию продвижения.

Таким образом, обязанности SMM-специалиста в ООО «Техносоюз»:

- создание сообществ и аккаунтов в требуемых для продвижения социальных сетях;
- разработка общей стратегии SMM-продвижения;
- ежедневное (кроме субботы и воскресенья) наполнение сообществ и публичных страниц контентом, отвечающим поставленным целям и задачам;

— интеграция SMM-продвижения в общую маркетинговую деятельность компании;

— ежедневная модерация (не менее 2 раз в течение рабочего дня) содержимого страниц сообществ и иных публичных аккаунтов компании, под которой подразумевается удаление спам-сообщений, агрессивных высказываний пользователей, направленных на других участников сообщества, троллинг-высказываний, а также иных сообщений, разжигающих межнациональную, расовую рознь либо по гендерному и иным признакам;

— создание и продвижение мероприятий внутри сообществ и на публичных страницах компании (конкурсы, флешмобы);

— помощь участникам сообществ в консультировании относительно предоставляемых услуг и переадресация их в отдел продаж, если проблема является нестандартной либо требует глубокого понимания вопроса;

— привлечение в сообщества либо на страницу публичного аккаунта новых участников, отвечающих портрету целевой аудитории;

— повышение активности в сообществах и на публичных страницах;

— разработка и оптимизация бюджета продвижения в социальных сетях и на публичных страницах.

SMM-специалист оптимально должен быть выбран из числа существующих сотрудников отдела продаж, работающих в ООО «Техносоюз» на протяжении длительного срока (не менее двух лет), чтобы достаточно хорошо разбираться в нюансах реализуемого продукта, а также обладать навыками владения компьютером на уровне выше среднего пользователя. Приглашение стороннего специалиста не представляется возможным в силу специфики реализуемого продукта, а также недостаточной развитости данного сегмента на рынке кадров Хабаровского края. Преимуществом для человека, вступившего на данную должность, будет являться свободный график посещения офиса при выполнении своих должностных обязанностей, соблюдении календарного плана необходимых мероприятий, и удалённая работа из дома.

Литература:

1. Алексеев, Т. В. Теоретико-методологические аспекты исследования категории Интернет-маркетинг // Транспортный бизнес в России. — № 3, 2016 г. — с. 55–56
2. Амблер, Т. Практический маркетинг / Т. Амблер; перевод с англ. Ю. Н. Каптуревского. — СПб: Питер, 2017 г. — 400 с.
3. Багиев, Г.Л., Тарасевич В. М. Маркетинг: учебник для вузов. 3-е изд. — СПб.: Питер, 2016. — 576 с.
4. Барамыко, Л. В. Товарная политика и различные инструменты маркетинговых коммуникаций // Актуальные вопросы экономических наук, — № 35, 2018 г. — с. 35–40

На основании полевых исследований было выявлено, что аудитория социальных сетей, являющихся потенциальными клиентами по продаже автозапчастей на отечественные автомобили, достаточно разнообразна как по возрастным критериям, так и по их интересам и потребностям. В общем их можно представить как лиц мужского или женского пола от 18 до 55 лет, интересующихся автозапчастями в силу профессиональной, образовательной или предпринимательской деятельности.

На основании исследования, наиболее перспективной площадкой для реализации SMM-продвижения является социальная сеть «ВКонтакте», поскольку она одна из наиболее посещаемых социальных сетей в России и обладает широкими возможностями как для реализации программы продвижения, так и для отслеживания результатов реализуемых мероприятий. Помимо этого, данная социальная сеть обладает инструментарием для повышения таргетированности рекламных обращений для продвижения сообществ в ней, что делает возможным выделение требуемой целевой аудитории.

Несмотря на результаты исследования, не видится возможным использование для продвижения ООО «Техносоюз» таких социальных сетей как «Одноклассники» и «Мой мир@mail.ru», по причине недостаточного развития функционала для ведения тематических сообществ, а также специфики аудитории, являющейся пользователями данных социальных сетей.

Instagram, являющийся по результатам исследования вторым по популярности среди социальных сетей, также не подходит для реализации политики продвижения в силу специфики реализуемого ООО «Техносоюз» продукта.

При осуществлении активной деятельности на всех трёх выше указанных площадках, наибольший упор видится необходимым делать на продвижении в социальной сети «ВКонтакте» как предлагающей наибольший арсенал инструментов, а также являющейся наиболее предпочтительной для русскоязычных пользователей социальных сетей, обладающих высокой заинтересованностью в товарах и услугах автозапчастей.

Применение PR-технологий для решения социальных проблем

Прокина Полина Андреевна, студент;
Бударина Ольга Алексеевна, кандидат политических наук, профессор
Московский государственный институт культуры

PR-кампания — это комплекс мероприятий, которые предполагают использование PR-инструментов для достижения поставленной цели. PR-кампании имеют важное общественное значение как способ решения важных для общества проблем. В статье описана PR-кампания по привлечению внимания к депрессии, как медицинской и социальной проблеме.

Ключевые слова: социальный проект, PR-кампания, PR-проект, PR-инструменты, опасно: депрессия.

Принято считать, что современное общество переполнено проблемами социального характера. К их числу можно отнести вопросы экологии, бедности, безработицы, здоровья и многие другие. Это сложные проблемы, которые требуют комплексного подхода со стороны властных структур, общественных институтов и, конечно, самих людей. Велика роль связей с общественностью в том, чтобы увидеть проблему, объединить вокруг нее единомышленников, привлечь внимание государства и общества, предложить пути решения. Ведь формирование общественного мнения меняет ценности, приоритеты, стирает границы не только между отдельными личностями, но и между целыми странами, объединяя людей. Проектная PR-деятельность сегодня очень востребована.

Основа успешной реализации социальных проектов — это их продвижение в среде заинтересованных сторон, а также привлечение к ним широкого внимания общественности. Это может быть обеспечено через проведение PR-кампании, успешность которой целиком и полностью зависит от мастерства PR-специалистов, владеющих PR-технологиями.

В данной статье будут рассмотрены этапы и технологии PR-кампании «Опасно: депрессия!» (авторы проекта — студенты 3 курса, кафедры рекламы и связей с общественности МГИК, Мартынова А. Б., Прокина П. А., Щелконогова Е. А.).

Всемирный день психического здоровья отмечается ежегодно 10 октября. Одной из главных угроз современного общества для людей абсолютно всех возрастов является депрессия. Согласно статистическим данным, от депрессии страдают около 2,5 миллионов россиян. Каждый год эта цифра растет стремительными темпами.

Всемирная организация здравоохранения (ВОЗ) сравнивает депрессию с эпидемией, охватившей все человечество. Среди причин неявки на работу депрессия уже вышла на первое место не только в России, но и по всему миру. Люди, совершающие самоубийства по большей части больны депрессией. Бремя депрессии растет в глобальных масштабах.

Относительно недавно пик депрессии как психического заболевания приходился на возраст между 30–40 годами, но на сегодняшний день депрессия «помолодела» и затрагивает людей в возрасте до 25 лет.

Ниже представлен рис. 1 возрастных групп, которые больше всего подвержены депрессии как психическому расстройству. Из диаграммы видно, что люди абсолютно всех возрастов страдают от психического расстройства, а именно — депрессии. Но далеко не все люди понимают нечто опасное под термином «депрессия». Большинство уверены, что депрессия никаким образом не может повлиять на образ их жизни.

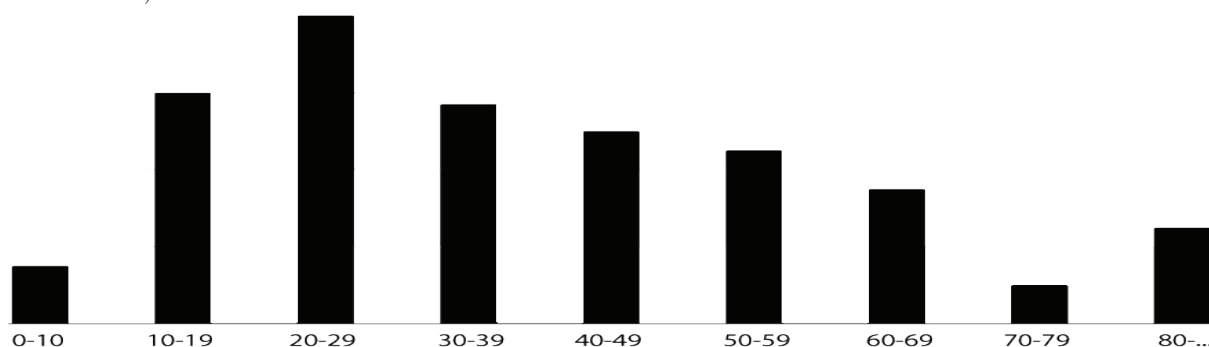


Рис. 1. Возрастные группы людей, которые подвержены депрессии

Актуальность данной социальной проблемы сподвигла авторов к созданию PR-кампании по борьбе с депрессией.

«Опасно: депрессия!» — площадка, где у людей есть возможность узнать о депрессии не как о плохом на-

строении, а как о настоящем психическом расстройстве. Цель проекта — это предупреждение и информирование людей о депрессии как о сильном психическом расстройстве, а также предоставление служб помощи

и доверия для тех, кто оказался один на один с депрессией.

Задачи проекта:

1. определение целевой аудитории;
2. проработка теста со специалистом и его создание на специальной платформе;
3. создание визуального и информационного контента;
4. создание площадок в интернете для размещения контента;
5. проработка информационных партнеров;
6. создание веб-сайта.

124 ответа

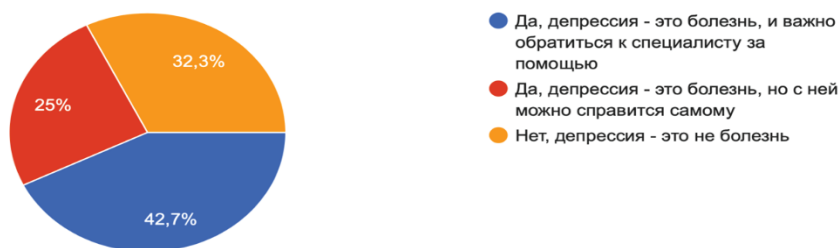


Рис. 2. Соцопрос

Исходя из данных диаграммы можно отметить, что почти половина (42,7 %) опрошиваемых подтвердили, что депрессия — болезнь и справиться с ней самостоятельно нельзя. 25 % респондентов считают, что с заболеванием можно справиться самостоятельно и помощь специалиста не обязательна. Треть опрошенных и вовсе не считают депрессию болезнью. 32,3 % респондентов — целевая аудитория, на которую направлена PR-кампания.

Второй этап кампании заключался в создании страниц в социальных сетях — это ВКонтакте, Instagram, Facebook. Страницы необходимы для размещения визуального и информационного контента. Там люди смогут узнать, что представляет собой депрессия как сильное психическое заболевание, как определить первые симптомы расстройства, а также советы и статьи от специалистов. Что касается визуальной части проекта — видео-контент: «Что происходит с организмом человека во время депрессии?», а также фото-контент: серия плакатов «Оборотная сторона». Данный контент был размещен на страницах в социальных сетях.

Следующий этап — это создание теста на подверженность депрессии. Тестирование проводилось на просторах интернет-площадки и включало в себя 10 коротких вопросов. Помощь в разработке теста и правильной формулировке вопросов оказала психолог Ирина Владимировна Ульянова. Ею были объяснены все процессы в организме, происходящие в период депрессии. После прохождения данного теста респонденту предлагалось ознакомиться с результатом тестирования, а также просмотреть информационный ролик: «Что происходит с организмом во время депрессии?». Также были прикреплены ссылки на

Рассмотрим PR-инструменты PR-кампании «Опасно: депрессия!».

Первый этап реализации проекта включал в себя экспресс-опрос. Среди респондентов проводился социологический опрос: «Считаете ли вы депрессию заболеванием, с которым необходимо обращаться к специалисту?». В экспресс-опросе на добровольной основе приняли участие 124 человека абсолютно разного возраста, пола, социального статуса. Исходя из ответов, была составлена диаграмма.

На рис. 2 представлены результаты экспресс-опроса.

официальные сообщества проекта «Опасно: депрессия!» ВКонтакте (<https://vk.com/public188972322>), Facebook (<https://www.facebook.com/groups/2710617032330984>), Instagram (<https://www.instagram.com/opasnodepressia/?igshid=xb5opzdpq15t>), где можно ознакомиться с подробной информацией о депрессии как о психическом расстройстве и выбрать для себя службу доверия и поддержки.

Веб-сайт (<http://www.opasnodepressia.ru>) проекта был создан с целью информирования. Благодаря сайту больше людей узнает о проекте и о том, что не нужно оставаться с депрессией один на один. Сайт представляет собой одностраничный лендинг с основной информацией о проекте, статистикой, тестированием. Также на сайте представлены информационные партнеры.

Один из важнейших этапов проекта — информационное освещение. Для того, чтобы как можно больше людей узнали о площадке «Опасно: депрессия!», авторы проекта обратились за помощью в размещении материала к издательствам, фондам, форумам, группам в социальных сетях. Общее количество возможных информационных партнеров — 94. На данный момент, на сотрудничество положительно отреагировали 15 из них, 12 ответили, что не заинтересованы в сотрудничестве на бесплатной основе.

Сроки реализации кампании — 7 октября 2019—30 декабря 2019. Сейчас PR-кампания «Опасно: депрессия!» считается реализованной. Просмотры созданного веб-сайта растут с каждым днем и это говорит о том, что людям небезразлична данная проблема. В ходе кампании делалось все возможное для ее реализации. Эта кампания —

некое руководство к действию. Площадка «Опасно: депрессия!» призывает людей быть внимательными к своему психологическому здоровью и здоровью своих близких. Не нужно молчать о плохом настроении, когда есть куда обратиться.

На сегодняшний день существует огромное количество служб помощи и доверия для тех, кто не смог бороться самостоятельно с депрессией. Например, это фонды психологической помощи, которые работают 24 часа в сутки. Это сообщества в социальных сетях, созданные по большей части добровольцами, где можно рассказать о своей проблеме не только от своего лица, но и анонимно и получить в индивидуальном порядке решение изложенной проблемы. PR-кампания по своей

сути — это комплекс мероприятий в области связей с общественностью, которые направлены на достижение определенных результатов, учитывая сроки и ресурсы. Фактический результат — это та составляющая кампании, которая оправдывает ее существование. Считается, что некоммерческие проекты оценить легче, т. к. организаторы проекта берут на себя все расходы и работают в добровольном порядке на бесплатной основе. При создании кампании была поставлена единственная цель — это доведение до сознания людей информации о депрессии не как о просто плохом настроении, а как о сильном психическом расстройстве и предоставления служб помощи и доверия для тех, кто оказался один на один с этим заболеванием.

Литература:

1. Барезhev, В. А., Малькевич А. А. Организация и проведение PR–кампаний / В. А. Барезhev, А. А. Малькевич. — СПб.: Питер, 2010. — 176 с.
2. Бударина, О. А. Суперидея как основа стратегии PR-кампании. // Креатив в коммуникациях: теория и практика: Материалы научно-практической конференции / Науч. ред. О. А. Бударина. — Москва: МГИК, 2017. — 135 с. — с. 62–69.
3. Бударина, О. А. Продвижение в рекламе и связях с общественностью. // Интегрированные маркетинговые коммуникации: научно-теоретические концепции и тенденции развития. Коллективная монография. — М.: МГУКИ, 2013. — 140 с.
4. Филлипс, Д. PR в Интернете / Д. Филлипс. — Пер. с англ. И.Гаврилова. — М.: ФАИР-ПРЕСС, 2004. — 320 с.
5. Фунтов, В. Н. Основы управления проектами в компании, 2-е издание / В. Н. Фунтов. — СПб.: Питер, 2008. — 336 с.
6. <http://www.raso.ru/>
7. <https://cyberleninka.ru>
8. <http://www.akospr.ru/>
9. <https://regnum.ru/news/2498068.html>
10. <http://lossofsoul.com/DEPRESSION/statistic.htm>

МОЛОДОЙ УЧЕНЫЙ КАЗАҚСТАН

Нанотехнология негіздерін оқытудың маңызы

Адалбек Насия, магистранты,

Абай атындағы Қазақ Ұлттық педагогикалық университеті (Алматы қ.)

Бұл мақалада нанотехнологияның маңызы, оның даму бағыттары және қолдану салалары жайлы айтылған. Сонымен қатар, нанотехнологияның міндеттері, нанотехнологияның дамуына үлес қосқан елдер мен нанотехнологияның өнеркәсіпке тигізетін әсері жайлы мәселелер қарастырылған.

Түйінді сөздер: нанотехнология, технология, наноэлектроника, нанокристал, биомеханика, геномика, биоинформатика.

Важность обучения основам нанотехнологий

Адалбек Насия, студент магистратуры

Казахский национальный педагогический университет имени Абая (г. Алматы)

В данной статье рассматриваются важность нанотехнологии, направления ее развития и области применения. А так же, рассматриваются страны, которые внесли свой вклад в развитие нанотехнологий и влияние нанотехнологий на промышленность.

Ключевые слова: нанотехнология, технология, наноэлектроника, нанокристал, биомеханика, геномика, биоинформатика.

ХХ ғасыр соңы мен ХХІ ғасыр басында пәндераралық Х дүниежүзілік ғылым мен техника саласында пайда болған жаңа ғылыми бағыт ол нанотехнология, заттарға түрлі атомдық манипуляция әдісін қолдану барысында оның қасиетін бүтіндей өзгертіп жаңа материалдар алу арқылы, сол кіші бөлшегін терең үйренуге бағытталған.

Жаңа ғылыми бағыт түсінігі екі сөздің құрамынан келіп шығады: жалпыға түсінікті «технология» мен «нано» қосындысы ортасынан пайда болып, ұзындық өлшем бірлігінің кішіреюімен байланысты 10^{-9} (миллиард есе), яғни 1 нанометр = $1\text{ нм} = 10^{-9}\text{ м}$ аралығы $0,1 - 100\text{ нм}$ ұзындықтағы бөлшектерден алатын ақпаратты анықтаумен байланысты. Нанотехнология әдісінде заттардың мөлшері $1 - 100\text{ нм}$ бөлігіндегі кішкентай бөлшектермен ісінеді. Бір нанометр метрдің миллиардтай бөлігі ($1\text{ нм} - 10^{-9}\text{ м}$). Осындай өлшемді заттарды табиғатта кездеспейтін абсолютты жаңа қасиеттер, энергияның, массаның, зарядтың дұрыс таралуына байланысты пайда болады екен деген болжам бар.

Осыған байланысты нано біздің болжамымыз бойынша үш бағытта дамығаны байқалады:

— элементтері бірнеше атомдардан тұратын электронды сызбанұсқалар дайындау;

— молекула көлеміндей наномашина, робот немесе механизм жасау;

— атомдардан және молекулалардан тұтынулық қажеттілікке бұйымдар дайындау. Осындай бағытта наноэлектроникаға, нанобиотехнология, молекулалы электроникаға, наноэлектромеханика, наноэнергетикаға, оптоэлектроникаға жаңа функционалды конструкциялы наноматериалдар, компьютерлі технологияға, экологияға, аэроавтикаға және басқада адамзат өміріне қажетті материалдар алу процесіне арналған [1, 46].

«Нанотехнология» терминін қолданысқа алғаш рет 1974 жылы жапон физигі Норио Танигути енгізген. Нанотехнологиямен айналысатын ғалымдардың бүгінде айқындап алған міндеттеріне:

— біріншіден, атомдарды өз қалауымызша орналастырып, ерекше қасиетке ие материалдар жасау;

— екіншіден, көлемдері белгілі, белсенді атомдар мен молекулалардан тұратын электрондық сызбанұсқалар өндірісін ұйымдастыру;

— үшіншіден, көлемі молекулаға тең механизмдер мен роботтар жасау.

Нанотехнология деген сөзді өзіміздің қазақ тілінде түсіндіретін болсақ, «кішкентай өлшемді технология» дегенді білдіреді. Бұл жерде «нано» сөзі миллиардтың бір бөлшегі деген ұғымды білдіріп, басқа физикалық қасиеттерге ие болады. Міне осы заңдылық арқылы, яғни материяның бір күйден екіншісіне өту кезіндегі өзгерістер арқылы өмірге, бұрын ешкімге белгісіз басқа жаңа технология еніп жатыр [2].

Бүгінгі таңда дүниежүзі бойынша 50 елде нанотехнология әдісімен айналысуда. Нанотехнология әдісіне және оның дамуына дүниежүзі бойынша 2003 жылы 7,5 млрд. американың доллары жұмсалса, 2004 жылы оның көлемі 8,6 млрд. долларға жетті. Бүгінгі күні оның мөлшері триллион доллардан асты. Наноэлектроника саласына 100–150 млрд. доллар 2010 жылы бөлінді. 1980–2004 жылдар аралығында нанотехнология саласынан алынған патенттер саны 88546-ға жетті. Солардың 64 % Америка Құрама Штатына тиесілі.

АҚШ және Жапония нанотехнологияны өркендету үстінде, әсіресе ақпараттық технология мен биология саласында дүниежүзінде көшбасшы рөлін АҚШ иеленсе, микро, яғни, нанотехнологияның басқа саласында Жапония айтарлықтай жетістіктерге жеткен [3].

Жапонияда шығатын нанотехнологиялық өнеркәсіп өнімдері, ақпараттық технологияда, өзінің бәсекелестік қабілеттілігін сақтауда және ғылыми-техникалық стратегиясын өз қалпында ұстауға артықшылықпен ерекше көңіл бөлуде. Кэйдандрон сарапшысының қорытындысына қарағанда, АҚШ және басқа мемлекеттердегі нанотехнологиялық зерттеулермен салыстырғанда, тым ілгері кетті деген болжам айтылған.

Бүгінгі таңда нанотехнологияның дамуы мынандай негіздерге әсерін тигізеді:

— өте төзімді нанокристалды және аморфты материалдар алу;

— отқа төзімді полимерлер негізінде нанокомпозиттер синтездеу;

— наноэлектроникаға, нанопоктоникаға, жартылай өткізгішті транзистерлер, лазерлерге, фотодетекторларға, күн сәулесінен энергия алу элементтеріне, жұқа қабыршақты гетероқұрылымды микроэлектроника компоненттеріне, жұмсақ магнитті және қатты магнитті материалдар алу үшін;

— телекоммуникацияға, ақпараттық және есептеу технологиясына, суперкомпьютер құрылымына, молекулалы электронды сызбанұсқаларға, наномеханика молекулярлы моторлар немесе наномоторлар, нанороботтан нанохимия және катализ, оның ішінде жану процесін зерттеу, зат беттерін бүркелеу, электрохимия нанотүтікті материалдар, әсіресе, мұнай өңдеу өндірісіне, фильтрлер авиацияға, космосқа, жану элементтеріне, электрлі аккумуляторлар және басқа да электр көзін алу үшін, фармацевтиканың дамуына, ағзаға дәрумендерді тасымалдау, биополимерлер, биологиялық талшықтарды қалпына келтіру процесінде, клиникалық және медициналық диагностика әдістерінде, жасанды сүйек тірі органдарды тасымалдау кезінде, биомеханикада, геномикада, биоинформатика салаларында қолданыс табуда [4].

Қорытынды

Нанотехнологиялар мен наноматериалдар әлемдегі барлық дамыған мемлекеттерде адамзат қызметінің маңызды салаларында, атап айтқанда: өнеркәсіп, ақпарат саласы, радиоэлектроника, энергетика, көлік тасымалы, биотехнология, медицинада қолданылуда. Қазіргі заманауи «сандық» технологиямен үйлесімді жұмыс істейтін электронды құрылғылар — осы нанотехнологияның жемістері десек қателеспейміз. Нанотехнология негіздерін оқушыларға оқыту ғаламдық ақпараттар мен қарым-қатынас дағдыларын, жаһандық адамның интеллектуалды пікірталастарын және шешім қабылдауды, жалпы алғанда жаһандық ақпараттарды, коммуникациялық және технологиялық құзыреттілікті есептік ойлау сияқты белсенді қасиеттерді дамытуға көмектеседі.

Әдебиеттер:

1. Нанотехнологии — основа инноваций XXI века // Наука и высшая школа Казахстана. 2006. 7. — с. 4–5.
2. Третьяков Ю. Д. Проблема развития нанотехнологий в России и за рубежом <http://nanometer.ru/2006/11/17/5819225/html/>.
3. Пустовалов В. К. Нанотехнологии: состояние, проблемы, перспективы // Новости науки и технологий. 2006. 1(4). — с. 186–192.
4. Тодорова Н. Нанотехнологии — прорыв в будущее // Казахстанская правда, 1 августа 2007.

Алматы қаласының экологиялық жағдайын бағалау

Акшораева Гульден Оралханқызы, магистрант;
Мадибеков Азамат Сансызбаевич, аға оқытушы
Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті (Алматы)

Алматы экологиясын қарастырған кезде ең басты мәселе атмосфералық ауаның ластануы болып табылады. Өкінішке орай, Алматы қаласындағы атмосфералық ауаның ластану деңгейі жоғары болып сипатталады. Экологиялық ақпараттармен қалыптасқан талдауда ірі мегаполистің жылуэнергетикалық өнеркәсіп жүйесінің нысандарынан, автокөліктен лас заттардың шығарындылары әсерінен елеулі мәселе туындап отырғаны көрсетіліп тұр.

Алматы қаласында ауаның, жауын-шашынның және топырақтың ауыр металдармен ластануы негізгі экологиялық мәселелердің бірі болып табылады. Олай болса атмосфералық ауаның, топырақтың, жауын-шашынның құрамына талдау жасап, бөлінетін зиянды заттардың қоршаған ортаға әсері жан-жақты зерттеліп, ластауды болдырмаудың тиімді шараларын белгілеу бүгінгі күннің өзекті мәселесі болып табылады. Алматы облысы станцияларындағы жалпы ластағыш заттардың 2002–2009 жылдардағы жауын-шашын құрамындағы мөлшерін және Алматы қаласы бойынша ауа құрамындағы ластаушы заттардың концентрациясы қарастырылды.

Түйін сөздер: ауа, атмосфералық жауын-шашын, ауыр металдар, аниондар, катиондар, ластаушы заттар.

Оценка экологического состояния города Алматы

Акшораева Гульден Оралханқызы, магистрант;
Мадибеков Азамат Сансызбаевич, старший преподаватель
Казахский национальный университет имени Аль-Фараби (г. Алматы)

При рассмотрении экологии Алматы главным вопросом является загрязнение атмосферного воздуха. К сожалению, уровень загрязнения атмосферного воздуха в городе Алматы характеризуется высоким. Анализ, сформированный с экологической информацией, показывает, что у крупного мегаполиса возникает серьезная проблема в влиянии выбросов загрязняющих веществ от объектов теплоэнергетической промышленности, автотранспорта.

Одной из основных экологических проблем является загрязнение воздуха, осадков и снега, почвы тяжелыми металлами в городе Алматы. На сегодняшний день актуальной проблемой является анализ содержания атмосферного воздуха, почвы, снега, осадков, всестороннее изучение воздействия выделяемых вредных веществ на окружающую среду, установление эффективных мер по предотвращению загрязнения. Рассмотрена концентрация загрязняющих веществ в воздухе по городу Алматы и содержание в осадках на станциях Алматинской области за 2002–2009 годы.

Ключевые слова: воздух, атмосферные осадки, тяжелые металлы, анионы, катионы, загрязняющие вещества.

Бір миллионнан астам халқы бар Алматы қаласы Қазақстанның ең ірі урбанизацияланған орталығы болып табылады. Алайда қаланың дамуы мен индустрияландыруы мегаполис аумағында экологиялық тепе-теңдіктің бұзылуына әкеледі.

Қаланың таулы жердің етегінде орналасуы атмосфераның төменгі қабатында зиянды заттардың жиналуына, сонымен қатар тозаң қоспасының түзілуіне әкеліп соғады. Мегаполисте ең өткір өзекті мәселенің бірі автокөліктердің артуына байланысты автокөлік тығандары болып табылады. Алматының әуе ортасына зиянды шығарындылардың 70 % — ы көлік үлесіне тиеді. Алматы жол полициясы басқармасының мәліметінше, бүгінгі

таңда қалада 850 мыңнан астам автомобиль тіркелген. Олардың басым көпшілігі іштен жану қозғалтқыштары бар автомобильдер. Мұндай автомобильдер отынды жағу кезінде уытты қоспалар мен ауыр металдардың ең көп санын бөледі: күкірт оксиді, альдегид, бензопирен, күйе, соның ішінде онкологиялық ауруларды тудыратын қорғасын қосылыстары.

Алматы қаласы аумағында ірі кәсіпорындар, жылу электр станциялары және жеке үй құрылысы жүйесі орналасқан, олар автокөлікпен қатар қоршаған ортаны ластаудың қарқынды көздері болып табылады. Жалпы алғанда, кәсіпорынның Алматы қаласының ластаушы заттардың түсуінің негізгі көзі, айтып кеткендей, автокөлік

болып табылады (92 %), өнеркәсіптік кәсіпорындардың стационарлық көздерінен шығарындылар (3 %). Жылу энергетикасы объектілеріне ластаушы заттар шығарындыларының жиынтық көлемінің шамамен 7 % тиесілі. Автокөліктің негізгі ластаушышының жағымсыз әсерін төмендету үшін табиғатты қорғау шаралары қолданылады: көшелерді жүйелі көгалдандыру, шаңды суару машиналары, ең көп жүктелген қиылыстарда көлік айрықтарын құру.

Зерттеу нысаны

Алматы қаласы Тянь-Шань тау массивінің Іле Алатауы тауларының етегінде орналасқан. Жергілікті жердің рельефі көбінесе тегіс, кей жерлерде қырлар, аласа биіктік төбешіктер кездеседі. Алматы қаласы теңіз деңгейінен 800 м биіктікте орналасқан.

Алматы қаласы — ертеден Жетісу деп аталатын қазақ жерінің әйгілі өлкесі. Алматы қаласы Қазақстанның мына аудандарымен: батысында Жамбыл қаласымен, солтүстік батысында Қарағанды қаласымен шектеседі, солтүстік шығысында Шығыс Қазақстан қаласы орналасқан. Қала айтарлықтай күрделі географиялық сипатқа және сан алуан рельефтерге ие. Солтүстік бөлігі жартылай елсіз дала, Балқаш көліне қарай ығысады және ежелгі Іле өзенінің арнасы қиып жатыр, олардың ең кереметі — Бақанас. Жеке екі сілем бар — оңтүстігінде және шығысында — тау жоталары созылып жатыр: Жетісу Алатауы және Жоңғар Алатауы (Тянь-Шань таулы жүйесі). Олардың жапсарында ақырындап төмендейтін баурайы мен Іле өзенінің орташа арнасы орналасқан. Қалатың табиғаты мен жер бедері ала құла. Балқаш және Алакөлге ұласатын солтүстігі көлбеуленген құмды жазық алқап.

Зерттеу нәтижесі және талдау

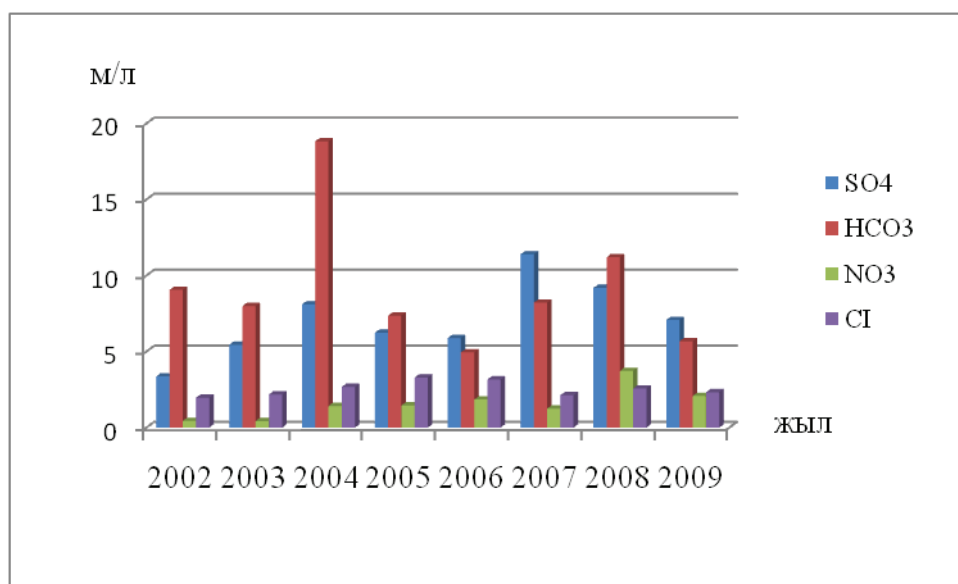
Алматы қаласының ластанған ауасынан басқа атмосфералық жауын-шашындағы және қар

жамылғысындағы ластаушы заттардың шоғырлануы қарастырылды. А. С. Мадиеков, В. С. Чередниченко атмосфералық жауын-шашын мен қар жамылғысындағы ластаушы заттардың шоғырлануына салыстырмалы талдау жұмыстарын жүргізді. Қар жамылғысында аниондар мен катиондар жинақталмайды. Сонымен қатар, қар жамылғысы атмосфераның өлшенген заттармен ластануын зерттеудің маңызды құралы болып табылады. Өйткені қар жамылғысында тек қармен бірге түсетін заттар ғана емес, сондай-ақ қар түсуі арасында өлшенген бөлшектер тұндырады. Бұл тұндыру қар жамылғысының барлық кезеңінде жүреді. Мысалы, Мыңжылқы станциясында қар жамылғысының жатуының орташа кезеңі 181 күнді құрайды, алайда онда Cd мөлшері (0,05 мг/м² жауын-шашын құрасында және 0,014 мг/м² қар жамылғысында) жауын-шашынмен түскен Cd-мен салыстырғанда түскен мөлшері аз. Бұл станцияда қар жамылғысында қорғасын мөлшері 0,44 мг/м² құрайды, ол қорғасынның жауын-шашынмен түскен мөлшерімен салыстырғанда, қар жамылғысындағы мөлшері көп екенін көрсетіп тұр. Мыстың ең көп мөлшері Алматы және Мыңжылқы станцияларындағы қар жамылғысына түседі — 3,10 мг/м² және 2,32 мг/м² [1].

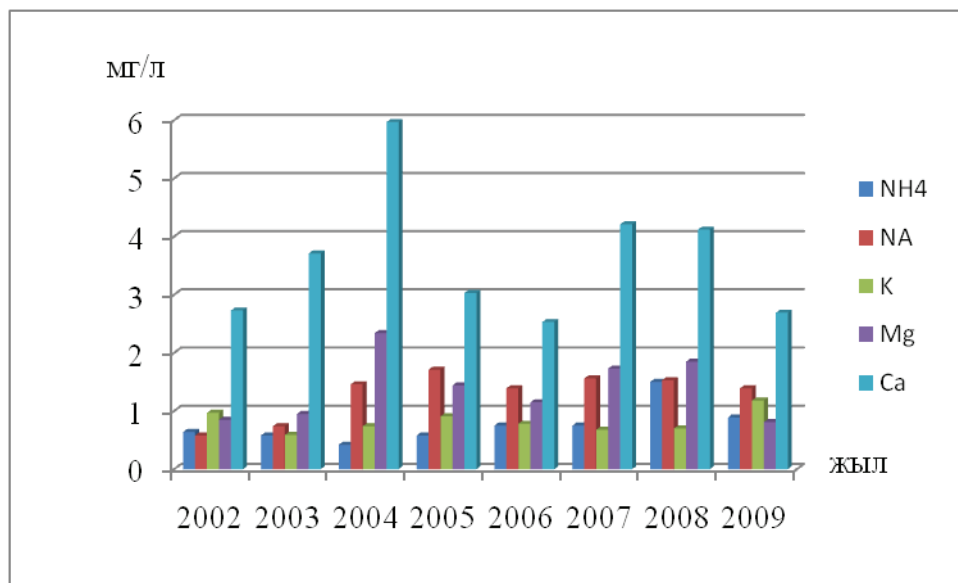
Біз 2002–2009 жылдар аралығында Алматы станциясындағы жауын-шашынның құрамындағы аниондардың және катиондардың кеңістіктік таралуын қарастырдық. Ол келесі суретте көрсетілген.

Төмендегі суретте, Алматы станциясындағы 2004–2009 жылдар аралығындағы жауын-шашынның құрамындағы ауыр металдардың кеңістіктік таралуы берілген.

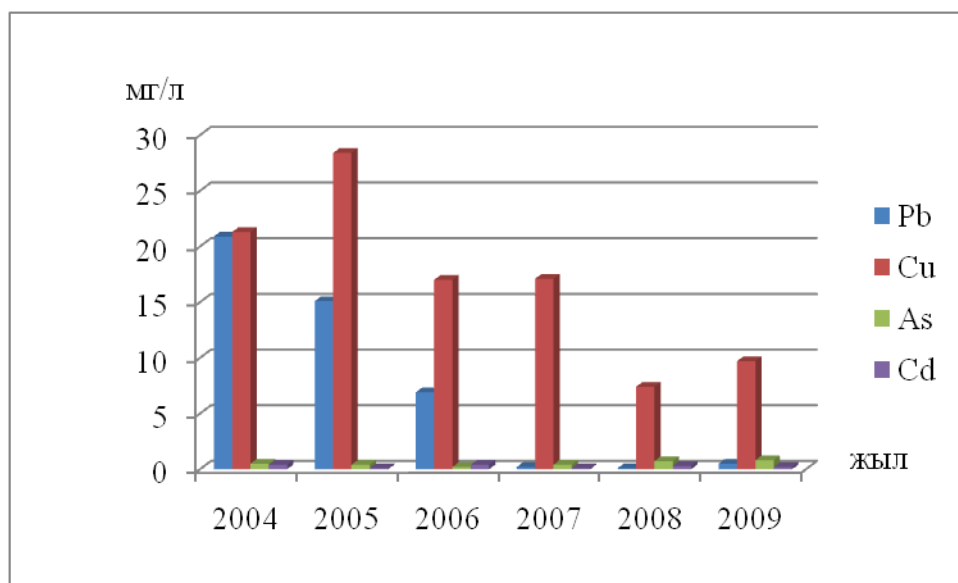
3-суретте көрсетілгендей, As мен Cd жауын-шашын құрамында кездесуі барлық станцияларда шамалас болып келген. Тек мыстың мөлшері Алматы станциясында басым болған, яғни 2005 жылы 28,4 мг/л.



1-сурет. 2002–2009 жылдар аралығында Алматы станциясындағы жауын-шашынның құрамындағы аниондардың кеңістіктік таралуы



2-сурет. 2002–2009 жылдар аралығында Алматы станциясындағы жауын-шашынның құрамындағы катиондардың кеңістіктік таралуы



3-сурет. Алматы станциясында 2004–2009 жылдар аралығындағы жауын-шашынның құрамындағы ауыр металдардың кеңістіктік таралуы

Алматы қаласының ауасының ластануы бойынша зерттеу жүргізген бірнеше ғалымдар бар. Атап айтсақ, Бабенко В. жұмысында, Қазгидрометтің хабарламасы бойынша, Алматы қаласының ауа ластануы 11,5 бірлікті құрайды, бұл шекті мүмкіндік нормадан 3 есе жоғары екендігін көрсетеді (төменгі деңгей — 0–4). Бұл ақпарат бойынша Алматы Қазақстандағы ең лас қала болып саналады. Алматы ауасына негізінен күкірт диоксиді, азот, фенол диоксидтерінің қосылыстары кіреді. Бірақ ең қауіпті болып формальдегид саналады, ол онкологиялық ауру тудырады. Алматыда тыныс ауруларының даму тәуекелі 8 есе, ал жүрек-тамыр аурулары 4есеге дейін жетеді.

Форумда Алматы әкімінің орынбасары Юрий Ильин қаладағы экологиялық мәселелер және оларды шешу жолдары туралы сөйледі. Оның айтуынша, ТЭЦ-1 отыннан газға ауысу жұмысы аяқталды, енді ТЭЦ-2 ауыстыру сұрағы қарастырылуда. Осы жылы жеке секторды газдандыру жұмыстарының аяқталуы жоспарлануда. Форумда одан басқа «жасыл экономикаға» көшу концепциясы 2013 жылдан бастап жасалуда. «Жасыл экономика» — адамға таза ауа, энергия, тағам беретін таза технологиялар болып табылады. Бұл жоба бойынша автобустарды табиғи газға ауыстыру, троллейбустарға, велосипедтерге жол бөлу жұмыстарын жүргізу болады. Ауа ластануының басты көзі

көліктердің көп болуы болып табылады. Бүгінгі күнде қалада сегіз жүз мыңдай көлік есептелінді. Бұлардың көбі сапасыз отынмен жүреді немесе қазіргі стандарттарға сәйкес келмейді [2].

Бидакыметов Е. С. Алматы қаласының экологиялық жағдайын қарастырған. Алматы қаласының экологиялық жағдайын жақсарту жөніндегі нақты ұсыныстар:

1. ТЭЦ-1, ТЭЦ-2, ТЭЦ-3 жыл бойы табиғи газбен жұмыс істеуін қамтамасыз ету
2. Жеке секторды газификацияландыру;
3. Алматы қаласында көліктерді табиғи газға ауыстыру;
4. Көліктердің пайдаланылған газдарының түгін мен ұйттылықтың нормасын қадағалауын күшейту;
5. Қаланың автотранспорт отынның сапасының мониторингін жүргізу;
6. Метрополитен құрылысы;
7. Көліктің жол айрығының құрылысы және жолдардың күрделі жөндеуі, жолдардың құрылысы;
8. Отырғызу жұмыстарын жүргізу;
9. Өндірісті экологизациялау үшін экономикалық ынталандыру мақсатында механизмдер қажет.

Табиғаттың көзінің табиғи тазалануы жөніндегі сұрақты атап кеткім отыр. Экологтардың айтуынша, қалаға экологиялық апат қауіп төніп отыр. Бірнеше апта ішінде Алматыда аль-Фараби даңғылы мен Саина көшесінде жаңа жолдар мен жол айрығына орын босату үшін, үш мыңнан аса ағаштарды шапқан. Жасыл екпелермен әйгілі болған қала тас джунглиге айналуға. Табиғи ресурс басқармасында кесу заңды негізінде жүргізіліп жатыр дейді. Алматы билігі орнына басқа қаланың басқа аудандарына тоғыз мың жаңа ағаш саламыз деп уәде берді. Бірақ олар өскенше бірталай жыл керек. Ағаштарды тек қаланың шет аймақтарында ғана емес, сонымен қатар оңтүстік астанамыздың «жүрегінде» де шауып жатыр.

Алматы қаласының экологиялық жағдайын жақсарту үшін қоршаған ортаға стационарлы шығарындылар көздерінен, автокөліктерден шығатын ластаушы заттардың эмиссиясын төмендету, автокөліктің теріс экологиялық әсерін төмендету және қала құрылысы іс-шаралары, абаттандыру қажет [3].

Аккозиев О. айтуынша, Алматы экологиясын қарастырған кезде ең басты мәселе атмосфералық ауаның ластануы болып табылады. Өкінішке орай, Алматы қаласындағы атмосфералық ауаның ластану деңгейі жоғары болып сипатталады. Экологиялық ақпараттармен қалыптасқан талдауда ірі мегаполистің жылуэнергетикалық өнеркәсіп жүйесінің нысандарынан, автокөліктен ластаушы шығарындылары әсерінен елеулі мәселе туындап отырғаны көрсетіліп тұр. Ауа бассейні ластануының негізгі үлесі, қырық пайызын құрайтын, автокөліктерден шығатын шығарындылары. Зиянды заттардың алпыс пайызы қоршаған ортаға орташа және кіші кәсіпкерліктің, жеке сектордың, жылуэнергетикалық нысандардың құбырларынан келеді. ТЭЦ-1, ТЭЦ-2 және Батыс жылу жүйесі АО «Алматы электрикалық станциялар» электри-

калық және жылуы аралас өңдеу бойынша жылуэлектр орталықтар аумағында ірі болып табылады. ТЭЦ-2 негізгі отыны ай сайын 400 мың тонна және одан да жоғары тонна мазут жұмсайтын экибастуз көмірі пайдаланылады.

Дегенмен экологиялық жағдайды жақсарту мақсатында жұмыстар жүргізілуде. Электроэнергияны жылына 200 млн.кв/сағ дейін жоғарылатуға негізделген, градирнялардың реконструкциялануының өзін атап айтқанда жеткілікті. Сонымен қатар, ТЭЦ-1 мен ТЭЦ-2 арасында қосу магистралін салуда жұмыстар жүргізілуде. Құрылыс осы жылы аяқталады, бұл максималды түрде ТЭЦ-1 түсіреді, 1933 жылдан бастап қала ортасында орналасқан ТЭЦ-1 қуаттылығын алмастыру мақсатында ТЭЦ-2 қуаттылығын пайдалануға мүмкіндік береді. «Алматы ТЭЦ-1 реконструкциясы және кеңейтуі» жобаның реализациясы нәтижесінде ТЭЦ-1 толығымен табиғат газына ауысуы нәтижесінде станциялардың қаланың экологиялық жағдайына техногендік әсері төмендейді.

Соңғы жылдар бойынша, станцияларда шаң ұстағыштар, 99,2 % дейін күл ұстағыштар дәрежесімен жаңа ұрпақ эмульгаторлар орнатылған. Бірақ жылуэнергетикалық нысандардың қаланың экологиялық жағдайына әсері әлі де жоғары. 2013 жылдың бірінші жартысында департамент мегаполистің ірі ластаушылардың бірі АО «АлЭС», ТЭЦ-2 нысанын ҚР экологиялық заңнамасының талабына сәйкестігін тексерді.

Экологияны жақсарту мақсатында көліктер санының көтерілуіне байланысты жол айрығын айтып кетсе болады. Қазіргі кезде олардың саны жиырмаға жетті. Осы жылдың соңына дейін дейін тағы да алтауын салуда. Осы жұмыстың негізінде муниципалді автобус жүйесі ашылды, бұнда 400 автобус газбен жүреді. Осыдан басқа тағы 200 автобус алуға. 200 көлік газбен жүретін муниципалді такси жүйесі ашылуға. Бұл қала адамдарын өз көліктерін газға ауыстыруды жетелейді. Қаланың кірер жолында 13 экологиялық пост тұрады, олар автокөліктің ұйттылығын қадағалау жұмыстарын жүргізеді [4].

Қорытынды

Алматы қаласы бойынша АЛИ көрсеткішінің ең жоғары деңгейдегі мәні 1993–1994 жылдар аралығында 16,7–16,8 арасында байқалған, ол дегеніміз өте жоғары деңгейді көрсетеді. 1998–2000 жылдар аралығындағы төменгі көрсеткіштердің негізгі Алматы қаласындағы бақылау посттарындағы экономикалық жағдайға байланысты. 2000 жылдардан бергі ақпараттарды қарастыратын болсақ, ең жоғары көрсеткіш ретінде 2009 жыл алынады, 15,8-ге тең болып табылады.

Алматы қаласы бойынша зиянды заттармен ластануда ерекше орында тұратын азот диоксиді (NO₂), күкірт диоксиді (SO₂), көміртек оксиді (CO) және өлшенген заттар болып табылады.

Алматы қаласы 2011 жылғы Қазгидрометтің бақылау нәтижелерінің қорытындысы бойынша, Қазақстан қалаларының ішіндегі ауа ластануының жоғары деңгейін көрсетіп, бірінші орынға шыққан. Бүгінгі күнде Алматы дүниежүзіндегі 25 ластанған қаланың тізіміне еніп отыр. 2006

жылдың 4-ші кварталы мен өткен жылдары салыстырғанда автокөліктердің атмосфераға шығарылатындыларының массасы 3-есеге дейін, ал жылдық кезеңдерде салыстырғанда — 3,5 есе артады.

Экологияны жақсарту мақсатында көліктер санының көтерілуіне байланысты жол айрығын айтып кетсе болады. Қазіргі кезде олардың саны жиырмаға жетті. Осы жылдың соныға дейін дейін тағы да алтауын салуда. Осы жұмы-

стың негізінде муниципалді автобус жүйесі ашылды, бұнда 400 автобус газбен жүреді. Осыдан басқа тағы 200 автобус алуда. 200 көлік газбен жүретін муниципалді такси жүйесі ашылуда. Бұл қала адамдарын өз көліктерін газға ауыстыруды жетелейді. Қаланың кірер жолында 13 экологиялық пост тұрады, олар автокөліктің уыттылығын қадағалау жұмыстарын жүргізеді.

Әдебиеттер:

1. Чередниченко В. С., Мадиебеков А. С. Сравнительный анализ концентраций загрязняющих веществ в атмосферных осадках и в снежном покрове // Научный журнал Вестник КРСУ, 2011. с. 171–174.
2. Бабенко В. Литер. 2014. № 54 (2451)
3. Бидакыметов Е. С. Қазақстандық халықаралық құқық ассоциациясының хабаршысы // Ғылыми-құқықтық журнал. 2012. № 1 (17).68 с.
4. Аккозиев О. Вечерний Алматы. № 103 (12622). 5 с.

Студенттердің ақпараттық құзыреттілігін дамытудың жолдары

Қызыбай Ақерке Бақбергенқызы, магистранты
Абай атындағы Қазақ Ұлттық педагогикалық университеті (Алматы қ.)

Бұл мақалада құзыреттіліктің маңызы және оның аспектілері жайлы мәселелер қарастырылған. Сонымен қатар, құзыреттіліктің білім алушылардың шығармашылығын дамытудағы жолдары, ақпараттық-коммуникативтік құзыреттілікті қолданудың тиімділігі қарастырылған.

Түйінді сөздер: құзыреттілік, ақпараттық құзыреттілік, коммуникативтік құзыреттілік, интерактивті тақта.

Способы развития информационной компетентности студентов

Қызыбай Ақерке Бақбергенқызы, студент магистратуры
Казахский национальный педагогический университет имени Абая (г. Алматы)

В данной статье обсуждается роль компетенции и ее аспекты. Кроме того, рассматриваются пути компетентности в развитии творчества студентов, эффективности использования информационных и коммуникативных навыков.

Ключевые слова: компетентность, информационная компетентность, коммуникативная компетентность, интерактивная доска.

Қазір ғылыми-техниканың, өркениеттің даму заманы. Компьютер мен интернет, жаңа байланыс құралдары, ғылыми жаңалықтар, осының бәрі оқушылардың ой-өрісіне әсерін тигізеді. Ал білім сапасын жоғарылату, құзыретті маман тәрбиелеу — барлық оқытушыларды толғандыратын маңызды мәселе. Мына заманда білім алушылардың да алдына қойылатын талаптар да күннен-күнге, жылдан-жылға өсуде.

Қоғамда әлеуметтік, мәдени үдеріспен қамтамасыз ететін құндылық-білім. Осы жоғары құндылық сапасын көтерудің басты шарты — педагогтардың, білім алушылардың құзыреттілігін дамыту болып табылады [1].

Құзыреттілік тәсіл идеясы — «қоғамға қандай, жеке тұлғаға қандай білім қажет және ол қоғамның қандай қажетін өтей алады» деген сұрақтарға жауап береді. Білім алушылардың құзыреттіліктерін қалыптастыру — бүгінгі білім беру саласының өзекті мәселесі болып отыр. Құзырлылық тәсіл, білім сапасын арттыруды дәстүрлі тәсіл мен білім мазмұнын ұлғайту арқылы шешудің арасындағы қарама-қайшылықтан туындаған дағдарыстан шығудың бір жолы деп қарастыруға болады.

Осыған орай, дамыған елдердің оқу жүйесінде кеңінен қолданыла бастаған «құзырет», «құзыреттілік», «кәсіби құзыреттілік» терминдері жаңа білім стандарты ұстанған

басты бағыт ретінде біздің еліміздің білім беру жүйесіне енгізілген.

«Құзыреттілік» терминін ХХ ғасырдың ортасында Н. Хомский енгізген, алғашында о лана тілінде нақты тілдік қызметті орындау үшін қажет қабілеттіліктер ұғымын берген.

Г. Ж. Ниязова зерттеу жұмысында «құзыреттілік» ұғымына «студенттің мағыналық бағдары, білімдері, біліктері мен тұлғалық және әлеуметтік іс-әрекетін жүзеге асыруына қажетті нақты анықталған объектілер шеңберіне қатысты тәжірибелерінің жиынтығы» — деп қарастырған [2].

Қазіргі студенттердің бойында түйінді құзыреттіліктерді қалыптастыру заман талабы болып табылады. Құзыреттілік — оқу мен өмір жағдаяттарын шешу кезінде білім алушылардың білімді, іскерлікті, дағдыны және қызметтің әмбебап тәсілдерін және білім берудің нәтижесі.

Сонымен, **құзыреттілік** — тек білім ғана емес, студенттің оқу үдерісінде меңгерген білімдерін, дағдыларын мен біліктерін іс жүзінде дұрыс, орынды, тиімді пайдалануы.

Ғалымдар білім берудегі құзыреттілік тәсілді жүзеге асырудың **аспектілерін** көрсетеді:

- Түйінді құзыреттер;
- Жалпыланған пәндік біліктіліктер;
- Қолданбалы пәндік біліктіліктер;
- Өмірлік дағдылар.

Бұлардың әрқайсысын орындау студенттердің құзыреттіліктерін, олардың университет бітіргеннен кейін жұмысқа дайындығын арттыруға себепкер болады.

Құзыреттілік тәсіл бірінші орынға білім алушының хабардарлығын емес, нақты құбылыстарды танып білу мен түсіндіруде; қазіргі заманғы техника мен технологияны игеруде; практикалық өмірде; мамандық таңдау кезінде өзінің кәсіби білім алуға дайындығын бағалауда; еңбек нарығын бағдарлау қажет болғанда; өмірден өз орнын анықтауға; өмір салтын, кикілжіндерді шешу тәсілдерін таңдауға байланысты мәселелерді шешу қажет болғанда туындайтын өмірлік мәні бар мәселелерді шешу біліктілігін шығарады.

Студент қиялы жүйрік, жан дүниесі нәзік, өзін қызықтырған істе белсенді, ақыл-қабілеті дамыған, сондықтан шығармашылық оған шын ләззат, қуаныш сезімін әкелуі тиіс. Студенттің шығармашылығын дамыту жолдарын ақпараттық және коммуникативтік құзыреттіліктер арқылы іске асыруға болады.

Ақпараттық құзыреттілік арқылы нақты объектілер көмегімен қажетті ақпаратты іздеу, талдап, таңдап (іріктеп) алу, ұйымдастыру, түрлендіру, сақтау және ақпаратты беру біліктері қалыптасады. Бұл құзыреттілік студенттің оқу пәндеріндегі және білім аймақтарындағы, сонымен бірге қоршаған дүниедегі ақпараттармен жұмыс істей білу дағдыларын қамтамасыз етеді.

Білім беруді ізгілендіру, ақпараттандыру — бүгінгі заман талабы. Ақпараттық білімнің, орта мен адамның өзара қарым-қатынасын үйлестіру және жаңа қоғамда ақпараттық технологияны пайдалану, ақпараттық мәдениетпен байланысын кеңейту мүмкіндіктері мол кезде. өрке-

ниеттің өсуі ақпараттық қоғамның қалыптасуымен тікелей байланысты екенін ескерсек, қазіргі кездегі білім мен техниканың даму деңгейі әрбір адамға сапалы және терең білім мен кәсіби іскерліктердің болуын, жастардың белсенді шығармашылықпен жұмыс істеуін талап етеді.

Ақпараттық құзыреттілік:

— сыни тұрғыдан ұсынылған ақпараттар аясында дұрыс шешім қабылдауға;

— өз бетімен мақсат қоюға және оны қорғауға, мақсатқа жету үшін танымдық қызметті жоспарлауға және жүзеге асыруға;

— ақпаратты өз бетімен табуға, талдауға, іріктеу жасауға, қайта қарауға сақтауға, түрлендіруге және тасымалдауға, мүмкіндігінше қазіргі заманғы ақпараттық — коммуникациялық технологиялардың көмегімен жүзеге асыруға;

— логикалық операцияларды (талдау, жинақтау, құрылымдау, тура және жанама дәлелдеу, аналог негізінде дәлелдеу, модельдеу, қиялмен эксперименттеу, материалды жүйелеу) қолдана отырып, ақпаратты өңдеуге;

— өзінің оқу қызметін жоспарлау және жүзеге асыру үшін ақпаратты қолдануға мүмкіндік туғызады.

Ақпараттық-коммуникациялық технологияларды пайдаланудың тиімділігі:

— білім алушының жеке дара жұмысы;

— аз уақытта мол білімге қол жеткізіп, уақытты үнемдеу;

— білім-білік дағдыларын тест орындау арқылы бақылау;

— шығармашылық тапсырмалар орындау;

— қашықтықтан оқу мүмкіндігінің туындауы;

— қажетті ақпаратты аз уақыттың ішінде табу мүмкіндігі;

— экономикалық тиімділігі;

— іс-әрекет, қимылды қажет ететін пәндер мен тапсырмаларды оқып үйрену;

— қарапайым көзбен көріп, қолмен ұстап сезіну немесе құлақ пен есту мүмкіндіктері болмайтын табиғаттың таңғажайып үрдістерін әр түрлі тәжірибе нәтижелерін көріп, сезіну мүмкіндігі;

— оқушының ой-өрісін дүниетанымын кеңейтуге де ықпалы мол [3].

Білім беруді ақпараттандырудың жаңа бағыты — дәріс сабақтарында интерактивті тақталарды қолдану болып табылады. — ActivBoard интерактивті тақтасы мен ActivStudio программалық қамтуын оқу үрдісінде пайдалануда. Бұл бағдарламалық-техникалық кешеннің өзіне тән ерекшелігі, әмбебаптығы, интерактивтілігі, қызметінің көп жақтылығы және қолданушыға пайдалануға түсініктілігі мен интерфейсінің қарапайымдылығы. Заман талабына сай, оқушыларға сапалы білім беруде электрондық оқулықтарды сабаққа пайдалану — оқытудың жаңа технологиясының бір түрі ретінде қарастырылады. Ол оқушыларды даралай оқытуда жаңа информацияларды жеткізуге, сондай-ақ игерілген білім мен біліктерді тесттік бақылауға арналған программалық құрал.

Коммуникативтік құзыреттілік — қажетті тілдерді, қоршаған адамдармен және оқиғалармен әрекеттестікте болу тәсілдерін білуді, топта жұмыс жасау дағдыларын, ұжымдағы түрлі әлеуметтік рөлдерді меңгеруді қамтиды. Студент анкета толтырып, хат, арыз жазуды, сұрақ қойып, пікір таластыруды т. б. білуі тиіс. Бұл құзыреттілікті оқу үрдісінде игеру үшін коммуникациялардың нақты нысаналарының қажетті және жеткілікті саны, олармен жұмыс тәсілі белгіленуі тиіс [4].

Сонымен **қорытындылай** келгенде заман талабы жастардың бойында түйінді құзыреттіліктерді қалыптастыру болып табылады. Бүгінгі таңда білім саласының алдында дайын білімді, дағдыларды меңгеретін, қайталайтын ғана емес, шығармашылық бағытта жұмыс істейтін, тың жаңалықтар ашатын, біртума ойлау қабілетімен ерекшеленетін жеке тұлға қалыптастыру міндеті тұр. Бұл, әрине, білім алушылардың шығармашылық әрекетін дамытудағы маңызды мәселе деп есептеймін.

Әдебиеттер:

1. Иманбаева, «Оқу-тәрбие үрдісін ақпараттандыру ділгірлігі». Қазақстан мектебі, № 2, 2000.
2. Қазақстан Республикасының 2015 жылға дейінгі білім беруді дамыту тұжырымдамасы.
3. Мұхамбетжанова С. Т., Мелдебекова М. Т. Педагогтардың ақпараттық — коммуникациялық технологияларды қолдану бойынша құзырлылықтарын қалыптастыру әдістемесі. Алматы: ЖШС «Дайыр Баспа», 2010 ж.
4. Нұрғалиева Г. Таутаева Г. Тілеуова С. Ақпараттандыру — білім беруді реформаландырудың негізгі механизмі, 2000. — / 262—263 бет /

Бақылау: кәсіпорынды басқару құралы ретінде

Сайлау Құндыз, магистрант

Ғылыми жетекші: Тұрмаханбетова Шәкен Шолпанкуловна, экономика ғылымдарының кандидаты
Л. Н. Гумилев атындағы Еуразия Ұлттық Университеті (Нұр-Сұлтан қ., Қазақстан)

Мақалада басқару құралының түрлері мен қызметтері туралы тұтас түсінік қалыптастырып, контроллинг тұжырымдамасын нақтылай отыра, оның кәсіпорында қолдану мен дамыту ерекшеліктері қарастырылған.

Бақылаудың кәсіпорынды басқару кезіндегі қызметтік мәні, типтері мен принциптері талданған. контроллинг құралының басқару қызметі кезіндегі тиімділігі нақты көрсетіліп, экономикалық даму процесінде маңызды фактор ретінде жан-жақты ашылған.

Кілт сөздер: контроллинг, компаниядағы басқару есебі, бухгалтерлік есеп, нарықтық экономика.

Контроль как инструмент управления предприятием

Сайлау Кундыз, студент магистратуры;

Научный руководитель: Турмаханбетова Шакен Шолпанкуловна,
Евразийский национальный университет имени Л. Н. Гумилева (г. Нур-Султан, Казахстан)

В статье рассмотрены особенности его использования и развития на предприятии, сформулировав целостное представление о видах и функциях инструмента управления, конкретизируя концепцию контроллинга. В исследовательской статье проанализированы сущность, типы и принципы контроллинга при управлении предприятием.

Эффективность контроллинга при функциях управления четко выражена и всесторонне раскрыта как важнейший фактор в процессе экономического развития.

Ключевые слова: контроллинг, управленческий учет в компании, бухгалтерский учет, рыночная экономика.

Бақылау — бұл басқару есебі, бюджеттеу, экономикалық талдау және басқару элементтерін біріктіретін жаңа құрал. Бақылау — бұл басқару, жоспарлау, ұйымдастыру, көшбасшылық, ынталандыру және бақылау сияқты

негізгі функцияларды жүзеге асырудың әдістемелік және инструменталды негізіне айналады.

Қазіргі заманғы кәсіпорындарда контроллингтің пайда болу себептері:

- сыртқы ортаның тұрақсыздығынан;
- акцентті өткенді бақылаудан болашақты талдауға ауыстыру;
- сыртқы ортаның өзгеруіне ден қою;
- кәсіпорынның икемділігін арттыру;
- кәсіпорынның сыртқы және ішкі ортасында болып жатқан өзгерістерді үздіксіз бақылау қажеттілігі

Контроллингтің мақсаты-кәсіпорын басшылығы қойған барлық мақсаттарға жету үшін басқару процесін жүзеге асыру.

Контроллингтің негізгі міндеттері:

- 1) ақпараттық жүйені әзірлеу;
- 2) кәсіпорынның қызметін жоспарлау;
- 3) барлық құрылымдық бөлімшелердің және тұтастай бүкіл ұйымның қызметін бақылау;
- 4) ұйымды басқару жүйесінің қызметін ұйымдастыру.

Ұйымның аса маңызды мақсаттары жоғары рентабельділік, өтімділікті қамтамасыз ету және жұмыс тиімділігін арттыру болып табылады. Осы мақсаттарға қол жеткізуге кәсіпорынды басқаруда қазіргі заманғы әдістер мен құралдарды, атап айтқанда кәсіпорындағы контроллинг жүйесін іске асыру ықпал етеді.

Бұл міндетті шешу келесі контроллинг функцияларын орындауға негізделеді:

- ұйым экономикасы жағдайының мониторингі;
- басқарушылық шешімдер үшін аналитикалық ақпаратпен қамтамасыз ету;
- басқару функциясы;
- бөлімшелер жұмысының үнемділігін бақылау және талдау;
- шешімдерді қабылдау әдістемесін дайындау (әзірлеу), оларды үйлестіру, сондай-ақ басшылықтың осы әдіснаманы қабылдауын бақылау.

Бақылау — бұл түпкілікті мақсаттарға жету, сонымен қатар кәсіпорынның нәтижелеріне қол жеткізетін процестерді басқару жүйесін қамтитын басқару құралы.

Жалпы алғанда, бақылау — бұл кәсіпорынның басқару құралы (стратегиялық және операциялық), соған негізделген басқару шешімдері қабылданады, бұл ұйым алдына қойылған мақсаттарға жетуге әкеледі. Бақылаудағы аналитикалық жұмыс негізгі негіз болып табылады, нақтыланған индикаторларды нақты көрсеткіштермен, ақпараттық қамтамасыз етумен және ұйымның барлық бөлімдерінің жұмысын үйлестірумен салыстыру.

Орта және ірі бизнес кәсіпорындарында құрылған контроллинг бөлімі ең алдымен шығындарды есепке алу және талдау саясатын әзірлейді және үйлестіреді. Сонымен қатар контроллинг функциясының кешеніне компанияның шаруашылық және қаржылық қызметінің нәтижелерін бағалау және талдау функциясы кіреді. Талдау үшін нақты қаржылық көрсеткіштер бухгалтерияға беріледі. Статистикалық шамаларды, жоспарлы деректерді және коэффициенттердің нақты мәндерін жоспарлы сандармен салыстыру қорытындыларын бақылаушы компанияның жоспарлы және қаржылық бөлімдерінен алады [1].

Контроллинг өнімдер мен қызметтердің баға сипаттамаларын болжау кезінде, бағалар мен тарифтер интервалдарының төменгі шекараларын анықтау кезінде, күтілетін пайданы, салықтық төлемдерді және құрылатын резервтерді есептеу кезінде кеңінен қолданылады. Контроллингтің жауапкершілік аймағына оларды енгізгенге дейін және енгізу сәтінде түрлі инвестициялық жобалардың тиімділігін бағалау, сондай-ақ жобаларды іске асыру модельдерін қалыптастыру кіреді. Контроллинг бөлімінің компания менеджментіне ұсынатын ұсыныстары жедел және стратегиялық басқару үшін қажет.

Бақылау кезінде алдымен нақты көрсеткіштерге талдау жасалады, ол негізінен орталықтандырылмаған және жұмыс процесін нақты ұйымдастыруды, сонымен қатар өндірістік және қаржылық есеп беруді қатаң үйлестіруді көздейді. Осы кезеңдегі басты талап — аяқталған өндіріс жұмысы мен оны өңдеу сәтінің арасындағы ең аз уақыт аралығы.

Бақылау процесінің екінші кезеңі — жоспарланған көрсеткіштерді нақты көрсеткіштермен салыстыру. Жылдық қаржылық жоспардың баптары (мысалы, айналым, маржалық кіріс, пайда / залал, шығын баптары) нақты деректермен салыстырылады. Ауытқулар мұқият талдауға және міндетті тіркеуге жатады. Инвестициялық жобалардың іске асырылуын тексеру кезінде бірдей процесс жүреді. Осыдан кейін оқиғалардың нақты дамуының жедел болжамы жасалады. Ауытқулардың талдауы бойынша болжам оқу кезеңінің соңына немесе жобаның соңына қарай қаржылық-шаруашылық қызметтің коэффициенттерінің мүмкін мәндеріне негізделеді.

Осылайша, бақылау шығындарды басқарудың құралы болып табылады және әр түрлі бизнес сегменттерінің кәсіпорындарында басқару есебінің ажырамас бөлігі болып табылады деп қорытынды жасауға болады. Қазіргі заманғы бизнес өмірінде бақылау құралын қолдану арқасында өндіріс нарығының көптеген қатысушылары шығындарды басқарудың тиімді жүйесін құрып, сол арқылы өз салаларындағы позицияларын нығайтты.

Сонымен қатар, контроллинг шығындарды басқарудың басым аппараттарының бірі болып табылады. Контроллинг аппараты арнайы есептеу және талдау құралдарын қолданады: директ-костинг, шығынсыздық нүктесін есептеу, баға стратегиясы, шығару көлемі, өзіндік құны мен рентабельділігі арасындағы өзара байланысты талдау. Аппараттың функционалдығы жабындар сомасын қалыптастыру кезінде көп сатылы тәсілді қолдануға, ал сайып келгенде компанияның пайдасын да қолдануға мүмкіндік береді.

Бақылау іскерлік шығындарды басқарудың құралы ретінде ғана емес, сонымен қатар кәсіпорынды басқарудың басқа сегменттерін үйлестіреді. Бұл компанияның есеп саясаты мен басқару тәжірибесін оңтайландыруға бағытталған әдістер жиынтығы. Талдау мен бағалаудың негізгі критерийлері — бұл кәсіпорынның жетістігінің қаржылық критерийлері. Бақылау шығындарды жаңа жолмен қарастыруға мүмкіндік береді, табиғи жолмен,

осылайша бизнесті жүргізудің экономикалық бағытталған стилін ұсынады.

Зерттеудің ғылыми жаңалығы — басқару құралының түрлері мен қызметтері туралы тұтас түсінік қалыптастыратын контроллинг тұжырымдамасын нақтылаудан, сондай-ақ өнеркәсіптік кәсіпорындарда оны қолдану мен дамытудың ерекшеліктерін анықтаудан тұрады.

Қазіргі уақытта басқарудың мәні мен рөлін анықтаудың мынадай тәсілдері қалыптасты:

— әртүрлі нысандарды басқаратын адамдардың біліміне, шеберлігіне, түйсігіне және тәжірибесіне негізделген өнер ретінде басқару;

— басқару ғылым ретінде-басқару туралы білім жиынтығы, жүздеген және мыңдаған жылдар бойы жинақталған тәжірибе және тұжырымдамалар, теориялар, принциптер, басқару әдістері мен формалары түрінде ұсынылған;

— басқару функциясы ретінде-басқару қызметінің түрі;

— басқару процесс ретінде-проблемаларды, іздеулерді анықтауға және қабылданған шешімдерді орындауды ұйымдастыруға байланысты циклдық әрекеттердің жиынтығы;

— басқару-мақсаттарға жету үшін кәсіпорынның барлық ресурстарын тиімді пайдалануды және үйлестіруді қамтамасыз ететін орган немесе Басқару аппараты.

«Бақылау — бұл мақсатқа жетуді басқару жүйесі және кәсіпорынды басқарудың ажырамас бөлігі. Кәсіпорынды басқару жүйесінде кәсіпорынның мақсаттары екі топқа бөлінеді: жедел (қысқа мерзімді) және стратегиялық (ұзақ мерзімді, перспективалы). Тиісінше, басқару құралы ретінде бақылау:

— стратегиялық (дұрыс іс жасау);

— жедел (істі дұрыс жасау);

— диспозитивті (егер іс дұрыс болмаса, не істеу керек) болып бөлінеді.

Қазіргі жағдайда кәсіпорынның ағымдағы жай-күйі туралы және қызметінің перспективалары туралы ақпараттың жетіспеушілігі басқаруға жаңа тәсілдерді және оларды енгізу құралдарын қалыптастыруды талап етеді. Кәсіпорынның басқару тәжірибесіне заманауи және тиімді басқару құралы — контроллинг енгізе отырып, нарықта табысқа қол жеткізу және мойындау мүмкіндігі бар [2].

Бақылау менеджментке балама емес және менеджерлерді өз міндеттерін орындаудан босатпайды. Контроллинг-бұл жедел және стратегиялық менеджмент, есепке алу, жоспарлау, талдау және бақылау әдістерінің жиынтығы, кәсіпорынның стратегиялық мақсаттарына қол

жеткізуге бағытталған бірыңғай жүйе. Бақылау кәсіпорын қызметін жоспарлау мен реттеуді интеграциялайтын, үйлестіретін және ақпаратпен қамтамасыз ететін басқару функцияларының бірі болып табылады.

Қазіргі уақытта контроллинг қаржылық нәтижені оңтайландыруға байланысты барлық мүмкіндіктер мен тәуекелдерді анықтауға бағытталған кәсіпорынды экономикалық басқару тұжырымдамасы ретінде шет елдерде кеңінен қолданылады. Біздің елде контроллинг тек пайда болады, және негізінен қаржы мен өндірісті басқаруда жедел және диспозитивті контроллинг қолданылады.

Әлеуметтік-экономикалық жүйеде контроллингтің пайда болуы, фирмаішілік мәдениеттің белгілі бір деңгейіне байланысты.

Контроллингті енгізудің міндетті шарты — бірінші басшылық принципін сақтау болып табылады.

Қызмет ретінде контроллингті жүзеге асыру Фирмаішілік басқару технологияларының жиынтығын пайдаланумен қамтамасыз етіледі («management accounting»), олардың арасында экономикалық, басқару және менеджмент технологиялары.

Қазіргі уақытта контроллинг кәсіпорынды басқару нәтижесіне бағытталған ақпараттық қамтамасыз етуді білдіреді. Мақсаты контроллинг болып табылады туынды мақсаттарына кәсіпорындар бөлуге болады: материалдық, құндық және әлеуметтік. Контроллинг кәсіпорынның басты құндық мақсатына — кепілдікті өтімділік кезінде капиталдың пайдасы мен құндылығын арттыру арқылы қаржылық нәтижені оңтайландыруға қол жеткізуге көмектеседі». Осы мақсатқа жету материалдық және әлеуметтік мақсаттарға жетумен үйлестіріледі. Демек, контроллингтің басты мақсаты кепілдендірілген өтімділік кезінде қаржылық нәтижені оңтайландыру болып табылады. Осы мақсаттарды жүзеге асыру үшін контроллинг басшылықты қажетті басқару ақпаратын дайындау және ұсыну жолымен шешімдер қабылдауға және қажетті іс-әрекеттерге бағдарлануы тиіс. Осылайша, контроллингтің негізгі функциясы кәсіпорын басшылығының қолдауынан тұрады, демек, контроллинг кәсіпорынды басқарудың маңызды функцияларының бірі болып табылады.

Есеп, ақпарат ағынын ұйымдастыру, жоспарлау, мониторинг және қаржы-шаруашылық қызметті бақылау сияқты салалардағы контроллинг құралдарының диссертацияда ұсынылған тікелей практикалық маңызы бар, оны пайдалану ішкі басқару процестерін үйлестірудің және сыртқы ортаның талаптарына бейімделудің тиімді тетігін іске асыруға мүмкіндік береді.

Әдебиеттер:

1. Контроллинг как инструмент управления предприятием [Электронный ресурс] / — Режим доступа: lektisia.com/9x7a2d.html. 11.05.2017.
2. Оразалинова М. С. Ұйымдағы тәуекелділік, контроллинг. Ғылыми журнал

Болашақ мұғалімдерінің зерттеушілік іс-әрекеттерін ұйымдастырудың әдістемелік аспектілері

Сыдыков Бақыт Диқанбайұлы, педагогика ғылымдарының докторы, доценті;
Оралова Динара Абдрахманқызы, магистранты
Абай атындағы Қазақ Ұлттық педагогикалық университеті (Алматы)

Еңбекте студенттердің зерттеушілік іс-әрекеттерінің ерекшеленген кезеңдеріне сәйкес, олардың әрқайсысына тән болатын зерттеушілік іс-әрекеттерді ұйымдастыратын студенттердің әрекеттері және оқытушылардың әрекеттерінің әдістемелік аспектілері қарастырылады. Зерттеушілік іс-әрекет ұғымының негізгі түрлері мен ерекшеліктері ашып көрсетіледі.

Зерттеушілік іс-әрекеті тәсілдерінің кезеңдері негізінде, осы әрекет түрі тәсілдерінің классификациясы құрылды, тәсілдердің алты тобына жинақталды, әр топқа сәйкес тәсілдер көрсетілді және олардың әрқайсының құрамы беріледі. Көрсетілген тәсілдердің ішінде студенттердің зерттеушілік іс-әрекетінің жетекші тәсілдері айқындалады: проблеманың қойылу тәсілі, болжамды ұсыну тәсілі және болжамды дәлелдеу тәсілі.

Зерттеушілік іс-әрекеттің әрекеттерін тәсілдермен салыстырып іс-әрекеттің жеке кезеңдерге өтуін, әрекеттің негізгі бағдарын көрсетеміз. Кезеңмен іске асырылатын зерттеушілік іс-әрекет үдерісінде, іс-әрекеттің бір тәсілі ғана емес, бірнеше тәсілдері де байқалады.

Түйін сөздер: зерттеушілік, оқу іс-әрекеттері, іс-әрекет тәсілі, проблеманың қойылу тәсілі, болжамды ұсыну тәсілі, болжамды дәлелдеу тәсілі.

Методические аспекты организации исследовательской деятельности будущих учителей

Сыдыков Бақыт Дикамбаевич, доктор педагогических наук, доцент;
Оралова Динара Абдрахманқызы, студент магистратуры
Казахский национальный педагогический университет имени Абая (г. Алматы)

В статье рассмотрены, методические аспекты в соответствии с выделенными этапами поисково-исследовательской деятельности студентов, характерные для каждого из них действия студентов и действия преподавателей, организующих исследовательскую деятельность студентов. Раскрыты основные виды и особенности понятие «исследовательской деятельности».

На основе этапов исследовательской деятельности составлена классификация приемов данного вида деятельности, представленная шестью группами приемов, указаны приемы, характерные для каждой группы и состав некоторых из них. Среди указанных приемов выделены ведущие приемы исследовательской деятельности студентов: прием постановки проблемы, прием выдвижения гипотез и прием доказательства гипотезы.

Сопоставляя действия исследовательской деятельности, и приемы этой деятельности, отмечаем, что приемы выступают как ориентировочная основа действий прохождения отдельных этапов деятельности. В процессе исследовательской деятельности, осуществляемой поэтапно, наблюдается не один какой-либо прием деятельности, а несколько приемов.

Ключевые слова: исследовательские, учебные деятельности, прием деятельности, прием постановки проблемы, прием выдвижения гипотез, прием доказательства гипотезы.

Еліміздің бүгінгі даму кезеңінде ғылым мен білімнің өзара байланысы, оның тиімділігі мен бәсекеге қабілеттілігін арттырудың, экономикалық өсуінің басты қозғаушы күші болып отырғаны анық. Осыған байланысты Елбасы Н.Ә.Назарбаевтың айтқанындай еліміздің дамуының жаңа мүмкіндіктерін адами капитал береді. Ол үшін білім берудің жаңа сапасы қажет. Барлық жастағы азаматтарды қамтитын білім беру ісінде өзіміздің озық

жүйемізді құруды жеделдету қажет. Білім беру бағдарламаларының негізгі басымдығы өзгерістерге үнемі бейім болу және жаңа білімді меңгеру қабілетін дамыту болуға тиіс.....Педагогтарды оқыту және олардың біліктілігін арттыру жолдарын қайта қарау керек болады. Білім берудің барлық деңгейінде болашақ мұғалімдерді оқыту сапасын күшейту керек. Бұл — жастарды жаңа технологиялық қалыпқа дайындаудың маңызды шарты. Білім беру мекеме-

лерінің арасындағы бәсекелестікті арттыру қажет. Оқытудың мазмұндылығы заманауи техникалық тұрғыдан қолдау көрсету арқылы үйлесімді түрде толықтырылуға тиіс. Бұлар қажетті функционалдық сауаттылық пен сыни тұрғыдан ойлау қабілетін дарытады. [1] Яғни, қазіргі заман талабы студенттерді де бәсекеге қабілетті тұлға етіп тәрбиелеу мақсатын қойып отыр. Бәсекеге қабілетті жетілген тұлғаны қалыптастыру үшін білім алушыны ізденушілікке, өз бетінше жұмыс жасауға, бақылау мен зерттеуге, зерттеу нәтижелерін жинақтап, қорытынды жасай білуге үйрету қажет.

Қазақстан Республикасы «Білім туралы» Заңында жеке адамның шығармашылық, рухани және күш қуат мүмкіндіктерін дамыту, адамгершілік пен салауатты өмір салтын берік негіздерін қалыптастыру, даралықты дамыту үшін жағдай жасау арқылы ой-өрісін байыту білім беру жүйесінің басты міндеттерінің бірі ретінде көрсетілген. Яғни студенттердің шығармашылық іс-әрекетінің төмен екендігіне назар аударылған.

Бірқатар авторлардың пікірі бойынша, зерттеушілік пен ізденушілік іскерліктерін дамытуға, білім беру үдерісінде белсенді оқытуды қолданып, қол жеткізуге болады. Жоғары оқу орнының түлектері — креативті ойлайтын, мобильді, заманауи технологиялармен жұмыс жасауға дайын, оларды тек қана қолданбай, ендіру жұмыстарын жүргізуге, жаңашылдық жасауға яғни алдыңғы ұрпақтың жетістіктерін пайдаланып қана қоймай, мол тәжірибені жинақтай алуы тиіс. Жоғары оқу орындарын бітіретін студенттер, аталған талаптармен қатар, әдістемелік ізденіске, жаңа қоғам талаптарына сай педагогикалық технологияларды ендіруге, жаңа ұрпақтың заманауи бейнесін қалыптастыруға дайын болуы қажет.

Студент жоғары оқу орындарында қалыптасқан іскерліктерін оқыту жүйесінде қолдануы қажет. Оқу үдерісінде әртүрлі оқу іс-әрекетінің түрлеріне үйретудің бір жолы оның жаңа тәсілдерін қалыптастыру болып табылады.

Оқу-танымдық іс-әрекет — білім алушының саналы (білім түрінде немесе іс-әрекет тәжірибесі негізінде) немесе материалдық түде жаңа нәтиже алуға бағытталған, білім беруші және білім алушының өзара әрекеттестігі. Оқу — танымдық іс-әрекеттің негізгі ерекшелігі, оның нәтижеге бағытталуымен, студенттердің алдыңғы ұрпақ тәжірибесін, жұмыстың жаңа тәсілдерін, өз бетінше жаңалық ашуда қолдануымен, сонымен қатар мүлде жаңаны «ашуда» байқалады. Демек, мұғалімнің педагогикалық шығармашылық ізденісінің ең басты мақсаты — студенттің танымдық ойлау қабілетін дамыту, сонымен қатар өзінің бойындағы шығармашылық ізденісіне шәкірттердің бойына сіндіре білу.

Қоғамның ғылыми-техникалық потенциалының өсуі, жоғары оқу орындарында зерттеу іс — әрекеттерінің нәтижелілігі мен дамыту деңгейін көтеруді қажет етіп отыр. Бүгінгі Қазақстанның даму кезеңінде ғылым мен білімнің өзара байланысы, оның тиімділігі мен бәсекеге қабілеттілігін арттырудың, экономикалық өсуінің басты

қозғаушы күші болып отырғандығы айқын. Осыған байланысты «Қазақстан Республикасында білім беруді және ғылымды дамытудың 2016–2019 жылдарға арналған мемлекеттік бағдарламасы» аясында, экономиканың орнықты дамуы үшін білім берудің және ғылымның бәсекеге қабілеттілігін арттыру, адами капиталды дамыту қажеттілігі атап көрсетіледі [2].

Ғылымның жедел түрде қарқынды дамуы, қазіргі заман талабына сай студенттерді де бәсекеге қабілетті тұлға етіп тәрбиелеу мақсатын қойып отыр. Бәсекеге қабілетті жетілген тұлғаны қалыптастыру үшін білім алушыны ізденушілікке, өз бетінше жұмыс жасауға, бақылау мен зерттеуге, зерттеу нәтижелерін жинақтап, қорытынды жасай білу іс-әрекеттеріне үйрету қажет.

Іс-әрекет — бір жүйеге біріктірілген іс-әрекеттің жалпы мақсатына жетуге бағытталған жеке әрекеттерден құралады. Іс-әрекетті меңгеру және көрсету дайындығының көрсеткіші тек қана білімдер жиынтығы ғана емес, сондай-ақ іс-әрекет субъектісі меңгерген танымдық әрекеттер жүйесі де болады.

Жалпы әдебиеттерде оқу іс-әрекеттерінің пайда болуы бір қатар кезеңдерден өтеді:

1) Жеке оқу іс-әрекеттерін және оның құрамдас операцияларын орындау.

2) Іске асырылатын міндеттерді, бірнеше оқу әрекеттерін орындау және үлкен топтарға біріктіру (оқу жұмысының тәсілдері мен әдістері).

3) Әрекеттерді, тәсілдерді, әдістерді іске асыру жолдары жылдам, дұрыс, автоматтандырылған (іскерлік пен дағдылар) түрде орындалуы керек.

4) Оқу жұмыстарын жеке, тұрақты байланыстыру және оларды қайталау, жеке оқу стилінің пайда болуына әкеледі.

Сонымен, іс-әрекетті қалыптастыру үдерісі жеке операциялардан және әрекеттерден басталып, тәсіл мен әрекеттерге ауысып іске асырылады, онан соң ғана іскерлік пен дағдыларын қалыптастыру қажет болады.

Жеке әрекеттер емес, олардың реттілігі мен жиынтығы іс-әрекет бағытын бейнелейді. Оқу үдерісіндегі оқу іс-әрекеті тәсілдерінің бірі ретінде оқыту жолдарын қалыптастыруды қарастыруға болады. Біздің зерттеуіміз, көптеген педагог және психологтар зерттегендей, ақыл-ой іс-әрекеті тәсілдерінің қалыптасуы, дамыта оқыту жағдайының кері құбылысы емес, оқытудың негізгі бір мәселесі деп қарастырылады. Мұны болашақ мұғалімдерді кәсіби дайындау үдерісі кезінде, ерекше ескеру қажет деп санаймыз. Себебі, белгілі жағдайда қажетті іс-әрекет түрін меңгермеген мұғалім, оны өз оқушыларының бойында қалыптастыра алмайды. Сондықтан, педагогикалық жоғары оқу орындары студенттерінің іс-әрекет тәсілдерін қарастыра отырып, олардың оқу және әдістемелік тәсілдерді меңгеруін анықтаймыз.

Біздің мақалада, ойлау, ақыл ой, танымдық, оқыту іс-әрекеттері бір-бірімен өзара байланыста қарастырылады. Оқыту мазмұны оқыту мақсаттарында көрініс табуы мүмкін болғандықтан, «оқыту процесі» жүйесінде «оқыту іс-әрекеті — оқу мақсаттары — шәкірт іс-әрекеті» онда тұжырымдалған қасиеттерімен (оқыту заңдылықтарымен)

негізгі қатынасы іс жүзінде іске асырылады [3]. Яғни, бұл іс-әрекет түрлерінің тәсілдері өзара қатынаста болады. Сондықтан, қарастырылатын іс-әрекет түрі неғұрлым нақты болған сайын, ол іс-әрекет тәжірибеге соғұрлым жақын болады. Оқу іс-әрекеттің тиімді түрі ізденіс-зерттеушілік іс-әрекеттің тәсілдері, көрсетілген іс-әрекеттің әрқайсысына тән тәсілдердің бөлігі ретінде қарастырылады. Бірақ, ізденіс-зерттеушілік іс-әрекетті арнайы бөліп, оның ерекше бағытын және көрінісін, сондай-ақ оқу іс-әрекетінің жалпы тәсілдерін қарастырған кезде, «байқалмайтын» және «есепке алынбайтын», ерекше бағыты бар тәсілдерді де негізгі тәсілдермен қатар ендіруді мақсат еттік.

«Тәсіл» түсінігін сипаттайтын негізгі белгілерді анықтайық:

— Әрекеттердің, амалдардың белгіленген реті, сонымен қатар олардың өзгеруі туралы пікірлер;

— Қойылған талаптардың ұқсастықтарына негізделіп біріктірілген, әртүрлі типтегі көптеген тапсырмаларды орындау кезінде, әрекетті жалпылаудың үлкен немесе кіші дәрежесін қолдануға мүмкіндік береді;

— Белгілі мақсатқа қол жеткізу жоспарында, ол әрекеттердің қажеттілігі мен әлеуетінің пайдасын өз кезегінде тәсілді таңдауға (тапсырманы шешу әдісін таңдау, оның мазмұны мен оқушының дайындық деңгейімен анықталады), мақсатқа жетуге сәйкес шарттар болуы тиіс;

— Анықталған тәсіл негізінде түрлендіру және жаңа тәсіл жасауға қабілеті;

— Ол әрекеттерді объективтендіру мүмкіндігі, «субъектіден» бөлініп, басқа субъекттерге «берілуі», яғни объективті түрде тәсіл, нұсқау, ереже, нұсқаулық және т. с. с. түрде болуы.

Белгілі тапсырмаларды шешуге мүмкіндік беретін тәсілдер — шешу іскерлігі және әдістеріне қарағанда, сыртқы факторларға төмен деңгейде бағынатын себепті, оларды «көрінбейтіндер» деп атауға болады. Тәсілдер — мақсатпен, әдістер — тапсырмалармен, іскерлік — субъектінің жеке басын сипаттаумен анықталады. Аталған сипаттамалық белгілер, тапсырмаларды шешу әдістері үшін де қайталануы мүмкін, бірақ олардың әрекетінің қосымша құрамдас аймағы, онда анықтайтын әрекеттердің нақты болуымен байланысты.

Сонымен, іс-әрекет тәсілдері деп әрекет ретін көрсететін, бірлескен идеялардың жалпы мақсаттарына, нәтижесіне, берілген тапсырмалардың шешілу үдерісін бейнелейтін, жүйесіне тәуелді әрекетті айтамыз. Мысалы, нақты тапсырманы шешу кезіндегі алдын-ала нұсқаудың, бағыттаушы ережесінің болуы және т. б.

Оқу іс-әрекет тәсілдері (ойлау, ақыл ой) құрамы негізінде анализ, синтез, салыстыру, негіздеу, жалпылау, жіктеу және т. с. с. тәсілдерді атайды. Математикалық іс-әрекеттің жетекші тәсілдерін анализ және синтез тәсілдері анықтайды [4]. Ол тәсілдерді сипаттайтын әрекеттер нұсқау немесе анықтама түрінде көрсетіледі.

«Ізденіс-зерттеушілік іс-әрекет» түсінігін сипаттайтын белгілерді ескере отырып, берілген іс-әрекет түріндегі тәсілдер, көптеген оқу әрекетіндегі тәсілдерде ойлау

және ақыл ой тәсілдері болады. Ізденіс-зерттеушілік іс-әрекет тәсілдері деп белгілі ретпен орындалатын, күрделі тапсырмаларды шешуге бағытталған және нұсқау, нұсқаулықтарды белгілі ойлау операцияларында пайдаланатын әрекет жүйесін түсінеміз.

Зерттеушілік іс-әрекет тәсілдері проблемалық жағдайдан шығу амалын іздеу, ойлау процесін (шешілетін тапсырма туралы ақпараттың толық болмауы, алдын-ала белгісіз алгоритмдік әрекеті бар тапсырмалар, сонымен қатар іріктеу әрекеті), зерттеу іс-әрекетін жүзеге асыруды көрсетеді. Олардың негізгі мақсаты — студенттердің әрекетін белгісіз нәрсені іздеуге бағдарлау, зерттеушілік сипаттағы әрекетке бағыттау.

Зерттеушілік іс-әрекеттің кезеңдері және оларға сәйкес әрекеттері, іс-әрекетті жүзеге асыру кезеңдері бойынша тәсілдерін жіктеуге мүмкіндік берді. Тәсілдің 6 нақты түрі анықталды, олар:

1. Жаңа білімдерді қабылдауға дайындық тәсілдері.
2. Проблемалық тапсырмаларды ұсыну.
3. Бастапқы (тәжірибелік) зерттеу мәселелері және оны шешу жолдарын жоспарлау тәсілдері.
4. Жоспарды іске асыру тәсілі
5. Орындалған жұмыстың нәтижесін бағалау тәсілдері.
6. Нәтижені қолдануға дайындау тәсілдері.

Студенттердің әр түрлі топтарға жататын ізденіс-зерттеушілік тәсілдердің құрылымын ұсынайық.

Бірінші топқа, студенттердің ғылыми еңбегін ұйымдастырудың жолдарын талдау тәсілдері негіз болды. Студентке дайындық жұмысы барысында өзін-өзі басқарумен айналысуға мүмкіндік беретін төмендегідей тәсілдер белгіленді. Олар:

— Үй жұмысын ұйымдастыру тәсілдері: есте сақтау, тексеру, нақтылау және кеңейту, құрылымын жасау (негізгі және қосымшаны ажырату) және алған білімдерін жүйеге келтіру, берілген материал мен тәжірибелік жұмыс бойынша іс-әрекет тәсілдерін, есте сақтау үшін қиын-әрекет ережелерді құру;

— Өзін-өзі бағалау тәсілдері: өзін-өзі тексеру, өзін өзі бағалау (теориялық білімдермен тәжірибелік іскерлікті, жақсы нәтижеге жету үшін жасалған жұмыстың жалпы көлемін бағалау);

— Білімнің жеткіліксіздігін жеңу тәсілдері: кеңестерге дайындық тәсілдері, қиыншылық пайда болған кезде сұрақ қою тәсілдері, оқу ақпарат көздерімен жұмыс жасау тәсілдері, дәрістермен, қосымша оқу әдебиеттерімен, ақпараттық ресурстармен және т. б. жұмыстар.

Біздің жіктеудегі екінші топтағы тәсілдер, студенттерге проблемалық тапсырманы шешуде көмек көрсетуді, сондай-ақ күрделі тапсырмаларды өз бетінше құрастыруға бағыттайды. Проблеманы құрастыру тәсілдерін қалыптастыру және проблемалық жағдайды жасау, болашақ мұғалімдер үшін өте маңызды, себебі ол тиісті әдістемелік тәсілдерді қалыптастырудың негізі. Берілген тәсілдерді қарастыру кезінде проблемалық оқытудың негізгі ережесі есепке алынады.

Проблемалық оқыту процесі екі кезеңнен тұрады:

1) проблемалық жағдайды туғызатын, тәжірибелік немесе теориялық тапсырманы жасау кезеңі;

2) бұл проблемалық жағдайда белгісізді іздеу кезеңі, ол оқушының өз бетінше іздену (жоғары сыныпта және ЖОО) немесе қойылған мәселені шешуге қажетті ақпаратты оқытушының тапсыруымен іске асыруы.

Проблемалық жағдай белгілі жағдаймен қол жеткізілетін белгісіз жағдай арасындағы қайшылық. Проблемалық оқыту жағдайын тудыру оқытушыға оқу тапсырмасын ұсыну түрінің алғашқы шарты болып табылады [5].

Проблемалық жағдайлар екі түрге бөлінеді: танымдық және зерттеушілік.

Танымдық проблемалық жағдай жаңа оқу материалымен алғашқы танысуда әртүрлі тәсілдер арқылы жүргізіледі: түсініктің тәжірибелік және теориялық рөлі туралы хабарлама, шешуге тура келетін мәселенің тарихы туралы әңгіме, білім алушыларға әлі шешімі табылмаған тапсырмаларды ұсыну және т. б.

Зерттеушілік проблемалық жағдайлар танымдық тәсілдер арқылы жүзеге асады, бірақ оларда проблема басқаша қойылады. Егер, танымдық проблемалық жағдай бір нәрсені тану, көру, анықтаудан тұрса, зерттеушілік — проблемалық жағдайда белгілі бір құбылыстың пайда болу себептерін анықтаудан және қайшылықты шешу тәсілдерінен тұрады.

Үшінші топ тәсілдеріне жататын әрекеттер, проблемалық тапсырманы таңдаумен байланысты, жетіспейтін деректерді жинау, алған нәтижелерді жалпылау, шешу жолын жобалау әрекеттеріне жауап береді. Олардың арасынан келесі тәсілдер бөлінеді: нақты материалдарды жинау, бақылау, алынған нәтижелерді жіктеу, шешім жобасын жасау, шешімнің ойлау процесінің моделін құру, ақпаратты сызба түрінде ұсыну, оқу материалдарының негізгісін анықтау, жеке тәжірибелік және теориялық деректерді жалпылау, сол нәтижелер негізінде тұжырымдарды қалыптастыру және т. б. Бұл топтағы тәсілдердің негізі болжам жасау тәсілі болып саналады.

Болжам дегеніміз құбылыстардың себеп-салдарлық заңдылықтары туралы болжамды пікір, ғылымның даму формасы. Практикада болжам оқу сабақтары кезінде білім алушылардың шығармашылық, өз бетінше жұмыс істеуі немесе оқу зерттеулерін ұйымдастыру тәсілі ретінде пайдаланылады.

Болжам жасау дегеніміз белгілі заттар мен құбылыстардың қасиеттерін алдын ала білу іскерлігі деп айтсақ болады. Осы сұрақ бойынша әдебиеттерді талдау студенттердің

Әдебиеттер:

1. «Төртінші өнеркәсіптік революция жағдайындағы дамудың жаңа мүмкіндіктері» Қазақстан Республикасының Президенті Н.Назарбаевтың Қазақстан халқына Жолдауы. 2018 жылғы 10 қаңтар).
2. Қазақстан Республикасында білім беруді және ғылымды дамытудың 2016–2019 жылдарға арналған мемлекеттік бағдарламасы: Жарлық № 205 01.03.2016. — Астана, 2016. — 70 б. //http:akorda.kz.
3. Әбілқасымов А. Е., Омарова Р. С. Мұғалімдердің танымдық ізденімпаздығын қалыптастыру негіздері. — Алматы: Ғылым, 2003. — 143б.

белгілі бір іс-әрекетінің басым болуын анықтайтын болжамдарды жасауға, жолдарын анықтауға мүмкіндік берді:

— болжам күтпеген кезде, түйсік арқылы пайда болады;

— болжам тәжірибе, эксперимент негізінде жасалынады;

— айқындалған тәжірибенің нәтижесін пайдалану арқылы, болжам ұқсастықтан пайда болады;

— болжам индуктивті жолмен, яғни жекеден жалпыға ой-қорыту арқылы пайда болады;

— болжам дедуктивті жолмен, яғни жалпыдан жекеге қарай жасалған ой қорытудан пайда болады.

Төртінші топқа жататын тәсілдер, оларды болжау, тексеру, дәлелдеу әрекетімен көрсетіледі. Сондықтан, бұл топтағы тәсілдер, жобалауды іске асыруға ауыстыру, логикалық бір-бірінен ой қорытулар жасау, себеп салдарлық байланыстарды ашу, тексеруші тапсырмалар жасау, болжамды нақтылау тәсілдері деп бөлінеді.

Бұл топтағы жетекші тәсіл — болжамды дәлелдеу тәсілі, өйткені оның құрамына сол топтағы басқа тәсілдердің кейбір әрекеттері енеді және оған зерттеушілік іс-әрекеттің берілген кезеңіндегі негізгі ауысуларды (болашақ математика мұғалімдерін үйрету үдерісінде өте маңызды) өзі орындайды. Зерттеушілік іс-әрекеттегі тексеру кезеңі — міндетті түрде, болжамды ұсыну кезеңінен кейін басталады.

Жұмыс нәтижесін қолдануға дайындық тәсілдері ретінде (алтыншы топ тәсілдері) келесі тәсілдер айқындайды: табылған шешімнің қолдану шекарасын анықтау, рефлексияны іске асыру — жұмыс нәтижесін бағалау; алынған нәтижелерді нақтылау; тезистерді жазу; тақырып бойынша хабарлама дайындау және т. б.

Болашақ мұғалімдердің зерттеушілік тәсілдерінің ішінде, келесі тәсілдер ерекше қарастырылады [6]: *Проблеманың қойылу тәсілі, Болжамды ұсыну тәсілі және Болжамды дәлелдеу тәсілі.*

Сонымен тәсілдер бойынша орындалатын келесі әрекеттерді атап көрсетеміз: анықтау, тану, қолдану, көшіру, жалпылау, нақтылау, құру және блок-сызба немесе кесте түрінде құрамын ұсыну. Негізгі әрекеттерге тәсілдерді ауыстыру, яғни білім алушылар ол тәсілдерді жаңа жағдайда пайдаланады, тәсілдерді табуға, ауыстыруға қарағанда белсенді оқу іс-әрекетін талап етеді. Тәсілдерді меңгеру және пайдалану туралы айту үшін, студенттерде тәсілдерді қалыптастыру үдерісін түсіндіру қажет деп санаймыз. Бұл тәсілдерді болашақ мұғалімдерге «Компьютерлік модельдеу және дизайн» курсының оқыту үдерісінде жүзеге асыру біздің мақсатымызға сай келеді.

4. Ильицкая И. А. Проблемные ситуации и пути их создания на уроках. — М.: Знание, 1985. — 4б.
5. Далингер В. А. Поисково-исследовательская деятельность учащихся. Омск: ОмПГУ баспасы, 2005. — 71б.
6. Сыдықов Б. Д., Муратбекова М. А. Болашақ математика мұғалімдерінің ізденіс-зерттеушілік іс-әрекеттерін ұйымдастырудың тәсілдері. Хабаршы. «Физика-математика ғылымдары» сериясы. — № 2(58), Абай атындағы ҚазҰПУ. Алматы, 2017. — Б.95–100.

Заманауи университет web сайты

Тұрлығажы Ерасыл Сейтқанұлы

Бұл мақалада университеттердің веб сайтының маңызы, орны және заманауи проблемалары қарастырылған. Бір қатар анализдердің көрсеткіштері келтірілген. Және де сайттың университет танымалдығына қалай әсерін тигізетіні жайлы сөз қозғалады. Сайттың түлектерді іздестіруде, инвестициялар тартудағы орны жайлы да айтылған. Мақалада қарастырылған тағы бір тақырып, ол университеттердің сайттарының структурасы. Қазіргі сайттардың басты проблемасы көрсетілген. Ол сайттың мазмұн құрастыруы. Желідегі жаңа заманауи сайттарда мазмұн пайдаланушылардың қалауымен өзгеруі қажет екені дәлелденеді. Көтерілген тағы бір өзекті мәселе жаңа тренд веб қызметтер. Веб қызметінің не екендігі жайлы және оның университет сайтына берер пайдасы жайлы сөз қозғалады. Веб қызметтерді қолдана отырып интернетке кең танымал болу мүмкіндігі бар.

Кілттік сөздер: университет, сайт, мазмұн.

Современный web сайт университета

Турлығажы Ерасыл Сейтқанович, студент магистратуры
Карагандинский государственный технический университет (Казахстан)

В этой статье рассматриваются важность, положение и текущие проблемы университетских веб-сайтов. Приведены показатели ряда анализов. Также рассказывается о том, как сайт влияет на популярность университета. Также упоминается роль сайта в поиске выпускников и привлечении инвестиций. Еще одна тема, которая освещается в статье, это структура университетских сайтов. Основная проблема с сегодняшними сайтами. Это контент-дизайн сайта. Новые современные сайты в сети доказывают, что контент должен наполняться пользователями. Еще одна актуальная проблема — новая тенденция веб-сервисов. В статье описывается о том, что такое веб-сервисы и как они могут быть полезны для веб-сайта университета. С помощью веб-сервисов можно стать более популярным в Интернете.

Ключевые слова: университет, сайт, контент.

Modern web site of the university

Turlygazhy Yerassyl Seitkanuly

This article discusses the importance, position, and current problems of university websites. The indicators of a number of analyzes are given. It also talks about how the site affects the popularity of the university. Also mentioned is the role of the site in finding graduates and attracting investment. Another topic covered in the article is the structure of university sites. The main problem with today's sites. This is the content design of the site. New modern sites on the network prove that content should be filled with users. Another pressing issue is the new trend of web services. The article describes what web services are and how they can be useful for a university website. Using web services can become more popular on the Internet.

Keywords: university, site, content.

Кіріспе

Бүгінгі таңда университетті өзінің ресми веб-сайтысыз елестету мүмкін емес. Егер 1990 жылдары веб-ресурс оқу орнының презентациясы ретінде жұмыс істесе, қазіргі

таңда ол оқу, ғылыми және экономикалық қызметтердің жедел құралына айналды. Қоғамды және оның институттарын ақпараттандыру процесі университеттердің қазіргі заманғы ақпарат пен коммуникацияны белсенді қолдануы

қажет екенін айқындады. Жоғарғы білім берудің ақпараттық технологияларды қолдануда бай тәжірибесі бар. Мәселен, электрондық оқыту, ғылыми-зерттеу жұмыстары, оған қоса осы тәжірибелердің едәуір бөлігі Интернеттің дамуымен байланысты. Алайда, ХХІ басталуымен жаһандық желіде елеулі өзгерістер орын алуда. Сол себепті де алынған тәжірибе енді жеткіліксіз. Халықтың «Интернетке қосылуы» желілік байланыстың, ақпаратты іздеудің және талдаудың жаңа нысандарының пайда болуына әкеледі. Әлеуметтік желілер мен web 2.0 қызметтерінің дамуы веб-сайтты дамытудың жаңа бағыттарын анықтайды.

Жаңа тенденциялар коммерциалық сайттарда бірден, уақыт жоғалтусыз қолданысқа енуде. Және осы тенденцияларды пайдалануде жоғарғы білім беру орындарыда шет қалмауы қажет. Бірақ, өкінішке орай университеттердің сайттары бірден жаңа тренді пайдалануға енгізе алмайды. Оған мынандай себептер бар, жоғары қоғамдық білім берудің күрделі ұйымдастырушылық құрылымы, қаржылық ресурстардың жетіспеуі және консерватизм.

Негізгі бөлім

Университеттерді өз сайттарын актуалды ұстауына бірден бір себеп — ол студенттер мен инвестициялар үшін күрес. Және тағы бір себеп, заманауи университеттердің рейтингін құрастыру барысында олардың сайттарын есепке алуы.

2007 жылғы қарашада өткен Халықаралық сарапшылар тобының (IREG) үшінші отырысында Webometrics рейтингі енгізілді. Бұл рейтинг келесі мәселелерді ескереді:

толтырымы бойынша, университеттің веб-сайттарының қолдауы мен танымалдылығы бойынша. Ал осы өлшемдер бойынша жоғары нәтижеге қол жеткізу тек белсенді пайдалану кезінде ғана мүмкін болады. Қолданушылардың белсенділігін арттыру үшін сайт мазмұнын қалыптастырудағы жаңа тәсілдер және оған мақсатты аудиторияны тарту бойынша жұмыс жасау қажет. Дәл осы міндеттерді көптеген университеттің сайттары шешуді үйренуі керек.

Сайттағы ақпаратты құрудың және ұйымдастырудың жаңа әдістері соңғы бес жыл ішінде Интернетте пайда болған өзгерістерге байланысты. Осы уақытта веб-ресурстарды пайдаланушы ақпаратты тұтынушыдан оны өндірушіге айналады. Бұндай заманауи технологиялар сайттарда пайдаланушыға мазмұнды оқып қана қоймай, оны құруға да мүмкіндік береді. Қазіргі пайдаланудағы тренд: тез және оңай, интуитивті интерфейс, жеңілдетілген жариялау және модерация жүйесі. Әлеуметтік желілердің дамуы сізге қажетті және қызықты адамдарды оңай және тез табуға, олармен байланыс орнатуға және қолдауға, араласу шеңберіңізді кеңейтуге мүмкіндік береді. Осы өзгерістердің кішігірім бір себебі трафиктің құнының төмендеуі және байланыс арналарының жеделдетілуі. Интернеттегі медиа контент алуан түрлі (онлайн радио және теледидар, подкастинг, вебинарлар). Қазір интернет-ресурстар тек мәтіндер, суреттер, дыбыс, видео ғана емес, сонымен бірге веб-қосымшалар көптеп кездеседі. Жаңа контенттың

пайда болуы жаңаша пайдалану түріне алып келді. Интернетте ақпаратты пайдалану және өндіру технологиясы ғана емес, сонымен қатар желілік қызмет формалары да өзгертілген. Мысалы, блог веб-ресурстың түрі, ол адамға интернетте ақпаратты жариялаудың дәстүрлі міндетін шешумен қатар, пайдаланушыға байланыс, өзін-өзі таныстыру, әлеуметтік байланыстарды құру, қолдау, рефлексия, психотерапия сияқты мүмкіндіктер береді. Осы үлкен өзгерістерге қарап отырып орынды сұрақ туындайды: университеттің сайттары өзгерді ме?

Шынында да, отандық университеттердің сайттарында инновациялар байқалады. Оны интернет дамуының жалпы тенденцияларымен байланыстыруға болады.

Мәселен, егер бұрын сайттағы ақпаратты ұйымдастыру үшін таксономия әдісін қолданса (иерархиялық немесе ағаш құрылымы), қазір қырларды жіктеу әдісі (әртүрлі негізде бір уақытта бірнеше тәуелсіз жіктеу) жиі қолданылады. Таксономия мазмұнды ұйымдастыруда дәстүрлі тәсілмен келесі университеттің қызмет салаларында айқын көрінеді «Білім», «Ғылым», «Мәдениет», «Спорт» бөлімдері. Таксономиялық тәсілдің кемшілігі, мұндай жіктеуіште объект тек бір иерархияның түйініне бекітілуі мүмкін, және де мұндай құрылымның көмегімен осы объектінің барлық қажетті қасиеттерін сипаттау мүмкін емес.

Ал сайтта сыртқы жіктелуді қолданған кезде навигацияға қосымшалар ұсынылады, мысалы, мақсатты аудиторияның түрі бойынша («Талапкерлер» тарауы, «Студенттер», «Магистранттар», «Оқытушылар», «Түлектер», «Бизнесмендер», «Журналистер»). Фасадтардың жіктелуі ресурстың қолданылуындағы ыңғайлылығын жақсартады, әр түрлі пайдаланушыларға қажетті ақпаратты тез табуға мүмкіндік береді. Бірақ бұл ең озық шешім емес.

Желідегі жаңа заманауи сайттарда мазмұн пайдаланушылардың қалауымен өзгереді. Интернеттің бұл жаңа әдісі фолкономия деп аталады (бөлісу тәжірибесі, кездейсоқ тандалған белгілер арқылы ақпаратты санаттау, тегтер). Желінің қолданушыларына түсінікті және таныс «тегтер бұлты» (сайттағы фолкономияның белгісі) әлі университеттің веб-ресурстарында табылған жоқ. Бір жағынан, бұның себебі сайт мазмұнын басқару жүйесін түбегейлі қайта құру қажеттілігінде. Екінші жағынан, бұл тәсілде ешқандай құрылым болмаған жағдайда заттар арасында элементарлық қатынастар (жыныс — түрлер) болмайды. Сондықтан, жалпы немесе жеке белгілері бар объектілерді табу мүмкін емес. Сондықтан жақсы әдіс — фолкономия мен таксономияны біріктіру. Ыңғайлы, семантикалық ұйымдастыруға мүмкіндік беретін тәсіл. Фольксо-таксономиялық тәсіл қазіргі заманғы веб-жобаларда сәтті қолданылуда.

Веб-қызметтер (веб арқылы қол жетімді бағдарламалар) Интернет-аудитория арасында ерекше танымалдыққа ие болды. Академиялық ортада қазірдің өзінде өз пайдасын жасауға талпыныс бар. Веб-қосымшаларды пайдалану мысалдары қазір көптеп кездеседі. Мысалы, Бурят мемлекеттік университетінде Google қызметтерін енгізу тәжірибесі енгізілуде.

BSU баспасөз қызметінің қызметі: <http://news.bsu.ru>. Сайтта автоматтандырылған аударма жасауға мүмкіндік беретін сайт іздеу жүйесі және Google аудармашысы сияқты Google қызметтері қолданылады 30-дан астам тілде сайт мәтіндерін оқуға мүмкіндік бар. Ал өздерінің веб-қосымшаларының мысалы — Томск мемлекеттік университетінің сайтындағы ЕГЭ калькуляторы: <http://abiturient.tsu.ru/?do=calc>

Веб сайттарды бағдарламалауда жаңа тенденция интерфейстердің эргономикасы мен динамикасы. Стильді дизайн да маңызды, қазірде web 2.0 түстер гаммасын қолдана отырып, жайлы ортаны құруды қамтиды.

Ал динамика дәл қазіргі уақытта веб-интерфейстерде Ajax технологиясы (қолданушы интерфейсіні құру арқылы) арқылы іске асады. Оның басты ерекшелігі веб-парақты қайта жаңаламай, пайдаланушыға қажет деректерді асинхронды түрде жүктейді). Бұл қазіргі заманғы сайт құру тренді.

Веб-сайттарды әзірлеу кезінде веб-2.0 технологияларын белсенді қолдануға қарамастан, университеттер әлі де Интернеттің коммерциялық сегментінен қалып отыр және өздерінің ресми веб-өкілдіктерінде фолкномия, вики (парақтарды ұжымдық құру), вебинарлар (ашық онлайн-семинарлар) сияқты жаңалықтарды енгізуге батылы жетпейді. Батыс елдерінің мысалына көз жүгіртсек, мысалы, Ұлыбританияның ашық университетінің тәжірибесі бұл тұрғыда пайдалы болуы мүмкін.

Университет порталының қызметтерінің бірі — Платформа (www.open.ac.uk/platform/) — мақалалар оқуға, жаңа адамдармен кездесуге және талқылауға арналған орын. Жүйе бүкіл әлемге ашық және құрамында білім беру туралы мақалалар, блогтар, ойындар, музыка және басқа да ойын-сауықтар бар.

Британдық университет топты ұйымдастырып, ең танымал ағылшын тіліндегі Facebook әлеуметтік желісіне мүқият кірісті.

Ұлыбританиялық университет әлеуметтік желідегі белсенділігімен де үлгі бола алады. Америкалық Facebook әлеуметтік желісінде оқу, жұмыс пен жеке өмір жайында көптеген ақпарат табуға болады. Бұл топта университеттің кітапханасы бар, сіз ең соңғы жазбаларды, материалдарды электронды түрде көре аласыз, кітаптарға тапсырыс бере аласыз. Facebook үшін арнайы қосымшалар жасалды. Мысалы, «Құрстың профілін» көрсетуге мүмкіндік береді.

Университеттер сайтындағы тағы бір өзгеріс бұрын жарнама пайдаланбауға тырысса, негізінен пресс-релиздер мен хабарландыруларды пайдаланым, ал қазір алдыңғы беттерде жарнама орнату қалыпты жағдайға айналды. Айтар сөзін аудиторияға, жүгіру сызықтарына және бейнелерге салын, оны әсер ететін баннерлерге орналастырады. Ең көрнекті позиция ол басты бет. Ком-

мерциялық тұрғыдан қарасақ, ақпаратты басты параққа орналастыру өте маңызды, ақпаратты көретін аудитория үлкееді.

Жоғары білім игере бастаған желілік жарнаманың тағы бір жаңа әдісі — іздеу жүйелерінен контекстік жарнаманы сатып алу. Мысалы, сіз Яндекске «Қашықтан оқыту», «Дамыта оқыту» сияқты тақырыптарды бірінші позицияда іздегенде іздеу нәтижелері әрқашан бір орталыққа сілтемені көрсетеді. Кейбір университеттер, әсіресе мемлекеттік емес университеттер, іздеу жүйелеріндегі нақты сұраныстар үшін өздерінің жарнамаларын шығару мүмкіндігін жоғары бағалады. Мысалы, Yandex. Direct қызметі өз клиенттеріне Яндекс беттері мен сайттарына контекстік жарнаманы орналастыруға мүмкіндік береді. Бұл тиімді сату құралы, коммерциялық секторда бұрыннан қалыптасып келеді, қазір жоғарғы мектеп үшін өзекті.

Қазіргі қоғамда әлеуметтік, мәдени, экономикалық және саяси институттардың дамуы ақпараттық-коммуникациялық технологиялардың белсенді қолданумен жүреді. Бұл технологияларды жаңғырту сөзсіз оларды қолдану әдістерін өзгерту қажеттілігіне әкеледі. Жыл сайын мемлекеттік институттарды АҚТ-ны өзгертуге бейімдеу процесі жылдамдауда. Бүгінгі күнде интернет-технологияны қоғамдық өмірге енгізу, коммерциялық ұйымдар ашу ұтқыр жүйелер ретінде көшбасшы болып табылады. Қазіргі уақытта университеттің сайттары ақпараттық-коммуникациялық кеңістіктегі өзгерістерге тез жауап беруі керек. Бұл оларға табыс табуға және рейтингтерін сақтауға мүмкіндік береді.

Қорытынды

Қорытындылай келе айтатыным заманауи веб-ресурстың танымалдығы көбінесе пайдаланушылардың оның мазмұнын қалыптастыруға қатысуына байланысты. Келушілерге блог түрінде өз бетінше жариялауға мүмкіндік беру дегеніміз пайдаланушылардың байланысын жүзеге асыру, мазмұнды жиі жаңартып отыру және оның мақсатқа сәйкестігі мәселелерін тиімді шешу. Қазіргі таңда интернетте келесі қағида айқын көрінеді: сайтта әр түрлі авторлар көптеп жазған сайын, оның мазмұны неғұрлым қызықты және алуан түрлі болып келеді. Сол себебті де жеке немесе ұжымдық блогты сайтқа енгізу желілік белсенділіктің әртүрлі нысандарын көрсете алады.

Тағы бір университет сайтына үлкен плюс ол Веб қызметтер. Веб қызметтер, яғни веб арқылы қол жетімді бағдарламалар, интернет-аудиторияда кең танымалдылыққа ие болды. Бұл басқа бағдарламалаушылардың университет сайтына қосымша ретінде сайт жасауларына, мобильдік қосымшалар жасауына мүмкіндік береді. Университет сайтының танымалдылығы артады.

Осы айтылған мәселелерді қорытындылай отырып айтарымыз университет сайтына көптеп көңіл бөлу университеттің дамуына үлесін тигізери сөзсіз.

Әдебиет:

1. Снелл, Нэд Абсолютно ясно о создании Web-страниц и Web-сайтов; СИНТЕГ — М., 2015. — 224 с.

2. Ищенко В. А. 100 % самоучитель. Web-дизайн. Создавай свои сайты; Технолоджи-3000, Триумф — М., 2009. — 144 с.
3. Фримен Э. Изучаем HTML, XHTML и CSS Питер, 2019 г. 720 с
4. Никсон Робин Создаем динамические веб-сайты с помощью PHP, MySQL, JavaScript, CSS и HTML5 Питер 2017768 с

МОЛОДОЙ УЧЕНЫЙ О'ЗБЕКISTON

Саҳна нутқининг билимдони Лола Хўжаева

Джуддикараева Хатира Таштемировна, доцент
Ўзбекистон давлат санъат ва маданият институти (Тошкент)

Мазкур мақолада сўз санъатининг билимдони профессор Лола Хўжаеванинг ижод йўлига назар ташланган бўлиб, санъат оламида ўзинг услуги, актёр талабалар билан ишлаш йўллари, саҳна нутқига қўшган хиссаси ҳақида кенг ёритилган.

Калит сўзлар: Нутқ, овоз, устоз, саҳна, жаранг, нафас, актёр, санъат.

Мастер сценической речи Лола Ходжаева

Джуддикараева Хатира Таштемировна, доцент
Государственный институт искусств и культуры Узбекистана (г. Ташкент)

В данной статье рассматривается творческий путь Лолы Худжаевой, мастера сценической речи, освещается ее стиль в мире искусства, способы работы с учениками, а также ее вклад в сценическую речь.

Ключевые слова: сценическая речь, голос, учитель, сцена, дыхание, актер, искусство.

Барчамизга маълумки, таълим тўғрисидаги қонун ва кадрлар тайёрлаш миллий дастурининг қабул қилиниши ва ҳаётга татбиқ этилиши натижасида мамлакатимизда узлуксиз таълим жараёни юзага келди. Республика олий ўқув юртларида бир неча йилдан буён юқори малакали кадрлар тайёрлаш бўйича бакалавр ва магистратура йўналишларида таълим-тарбия ишлари олиб борилмоқда.

Келажак авлодни тарбиялашда санъатнинг ўрни ва аҳамияти ниҳоятда катта. Шу сабабли Ўзбекистон давлат санъат ва маданият институтидабилимми, истеъдодли, маънан етук кадрларни тайёрлаш давримизнинг энг долзарб вазифаларидан бирига айланди. Бугунги кун талабига жавоб берадиган, замонавий фикрлайдиган, серқирра, маҳоратли режиссёр ва актёрларни тайёрлаш жараёни, актёрлик маҳорати ва саҳна нутқи кафедралари олдига катта ва оғир масъулиятни юклайди.

Ушбу вазифаларни ситқидилдан, бутун билими, иқтидори ва маҳорати билан бажаришга интилган устозлардан бири профессор Лола Хўжаева қолдирган мактаб институтининг ижодий жараёнининг маҳсулдорлиги ва салоҳиятига, театр санъати педагогикасининг йилдан-йилга тажриба орттириб такомиллашишига ўзининг самарали хиссасини қўшиб келаётган беназир ижод соҳибларидан бири десак муболаға бўлмайди.

Устоз бутун билими, меҳр қўрини бериб тарбиялаган, мустақил ижод йўлига учирма қилган ёш мутахассислар Лола опадан олган билим ва сабоқлари, ўғит ва маслаҳатлари, саҳна нутқи ва актёрлик маҳорати сирлари натижасида эл-юрт хурматиға сазовор бўлиб, хизмат кўрсатган, артисти деган номларға мушарраф бўлдилар.

Маннон Уйғур номидаги Тошкент давлат санъат институти (ҳозирда Ўзбекистон давлат санъат ва маданият институти) нинг шаклланиши, санъат институтилари орасида ўз мавқеиға, ўз мактабиға эға бўлшида ҳам Лола опанинг озми-кўпми хиссаси бор. Сабаби Лола опа ўзининг педагогик фаолиятини шу институтда бошлади, саҳна нутқи фанининг услубияти ва илмий йўналишиға асос солди, педагог сифатида тажриба орттирди, институт мактабининг шаклланиши ва чет давлатларда тан олиншиға улкан хисса қўшди.

Иккинчидан, Лола опа, институт ўқув жараёнининг такомиллашиб бориши, янги-янги бўлимлар ва кафедраларнинг ташкил қилинишида ҳам фаолиштирок этиб, ўзининг ташкилотчилик, раҳбарлик имкониятларини намойиш этди.

Лола опа саҳна нутқи кафедраси педагоглари орасида биринчи бўлиб, янги ташкил қилинган институтда саҳна нутқи фанини талабалар томонидан ўзлаштирилиши, бу соҳадаги кафедра ўқитувчиларининг изланишлари, ютук

ва муаммоларини илмий асосда таҳлил қилишни ўз зиммасига олган мураб — бийлардан.

Устоз Ўзбекистон халқ артисти, профессор марҳум Назира Алиева, Абдурахим Сайфиддинов, Сотимхон Иномхўжаев, доцент Иноятилло Пўлатовлар билан биргаликда, ёнма-ён туриб, устоз ва шогирд бўлиб, ўзбек миллий саҳна нутқи мактабини яратди. Лола опа Назира Алиевадан кейин кўп йиллар давомида, «Саҳна нутқи» кафедрасига раҳбарлик қилди, саҳна нутқи амалиёти ва назариёти учун ўта зарур бўлган услубий қўлланмалар яратди. Шунинг учун ҳам Лола опанинг институт олдидаги хизматлари катта дейишга ҳақлимиз.

Мен Лола опанинг саҳна нутқи фанидан амалий ва назарий машғулотларини кўп йиллар давомида кузатиб борганман. Бу талабчан, шу билан бирга ёш мутахассисларга меҳрибон, қалби дарё, оқибатли, саҳий инсон йиллар ўтиб менинг устозимга айландилар.

Устоз талабалар билан ишлаш жараёнида эркин фикрлашга ундар эди. Пьеса устида иш олиб борилаётган жараёнда, асардаги муҳитни саҳнада яратишни ва ҳар бир талаба ўз мантиқий тушунчаси бўйича ижро этишни вазифа қилиб қўярди. Ҳар бир курс учун янги бир асарни инсценировка қилиб, курс имкониятлари даражасига мослаб саҳналаштирар эди. Шу жумладан, талабалар ҳам инсценировка қилиш услубини ўзлаштириб, режиссёрлик маҳоратини ҳам шакллантириб боришарди. Шогирдлари орасида актёрлар, режиссёрлар кўплаб етишиб чиққан. Устоз билан ўтказган суҳбатлардан мен саҳна нутқи фани, актёрлик маҳорати фанининг асосий ва муҳим қисми ҳисобланади деган фикрга эга бўлдим.

«Актёрлик маҳоратида нутқ билан бирга бадан пластикаси, нафас органлари, нутқ аппарати, овознинг кучи, ширдорлигигача барчаси баробар хизмат қилади», деб таъкидларди устоз ўз талабаларига. Лола опа курсга актёрлик маҳорати ёки саҳна нутқи фанидан машғулотларга замонавий ёки классик асарлардан намуналар олиб келганларида, биринчи навбатда пьеса ёки проза муаллифи ҳақида қисқа маълумот берарди. Классик асар бўлса, унинг саҳнавий тарихига батафсил тўхталиб, образлар таҳлили ва талқини тўғрисида етарли маълумотларни берарди. Ана шундан кейин талабаларнинг фикр-мулоҳазалари билан қизиқар, пьесадаги ёки романдан парчадаги қайси рол қайси талабанинг табиатига, имкониятига тўғри келишини аниқлашга ҳаракат қиларди.

Лола опа педагогик усулининг менга яқин томони, устознинг асар танлашдан, саҳна нутқи учун материал йиғишдан тортиб, роллар тақсимоли, образлар устида ишлаш, диплом спектаклининг яратилиши жараёнига бастакор, рассом, рақс ўқитувчилари ва бошқа мутахассисларни жалб қилиш масаласига ижодий ёндашишида деб биламан.

Лола опа қаттиқ қўл, талабчан, масъулиятни яхши ҳис қиладиган, ўқиш ва меҳнат интизомига қаттиқ риоя қилишни талаб қиладиган педагоглардан эди.

Дарҳақиқат, устознинг ижодий йўлига назар ташлар эканмиз ўзига хос бир услуб ва маҳорат эгаси эканлигига

ишонч ҳосил қиламиз. Буларнинг барчаси Лола опанинг серқирра, билимдон, дунё таниган, ҳаёт сўқмоқлари синовларидан чўчимасдан, санъат оламига, педагогика ва билим соҳасига дадил қадамлар билан кириб келган, саҳна санъати билими ва маданиятини тараннум этишда ўз овозига эга бўлган сергайрат, фидоий мураббий ва олима эканлигидан далолат беради.

Устознинг фикрича актёрлик ҳунар эмас, бу касб. Актёр, актрисалар ўз касбини пухта эгаллаши лозим, сабаби турли пландаги, турли жанрлардаги ролларни ижро қилиш имкониятига эга бўлган, кўп қиррали касб эгаси бўлишлари даркор. Актёр бир ёқлама ижодкор эмас, балки кўп қиррали, салбий, ижобий образлар, трагедия, драма, комедия жанрларидаги персонажларнинг ролларини маромига етказиб ижро қилаолиши лозим.

Лола опа педагог сифатида ўз талабалари олдида қўйилган мақсадга аниқ йўл топа олиб, ана шу мақсадни амалга оширишдаги вазифаларни бажара олишга ўртади. Талабалар институтнинг ичидаги ижодий муҳитга мослашади, ижодкор шахс сифатида шаклланади. Шунинг учун талабаларнинг онгини, қалбини, маънавиятини, касбини, қобилиятини тўғри йўналтириш педагогдан пухта билим, мустақкам асаб, сабр-манонат ва катта масъулиятни талаб қилади. Лола опа ана шу сифатларнинг барчасини ўзида мужассамлаштирган ва ёш шогирдларидан ҳам ана шундай меҳнатсеварликни талаб қиладиган ижодкор педагоглардан.

«Педагогикада ҳар бир талабага шахс сифатида қараш муносабат, билдириш, меҳр-оқибат кўрсатиш катта аҳамият касб этади» — дейди устоз. Чунки, бугунги талаба эртага мустақил ижод майдонига ўз имкониятларини намойиш қиладиган, янгилик яратадиган ижодкор. Ижодкор шахсга ҳурмат билан мулоқотда, муносабатда бўлиш ҳақиқий маданиятнинг белгиси.

Лола опа курсидаги талабаларга сен деб мурожаат этмас эди, сабаби ўша талабага нисбатан меҳрни, ҳурматни ўзгалар ҳузурда жойига қўя билсагина, талаба ҳам аста-секин мулоҳаза юритиб, ўз-ўзиданустозга нисбатан меҳри ошиб боради. Педагогикада турли-турли услубиятлар мавжуд, бу педагогнинг тажрибаси, билими, маҳоратига боғлиқ. Масалан, Лола опа қуйидагича йўл тутарди, талабани бир уруғ деб оладиган бўлсак, эндигина қуртак чиқара бошлаган ниҳол, тажрибали уста, қўли гул боғбоннинг парваришида ўсади, улғаяди, ҳосилга кириб мева беради. Шундай мисол тахминидан боғбон педагог бўлса, уруғ новдаси талаба бўлганидан сўнг, уни яхшилаб парвариш қилинсагина қутилгандан зиёд натижа беради. Шу сабабли Лола опанинг талабаларга педагог сифатида эътибори катта.

Устоз ҳеч қачон тайёргарликсиз дарсга кирмайди, ҳамиша махсус адабиётларни мутолаа қилади, хориж театр ва кино санъаткорларининг ижодларини телевидение орқали намойиш этиладиган спектакль ва бадий фильмлар орқали кузатиб боради ва шу билан бирга ўзбек мумтоз адабиётидан намуналар келтириб, дарс жараёнини жонлантириш, бойитиш, мазмундор қилишга ҳаракат қилади.

Дархакикат, ўзбек миллий драматургияси ва театри тарихида мумтоз асарларга айланган «Алишер Навоий», «Мирзо Улуғбек», «Нодирабегим», «Жалолиддин» каби тарихий мавзудаги шеърӣ драмаларнинг сахнавий талқинига тўхталиб ўтадиган бўлсак, улуг режиссёр ва актёрларнинг шеърӣ асар билан бирга сўз устида, шунингдек нутқ жараёнида соатлаб жиддий изланишлари туфайли ижодий жараён мазмунли ва қизиқарли кечгани, яхши намунавий натижалар бергани ҳаммамизга маълум.

Мустақиллик йилларида яратилган «Искандар», «Пири коинот», (Хайитмат Расул асари), «Соҳиб — қирон», (Абдулла Орипов асари) тарихий шеърӣ спектакллар театримиз тарихидан мустақкам ўрин олган десак муболаға бўлмас. Бу спектакллардаги шеърӣ асар қаҳрамонлари тўқнашув, фикрлаши, муносабат ва давр муҳитини яратишда рассом илҳоми маҳсули сифатида сахнани безаб турган декорациялар, либослар, бастакорлар томонидан маҳсус ёзилган мусикалар билан бир қаторда сўзнинг давр руҳига монанд талаффузи, адабий ва маданий ҳаётдан далолат берувчи тарихий шахсларнинг маънавий дунёси, фикрлаш доираси, араторлик қобилиятларини ишонарли қилиб тасвирлашда актёрларнинг хизматлари беқиёс.

Бугунги кунда режиссёр ва актёрлар баъзан шеърӣ тилга ва нутққа ўта совуққонлик билан муносабатда бўлмоқда. Натижада нутқда зўрма — зўракилик пайдо бўлиб, талаффуз меъёрининг бузилишига, Тошкент шевасининг ишлатилиши, драматург сўзини ўзгартириб, ўзининг тилига мослаштириш, асосий фикрнинг томошабинга етказилишига эътибор бермаслик ҳолатлари кўзга ташланмоқда. Бундай камчиликларнинг тарихий мавзулардаги спектаклларда учраётганлиги бугунги кунда катта муаммолардан бирига айланди дейиш мумкин.

Адабиётлар:

1. Носирова А. Саҳна нутқи. — Тошкент: Фан ва технология, 2013.
2. Хожиматова М. Саҳна нутқи. — Тошкент: Фан, 2019.
3. Станиславский К. С. Моя жизнь в искусств. — Москва: Искусство, 1965.

Юқорида таъкидлаб ўтилган муаммоларни ижодий ҳал қилишда санъат институтининг «Саҳна нутқи» кафедраси профессор-ўқитувчиларидан Маҳкам Исроилов, Исоқтой Жуманов, Зухра Олимжонова, Аҳмадjon Тўлаганов, Махсума Ходжиматова, Гўзал Халикулова, Рамзиддин Қодиров, Шоқир Юсупов каби фидоий домлаларнинг хизматлари катта.

Театрларимиз ижодий фаолиятларида кўзга ташланаётган, жамоатчилик, ижодкор зиёлилар, тилшунос, филолог ва санъатшунос олимларимизнинг гашига тегаётган саҳна нутқидаги долзарб муаммоларнинг ечимини топиш, хатоларини тузатиш, тил маданиятига эътиборни кучайтиришда «саҳна нутқи» кафедрасининг сардори, профессор Лола Хўжаеванинг хизматлари алоҳида таҳсинга сазовар. Ўзбекистонда хизмат қўрсатган санъат арбоби, таниқли режиссёр Олимжон Салимов Лола опанинг бу соҳадаги хизматлари ҳақида шундай дейди:

Лола Хўжаева ўзбек театр мактабида саҳна нутқи асос солганлардан бири. Лола опа бугунги кунда ўз педагогик тажрибаси, илмий салоҳияти билан саҳна нутқи фанининг амалий ва назарий масалаларини мақолалари ва услубий қўлланмалари орқали кенг тарғиб қилган. Такрорланмас, бой овоз имкониятига эга бўлган устоз, санъаткор. Лола опада муомала маданияти бошқаларга ибрат бўлгуси даражада. Шу сабабли талабалардан ҳам сўзлашувда, муомалада одобли, камтарин бўлишни, маданиятни юқори ўринга қўйишни талаб қилади. Сабаби, «инсоннинг нутқи, сўзлашув оҳанги орқали унинг кимлигини, қандай инсон эканлигини билиб олишимиз мумкин».

Шундай экан устознинг қўплаб шогирдлари бугун уларнинг йўлини давом эттириб келаётганлиги, турли вилоятлардаги театр саҳналарида ижод қилаётганлиги қувонарлидир. Биз устознинг меҳнати самараси доимо шогирдлар ижод маҳсулларида яшаб келишига ишонамиз.

Бошланғич синф ўқувчиларида мустақил ишларни ташкил этиш йўллари

Ербаева Раушан Шалғынбаевна, ўқитувчи
Нукус шаҳри 17-сонли мактаб (Ўзбекистон)

Нажиматдинова Жғагул Избасқановна, ўқитувчи;
Исмаилова Мехрибан Тлегеновна, ўқитувчи
Нукус тумани 22 — сонли мактаб (Ўзбекистон)

Ушбу мақолада бошланғич синф мактаб ўқувчиларининг мантиқий фикрлаш қобилиятларини ошириш ва математика фанини яхши ўзлаштириш йўллари ўрганилди. Ўқувчиларнинг ижодий қобилиятларини ва мантиқий фикрлаш даражаларини оширишда математика фани катта аҳамиятга эга бўлганлиги сабабли

ўқувчиларнинг ёшига қараб математика фанига оид ҳар хил мантиқий саволлар ва масалалар тузиш кераклиги белгилаб берилди.

Калит сўзлар: мантиқий саволлар ва масалалар, ижодий қобиюатларини ошириш, ҳайётга янгича ёндашиш.

Способы организации самостоятельной работы учащихся начальной школы

Ербаева Раушан Шалгынбаевна, учитель
Общеобразовательная школа № 17 г. Нукуса (Узбекистан)

Нажиматдинова Жгаул Избаскановна, учитель;
Исмаилова Мехрибан Тлегеновна, учитель
Общеобразовательная школа № 22 г. Нукуса (Узбекистан)

В этой статье рассматриваются способы, с помощью которых учащиеся начальных классов могут улучшить свои логические способности и освоить математику. Важность математики в развитии творческих способностей учащихся и логического мышления определялась необходимостью различных логических вопросов и вопросов связанных с математикой, в зависимости от возраста учащихся.

Ключевые слова: логические вопросы и проблемы, совершенствование творческих способностей, новые подходы к жизни.

Фундамент қанча мустаҳкам булса уй мустаҳкам, чидамли ва чиройли булади. Ёш авлод қанча соғлом, ҳар тамонлама етук, билимли, эркин фикрлашга ўрганган булса Ватанимизда ҳар тамонлама ривожланиб бора веради. Ёшларимиз биз кутгандек тарбия қилишлари учун, таълим олишлари учун давлатимиз тинимсиз хизмат кўрсатиб меҳнат қилиб келмоқда. Бунда ёш авлоднинг ҳар тамонлама етук инсон бўлиб етиши учун нималарга этибор бериш кераклиги аниқ курсатиб берилган [5].

Бошланғич таълимнинг ҳозирги босқичида ўқитувчи олдида турган асосий вазифалардан бири ўқувчиларда мустақил таълим олиш қобиюатларини ривожлантиришдан иборат. Ўқувчиларнинг ёши ва билим ҳусусиятларига қараб мустақил ҳисоблашга асосланган бошланғич синф математика фани бу вазифани амалга оширишда катта имкониятларга эга [2].

Ўқувчиларда мустақил таълим олиш қобиюатини ривожлантиришнинг ҳар хил усуллардан фойдаланишимиз мумкин. Айниқса, ўқуш характериға боғлиқ топшириқлар бериш мана шундай тасирчан ва фойдали усуллардан ҳисобланади. Бу вазифаларни ҳар хил йўллар билан амалга оширишимиз мумкин. Шулардан бири ўқувчиларнинг мустақил изланишга, уларнинг ойланиш қобиюатларини оширишга қаратилган тарқатма материалларга олдиндан тузиб қўйилган топшириқлардан фойдаланиш усулидир [2].

Топшириқлар ҳар бир синф учун алоҳида мавзу материали асосида тузилган бўлиб, асосан ўқувчиларнинг билимларини такрорлаш ва мустаҳкамлашга қаратилган. Биз шундай топшириқларни тузишда қуйдагиларни амалга оширишимиз мумкин:







1. Ҳар бир мавзуга оид тузиладиган топшириқларни уч вариантда:
 - а) узлаштириши паст булган ўқувчилар учун таёрланган топшириқлар;
 - б) узлаштириши ўртача булган ўқувчилар учун таёрланган топшириқлар;
 - в) аъло ўқидиган ўқувчилар учун таёрланган топшириқлар;
2. Топшириқларнинг ҳар бир вариантыда қуйдаги уч хил характердаги вазифаларнинг булишини таъминлаш:
 - а) асосий ўқув материалини узлаштиришга қаратилган вазифалар;
 - б) ўқувчилар кунликмасини ривожлантириш ва мустаҳкамлашга қаратилган топшириқлар;
 - в) ўқувчиларнинг ижодий қобиюатларини мустақил таълим олиш қўникмаларини оширишга қаратилган топшириқлар.

Энди 2–3–4-синф ўқувчилари учун тайёрланган топшириқлардан фойдаланиб, ўқувчиларнинг мустақил ишларини ташкил этиш буйича тажрибаимизни баён қиламиз [2].

Топшириқлардан системали турда фойдаланиб бориш ўқувчиларнинг билим сифатини оширишга катта ёрдам беради [4].

2-синф ўқувчилари учун 1-вариант

Хатни қйси почта қутисига соламиз?

6+4+2 5+5+2 7+3+2	8+2+3 2+8+3 1+9+3	4+6+1 3+7+1 9+1+1	1+9+4 5+5+4 6+4+4	3+7+5 4+6+5 2+8+5	14-4+3 18-8+4 13-3+5
					

11	12	13	14	15
				

2 — синф ўқувчилари учун 2-вариант

Қайси сонлар билан фақат ўрин олماшиш орқали туғри тенгликни пайдо қилиш мумкун?

▲▼+▼▲=99	18+81=99	▲▼+▼▲=77	16+61=77
▲▼+▼▲=99	27+72=99	▲▼+▼▲=77	25+52=77
▲▼+▼▲=99	36+63=99	▲▼+▼▲=77	34+43=77

3 — синф ўқувчилари учун 1-вариант

Жадвални тулдиринг.

Сон	Юзликлар	Онликлар	Бирликлар	Разрядли қушилган қушимталар
326	3	2	6	300+20+6
785				
548				
303				
698				

3 — синф ўқувчилари учун 2-вариант

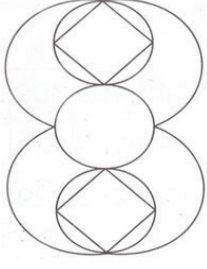
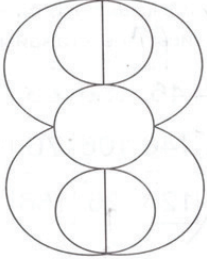
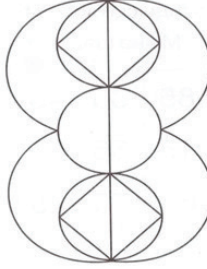
Гулбоқ лагерига уч дост келди: Марат, Юлдаш ва Ғайрат. Уларнинг ҳар қайсиси ушбу фамилияларнинг бири эканлиги белгили: Аллаяров, Қараматдинов, Ғаниев. Марат Ғаниев эмас, Юлдошнинг отаси инженер. Юлдош 6 — синфда ўқийди. Ғаниев 5 — синфда ўқийди Аллаяровнинг отаси слесарь. Болаларнинг ҳар қайсисининг фамилияси қандай?

Ечими: Марат Аллаяров, Юлдош Қараматдинов, Ғайрат Ғаниев

4 — синф ўқувчилари учун 1-вариант

Расмдан бир нуқтадан бошлаб юриб, қаламни қоғоз юзасидан кутармаган ҳолда чизиб чиқишга буладиган шаклларни топиб, бир юриш билан чизиб чиқинг.

Жавоби: биринчи ва иккинчи расм.

		
1-расм	2-расм	3-расм

4 — синф ўқувчилари учун 2-вариант

Юзаси маълум тугри тўрт бурчакнинг узунлиги ва энининг сон қийматини топинг.

Майданы	Узынлыгы	Ени
48 см ²	8	6
45 см ²	9	5
88 см ²	11	8

Бундай топшириқлардан хар бир дарсда янги мавзуни ўтилган материал билан боғлиқлик қисмида ва янги мавзуни мустахамлаш босқичида ўтказиш мақсадка мувофиқдир [2].

Ёш авлоднинг таълим — тарбия олиб жамиятда ўз ўрнини топиши учун купгина ишларни амалга ошириб, булар асо-сида фанлар буйча янгидан Давлат таълим стандартлари (ДТС), дарсликлар ишлаб чиқарилмоқда. Уларда асосий ма-сала қилиб ўқувчиларни эркин фикрлашга ургатиш, хар тамонлама мантқиқий уйлаш қобиятларини ривожлантириш масалалари йўлга қўйилмоқда. Бунда берилган материалларни ўқувчиларга етказиб бериш ўқитувчининг махоратига ва билимига боғлиқдир.

Адабиётлар:

1. Б. Абдуллаева, М. Ташпулатова, А. Садиқова, Ю. Жаббарова, Н. Мухитдинова. «Математика 3-синф» ўқув-чилар учун методик қўлланма. Ташкент — 2016.
2. Л. Ж. Ахметова, С. Ж. Нурушева. «Қызыкты математика 2–4-сыныптар». Орал — 2016.
3. И. Тўйчиева. «Замонавий педагогик жараёни талаба шахсига йўналтириш муаммолари». Янги педагогик тех-нология — таълим назариясини харакатга келтирувчи куч Республикавий илмий — назарий анжуман матери-аллари (6–7-май, 2011).
4. Н. Барноева. «Билимингни сина!» Бошланғич таълим журнали 1-сон. 2018.
5. www.pedagog.uz

Muloqotning oiladagi oʻrni

Ilmaminova Dildora, oʻqituvchisi
Fargʻona viloyati Rishton tumani 1-maktab

Muallif maqolada bolaning ijtimoiy rivojlanishi, maʼnaviy tarbiyasi, shuningdek, tarbiya jarayonida ota-onalarning oʻz farzandlariga nisbatan qoʻllayotgan tarbiya usullari, bolalar axloqini shakllantirishdagi ular bilan aloqalarning xususiyatlariga toʻxtalgan.

Tayanch soʻzlar: bola, maʼnaviy tarbiya, ota-ona, kattalar, feʼl-atvor chiziqlari, munosabat.

Роль общения в семье

Илминова Дилдора, преподаватель
Школа № 1 г. Риштан (Ферганская обл., Узбекистан)

Статья посвящена социальному развитию и духовному воспитанию ребенка, а также методам, используемым родителями для своих детей в процессе обучения и их моральным качествам.

Ключевые слова: ребёнок, духовное воспитание, родители, взрослые, особенности характера, отношение.

Important communication in family

The article is devoted to the social development and spiritual education of the child. It also discusses the roots of the methods used by parents for their children in the learning process, as well as their moral qualities. Provides research results.

Key words: child, spiritual education, parents, adults, character traits, an attitude.

O'zbekiston Prezidenti SH. M. Mirziyoevning «Oliy Majlisga qilgan murojaatnoma»sida mamlakatni rivojlangan mamlakatga aylantirish uchun nafaqat jadal islohotlar, ilm-maʼrifat va innovatsiya, balki, tashabbuskor islohotchi boʻlib maydonga chiqadigan, strategik fikr yuritadigan, bilimli va malakali yangi avlod kadrlarini tarbiyalash talab etiladi. Buning uchun ham bogʻchadan boshlab oliy oʻquv yurtigacha — taʼlimning barcha boʻgʻinlarini isloh qilish, butun jamiyatimiz aʼzolarining bilimi, saviyasini oshirish uchun avvalo ilm-maʼrifat, yuksak maʼnaviyat kerakligini, ilm yoʻq joyda qoloqlik, jaholat va albatta, toʻgʻri yoʻldan adashish boʻlishini misollar orqali bayon etdi. Shuningdek, Prezidentimiz sharq donishmandlarining quyidagi fikrlarini izohlab oʻtdilar, «Eng katta boylik — bu aql-zakovat va ilm, eng katta meros — bu yaxshi tarbiya, eng katta qashshoqlik — bu bilimsizlikdir!»

Shu sababli hammamiz uchun zamonaviy bilimlarni oʻzlashtirish, chinakam maʼrifat va yuksak madaniyat egasi boʻlish uzluksiz hayotiy ehtiyojga aylanishi kerakligini taʼkidlab oʻtdilar. Bunday shaxslar esa albatta oilada voyaga yetadilar.

Tarbiya jarayonining markaziy figurasi bola va uning shaxsi hisoblanadi. Maktabgacha yoshdagi bola umuminsoniy maʼnaviy qadriyatlarga muvofiq shaxsiy madaniyat asoslari, uning negizini egallay boshlaydi. Bolaning atrof-borliqdagi toʻrtta asosiy sohaga munosabati: tabiat, inson qoʻllari bilan yaratilgan predmetlar, ijtimoiy hayot, shaxsiy hayoti va faoliyati hamda oʻz-oʻzida moʻljal olishi shaxsiy madaniyati tushunchasiga kiradi.

Madaniyat negizini inson shaxsiy hayotining boshlanish, umuminsoniy qadriyatlar (ezgulik, goʻzallik, haqiqat va hokazo.) va hayotiy faoliyat vositalari (borliq toʻgʻrisidagi tasavvurlari, dunyoga faol taʼsir koʻrsatish usullari, sodir boʻlayotgan voqea-hodisalarga hissiy-baholovchi munosabatni namoyish etishi) tashkil etadi. Shaxsning shakllanishiga maktabgacha yosh davrida asos solinadi va u muntazam ravishda rivojlanishda boʻladi. Atrofdagilar — kattalar va tengdoshlarining bahosi asosida bolada «Men» obrazi yuzaga kela boshlaydi. Bolada kattalar bilan munosabat tizimida oʻz oʻrnini anglash, baholovchi faoliyatga intilish paydo boʻladi. Bolaning ijtimoiy rivojlanishi hamisha koʻp aspektli xarakter kasb etgan: bolaning kattalar va tengdoshlari bilan oʻzaro harakatining shakllanishi, oʻz-oʻzini anglash sohasining rivojlanishi, oʻz-oʻzining obrazi shakllanishi. Ijtimoiy rivojlanishning bu chiziqlari bolada maʼnaviy tasavvurlar va etik tuygʻularning shakllanishi, axloq meʼyorlarini egallash bilan bogʻliqdir. Axloq meʼyorlarining shakllanishi har kuni sodir boʻladi, yaʼni tartibli mashgʻulotlar jarayonlari, barcha turdagi bolalar faoliyatida asta-sekin vujudga kela boshlaydi. Bolalar kattalar vositasida ularning saviyasiga va imkoniyatlariga javob beradigan talablarga muvofiq harakat qilishga oʻrganadilar. Axloq namunalari namoyish qilish, ijobiy harakatlarni

ragʻbatlantirish va salbiylariga tanbeh berish, baholash, bolalarning bajarishi imkoniyatidagi tavsiyalarni berish orqali, ularda bora-bora uyushgan, oqilona axloq, yaʼni madaniy-gigiyenik faoliyat jarayonida oʻzini xotirjam, muayyan tartibda tutish, bir-biriga xalaqit qilmaslik, yordam koʻrsatish va yordamga chorlash; oʻyin vaqtida bir-biridan oʻyinchoqlarni tortib olmaslik, yonma-yon, keyin esa birgalikda oʻynash, oʻz istak va harakatlarini vaziyat talablariga boʻysundirish kabi xislatlar shakllanadi. Maʼlumki, bolalarda taqlid qilishga qobiliyat rivojlangan boʻladi, ammo baʼzida axloq, harakatlarning maʼnaviy mazmunini anglay olmaydilar. Shuning uchun ijobiy maʼnaviy tajriba va maʼnaviy odatlarni toʻplashga: kattalarga hurmat, tengdoshlariga ijobiy munosabat, buyumlar, bizni oʻrab turgan tabiatga avaylab munosabatda boʻlishni oʻrgatishga koʻmaklashish zarur. Maʼnaviy tuygʻularni tarbiyalash, axloqiy tasavvurlar, odatlar va xulqatvor motivlarini shakllantirish yaxlitlikda amalga oshiriladi hamda koʻrsatkichlari quyidagilardan iborat boʻlgan maʼnaviy tarbiya vazifalarini roʻyobga chiqarish imkonini beradi: kattalarning xushmuomala murojaatlariga hissiy reaksiyaning mavjudligi; kattalar bilan birgalikda harakat qilishga tayyorlik; kattalar yordamini qabul qilish, kattalar bilan birgalikda harakatlar qilish va hokazo; odatiy vaziyatlarda, keyin esa yangilarida oʻzini adekvat tuta bilish; soʻz bilan (yozma, ogʻzaki-daktil, ogʻzaki) oʻzining asosiy ehtiyojlari va istaklarini bildirish (kattalar, tengdoshlariga); oʻziga yaqin boʻlgan kattalar va tengdoshlariga xayrxohlik va eʼtiborni namoyon etish, hamdardlikni ifodalash (achinish, yordamlashish va hokazo.); kattalar va tengdoshlari mehnatiga hurmat bilan munosabatda boʻlish va uning natijalariga ijobiy qaray bilish; tengdoshlari bilan jamoaviy faoliyatda ishtirok etish. Shu oʻrinda ota-onalarning farzandlari bilan munosabatda oʻzlarini tutishlari alohida eʼtibor talab qiladigan jihat hisoblanadi. Tadqiqotimiz doirasida ota-onalar bilan farzand tarbiyasi xususida soʻrovnomalardan orqali quyidagi natijalar olindi (diagramma):

1. Farzandlarining yoshga oid xususiyatlarini tushunmaslik. Koʻp hollarda ota-onalar bolalarga kattalar kabi yoki, aksincha, ularning ulgʻayib qolganliklarini inobatga olmagan holda goʻdak misoli munosabatda boʻladilar. Oʻzaro tushunishning asosiy sirlaridan biri bolaning ayni damda rivojlanishning qaysi bosqichida turganligini va oʻzaro harakatlanish uchun qanday muomala toʻgʻri kelishini anglashdan iborat.

2. Bola bilan muloqotda ota-onalarning bolalikdagi shaxsiy psixologik jarohatlarining yuzaga chiqishi. Baʼzida bolalarning soddadil savollari yoki gap-soʻzlari sizni ranjitadi yoki oʻzingizni aybdor his qilish va himoyalashga majburlaydi. Muloqotning qay jihati sizni ranjitgani yoki oʻzingizning bolalikdagi ahamiyatli vaziyatingizni yodga solganini tushunib olish muhim. Bunday vaqtda uygʻunlashgan oʻzaro munosabatni oʻrnatish, oʻz

bolaligingizni farzandingiz bolaligidan eng yuqori darajada ajratib olish ayni muddao bo'ladi.

3. Bolalarning tuyg'ularini inkor etish yoki tushunmaslik. Bola tabiatidan kelib chiqib, o'ziga o'zi yordam berishi mumkin, biroq buning uchun uni kimdir tinglashga va hamdard bo'lishga tayyor bo'lishi kerak, aks holda bolalar psixologik bo'shliqqa tushib qoladilar, o'zlari bilan sodir bo'layotganlarni anglab yetmaydilar. Shuning uchun bolalarga «bilaman, hozir sen cho»chiyapsan», «ko»rib turibman, sen achchiqlanyapsan» kabi tasallilar bilan ularning yonida ekaningizni bildirish darkor.

4. Bolalarni tinglashni bilmaydilar. Bola ota-onasiga bugungi kunini gapirib bermoqchi bo'lganida, ularning vaqti bo'lmaydi yoki uzun ish kunidan keyin dam olishni afzal

ko»radilar, aksincha, tinglashdan ko»ra izohlash, baholash, maslahatlar bera boshlaydilar. Bunday holat takrorlangach, bolada ishonch yo»qoladi. Ma»lum bo»ladiki, har kuni bolalarga muayyan darajada vaqt ajratish, ularning holidan xabar olish, yordam kerak bo»lsa, murojaat qilish lozim bo»ladi.

5. Bolalarga sinab ko»rish va xato qilish huquqini bermaydilar. «Men sendan yaxshiroq bilaman», «katta bo»lsang, o»zing istagandek qilasan» kabi tanbehlar beradi va ularning ijodiylik qobiliyatlarini bo»g»ib qo»yadilar. Oilada dunyoga kelgan bola nafaqat ulg»ayadi, balki kattalarni chetdan nazar tashlash, fe»l-atvor chiziqlari, munosabatlar tizimida korreksiya qilinishi lozim bo»lgan tomonlarga e»tibor qaratishga majburlaydi.

Adabiyot:

1. T. Almatov, Q. Yadgarov, Sh. Almatova. O»zbek tilini o»qitishda innovatsion pedagogik texnologiyalardan foydalanish. — T., 2013.
2. N.Sh. Turdiyev, Y.M. Asadov va boshqalar. Umumiy o»rta ta»lim tizimida o»quvchilarning kompetensiyalarini shakllantirishga yo»naltirilgan ta»lim texnologiyalari. 1-qism. — T.:O»zPFITI, 2015.
3. A. Kenjaboyev, D. Ergasheva, D. Kenjaboyev. Ilg»or pedagogik texnologiyalar dars samaradorligini oshirishning muhim omili. — T., 2012.
4. N. Mahmudov va boshqalar. Ona tili. — T.:Ma»naviyat, 2015.

Ўзбекистонда диний бағрикенглик анъаналарининг ёшлар тарбиясида тутган ўрни

Қодиралиева Шохида Одилжон кизи, талабаси;
Қурбонова Шохсанам, талабаси
Фарғона политехника институти (Ўзбекистон)

Мақолада Ўзбекистонда диний бағрикенглик ва миллатлараро тотувликни таъминланиши ҳамда мамлакат сиёсий ҳаётида кўп миллатли фуқароларнинг ижтимоий ҳимояланишини ҳуқуқий кафолатлари ёритилган. Турли миллатлар урф-одатлари ва анъаналарини чуқур ҳурмат қилган ҳолатда тиня ва тотув яшашларини таъминланиши давлатнинг истиқболли ривожланишидан даракдир.

Калит сўзлар: Дин, миллат, бағрикенглик, ташиқлот, анъаналар, конфессия, алломалар.

Роль традиций религиозной толерантности в воспитании молодежи Узбекистана

Кодиралиева Шохида Одилжон кизи, студент;
Қурбонова Шохсанам, студент
Ферганский политехнический институт (г. Фергана, Узбекистан)

В статье представлены религиозная толерантность и межнациональное согласие в Узбекистане, а также правовые гарантии социальной защиты транснациональных корпораций в политической жизни страны. Обеспечение мирного сосуществования и уважения к обычаям и традициям разных народов является признаком будущего развития страны.

Ключевые слова: религия, нация, толерантность, организация, традиция, исповедь, ученые.

Диний бағрикенглик ғояси — ҳилма-ҳил диний этнокодга эга бўлган кишиларнинг бир замин, бир Ватанда олийжаноб ғоя ва ниятлар йўлида ҳамкор ва ҳам-

жиҳат бўлиб яшашини англатади. Диний конфессиялар муаммолари билан боғлиқ жамиятдаги мунозараларда мамлакатимиз шаклланиши ва тараққийнинг турли

босқичларида виждон эркинлигини амалга ошириш масаласи алоҳида ўрин эгаллайди.

1991 йил Ўзбекистонда «Виждон эркинлиги ва диний ташкилотлар тўғрисида» қонун қабул қилиниб, унда давлат томонидан турли динларга эътиқод этувчи ва диндор бўлмаган фуқаролар, диний ташкилотлар тўғрисида бағрикенглик ҳамда ўзаро хурмат муноабатларининг ўрнатилишига имконият яратилиши, уларнинг муносабатларини қарама-қарши қўйиш ва чуқурлаштириш, конфессия ва гуруҳлар ўртасида душманликни келтириб чиқаришга йўналтирилган диний фонатизм ва экстремизм ҳаракатларига йўл қўйилмаслиги аниқ тарзда айтиб ўтилган.

«Имом Бухорий, Имом Термизий, Хўжа Баҳовуддин Нақшбанд, Хўжа Аҳмад Яссавий, Ал-Хоразмий, Беруний, Ибн Сино, Амир Темур, Мирзо Улугбек, Бобур ва бошқа кўплаб буюк аждодларимиз миллий маданиятимизни ривожлантиришга улкан ҳисса қўшдилар, халқимизнинг миллий ифтихори бўлиб қолдилар». (3)

Юртимиз алломалари томонидан яратилган ислом манбаларида диний бағрикенгликка оид матнларни кўплаб топиш мумкин. Шу нуқтаи назарда қараганда, ўзга дин вакиллари билан ёнма-ён яшаб келган халқимизда диний бағрикенглик фақат зарурат келтириб чиқарган эҳтиёж эмас, балки ҳаёт тарзига сингиб кетган ўзига хос фазилат эканини кўришимиз мумкин. Буни юртимизда яҳудийлик ва христианликка бўлган муносабатнинг тарихий ва замонавий ҳолати таҳлили мисолида ҳам кўришимиз мумкин. Тарихан Марказий Осиё турли маданиятларнинг ўзаро тўқнашуви, таъсири ва бойишига имконият яратган ҳудудлардан ҳисобланади.

Бугунги кунда кўплаб ёшларимиз юқорида номлари келтирилган алломаларимизнинг маънавий мероси билан яқиндан танишиб, ўзларининг билим ва қўникмаларини ошириш имкониятига эгадирлар. Бундан фарқли ўлароқ ҳозирда диний урф-одатлар, анъаналар, қадриятларни сақлаб қолиш ва ривожлантириш учун етарли шарт шaroитлар мавжуд.

Республикада ислом билан бир қаторда турли диний конфессияга мансуб ташкилотлар эмин-эркин фаолият кўрсатмоқда.

Дин ишлари бўйича қўмитанинг 2011 йилнинг 1-январидagi маълумотларига қўра республикада 2051

та исломий ташкилот, жумладан, 2039 та масжид, Тошкент ислом институти, 9 та ўрта махсус ислом билим юрти фаолият кўрсатмоқда. Шунингдек, жами 176 та ноисломий диний ташкилот, шулардан 160 та христиан черкови, 8 та яҳудий синагогаси, 6 та баҳоий жамоаси, 1 та Қришнани англаш жамияти ва 1 та будда ибодатхонаси фаолият олиб бормоқда. Истиқлол шарофати тўғрисида тарихда биринчи марта Тошкентда православ ва протестант семинариялари фаолият кўрсата бошлади. 1995 йил октябр ойида минтақамизда биринчи бор Тошкент шаҳрида «Бир само остида» шиори билан ўтказилган халқаро мусулмон-насоний конференция, 1996 йил ноябрида эса рус православ черкови Тошкент ва Ўрта Осиё эпархиясининг 125 йиллик тантаналари ўтказилгани юртимиз ва халқимизга хос бағрикенглик анъаналарининг ёрқин мисоли бўла олади. Ушбу конференцияда православ черкови вакиллари таъкидланганларидек, Ўрта Осиёдаги мусулмон ва христианларнинг ўзаро тотувликдаги аҳил қўшничилик анъаналари юқори даражада бўлиб, мамлакатлар фуқаролари учун ўртак бўлишга арзийди.

Бу каби мисолларни бошқа диний жамоаларнинг Ўзбекистондаги фаолиятида ҳам кузатишимиз мумкин.

Фикримизча, диний бағрикенгликнинг ёшлар тарбиясида тутган ўрни тўғрисида гапирганда қуйидагиларга эътибор қаратиш мумкин:

Биринчидан, ёшларимизнинг виждон эркинлигига оид ҳуқуқий билимларини ошириш, уларни тегишли меъёрий-ҳуқуқий ҳужжатлар билан таништириш мақсадга мувофиқдир. Бунда, Ўзбекистон Республикаси Конституциясининг 31-моддаси ва 1998 йил май ойида янги таҳрирда қабул қилинган «Виждон эркинлиги ва диний ташкилотлар» тўғрисидаги қонуннинг мазмуни билан яқиндан таништириш катта аҳамиятга эга.

Иккинчидан, ёшларимизни виждон эркинлиги ва диний бағрикенглик анъаналари асосида тарбиялашимиз даркор. Юртимизда қадим даврлардан этник ва диний хилма-хилликка эътибор ҳамда хурмат билан қараб келинган. Бу каби тарихий меросимиз асосида ёшларимизни тарбиялашимиз бугунги куннинг долзарб масалаларидан бири бўлиб қолмоқда.

Адабиётлар:

1. Усмонов И. Ўзбекистон — диний бағрикенглик анъаналари меросҳўри \ http:// www. tiu. uz.
2. И. Қаримов «Ўзбекистон XXI аср бўсағасида: хавфсизликка таҳдид, барқарорлик шартлари ва тараққиёт кафолатлари», Т.: 1997й

Алишер Навоий ижодига Мирзо Улугбек илмий мактабининг таъсири

Муқимжонова Мукамалхон Мансуровна, тарих ўқитувчиси
Ўзбекистон тумани 50-умумий ўрта таълим мактаби

Мақолада Темурий шахзода Мирзо Улугбекнинг илмий мероси ҳақида тўхталиб, шеърият мулкнинг султони Алишер Навоий ижодига Мирзо Улугбекнинг илмий натижаларидан қайси ўринларда фойдаланилгани изоҳланган.

Калит сўзлар: Мирзо Улугбек, Алишер Навоий, Самарқан, тарих, қуёш, ой, телескоп, мадраса.

Влияние научной школы Мирзо Улугбека на творчество Алишера Навои

Муқимжонова Мукамалхон Мансуровна, учитель истории
Школа-гимназия № 50 г. Ташкента (Ўзбекистан)

В статье рассматривается научное наследие великого узбекского правителя Мирзо Улугбека и объясняется использование научных результатов Мирзо Улугбека в творчестве поэта Алишера Навои.

Ключевые слова: Мирзо Улугбек, Алишер Навои, Самарканд, история, Солнце, Луна, телескоп, медресе.

Жаҳон цивилизация марказларидан бўлган Марказий Осиёда илм-фан ривожланиши анча қадимга бориб тақалади, айниқса ўрта асрларда бу жараён энг юксак чўққига кўтарилган. IX-асрдан бошлаб Ўрта Осиё ва Хуросонда сомонийлар, қорахонийлар, хоразмшоҳлар ва темурийлар ҳукмронлик қилган даврда илм-фан, жумладан фалаккиёт илми тез суръатда ривожланганини кўриш мумкин. Темурийлар даврида яратилган илмий салоҳият ва янгиликлар нафақат ўз даври, балки кейинги асрлардаги илм — фан ривожига ҳам катта таъсир кўрсатди. Темурийзодалардан бўлмиш Улугбек Мирзо яратган илмий мактаби ва Улугбек расадхонаси бугунги кунда Ўзбекистонни жаҳон маданияти бешикларидан бири эканлигини исботлаб турибди.

Мирзо Улугбек яратган Самарқанд ва Ҳирот астрономик муҳити Алишер Навоийнинг космик дунёқараши шаклланишида муҳим аҳамиятга эга бўлди, ўз асарларида Навоий Улугбек илмий меросидан олган илмий фаразларини кўп қўллаганлиги бунга далилдир. Шоир ижодига олам тузилиши билан боғлиқ фалакий сўз ва иборалар кўп қайд этилган: фалак (коинот), фалак жавфи (фазовийбўшлиқ), олам зарроти (заррачалар), лайлунаҳор (кун ва тун), чарх (фалакнинг айланма ҳаракати), тўрт унсур (борлиқ асоси), ўн икки бурж (эклептика узра жойлашган юлдуз туркумлари), арз (Ер шар), Қуёш, Ой, беш сайёра (Оламнинг етти қатлик модели), ўн саккиз минг олам (кўп оламлар), хатти муҳит (оламнинг мавҳум қиёфаси-армиляр сфера) кабилар шулар жумласидандир.

Навоийнинг «Муҳокаматул-луғатайн» («Икки тил муҳокамаси») асаридида

Яна чун «саъбаи сайёра» расадин замирим боғлабтур,
деган мисрада [1] шундай маъно мужассам: «Етти сайёра» ни кузатиш мақсадида ҳаёлимда расадхона бунёд

этим, яъни шоир кўкдаги етти ёритқични ҳаёлот оламида тасаввур қилган.

1465—1469 йилларда Алишер Навоий Самарқандда яшаб Файзуллоҳ Абуллайс мадрасасида икки йил таҳсил олган ва айнан астрономия ва аниқ фанлар бўйича илмларини чуқурлаштирган. Бу ҳақида шоирнинг ўзи «Мажолис ун-нафоис» асарида таъкидлаб ўтади.

Алишер Навоийнинг Улугбек расадхонасини бориб кўрганлиги тўғрисида ҳеч қайси ёзма манба гувоҳлик бермасда, унинг «Фарҳод ва Ширин» асарини ўқиб туриб Навоий расадхона ва Улугбек «Зиж»и ҳақида етарлича маълумотга эга эканлигини тушунамиз:

Темурхон наслидин султон Улугбек,
Ки, олам кўрмади султон анингдек.
Анинга бинойи жинси бўлди барбод,
Ки давр аҳли биридин айламас ёд.
Ва лек ул илм сори топти чун даст,
Кўзи олинда бўлди омон паст.
Расадким боғламиш-зебу жаҳондур,
Жаҳон ичра яна бир осмондур.
Билиб бу навъ илми осмоний,
Ки андин ёзди «Зиж Кўрагоний» [2].

Бундан ташқари Навоий «Мажолис ун-нафоис» асарида Улугбек ҳақида «Ҳайъат (астрономия) ва риёзийни (математика) хўб билур эрди. Андоқким, зиж битди («Зиж Кўрагоний»ни ёзди) ва расад боғлади (обсерватория қурди) ва холо анинг зиж оро дашоеъдур» [3], — деб ёзди.

А. Навоийнинг «Садди Искандарий» достонида су-турлоб (астрономик асбоб) ва кўзгу (яъни ойнаи жаҳон) жиҳозлари ҳақида ҳам фикрлар баён этилади. Достонда Искандар (Александр Македонский) Чин хоқони юборган совғалар ичида ойнаи жаҳондан иборат кўзгудан таъсирланади ва коинот жумбоқлари ва оламсиралини билиш

учун ўз ихтиёридаги олимларга сутурлоб ва сеҳрли кўзгу ясаптиради.

Дарҳақиқат, Улуғбек илмий мактаби Алишер Навоий ижодида ижобий аҳамият касб этади. Бундан ташқари 1417 йилда Самарқандда Улуғбекнинг сай-харакатлари натижасида Самарқандда юздан зиёд олимлар тўпланган, улар

орасида адиблар, муаррихлар, хаттотлар, мусаввирлар, географ ва турли аниқ фан намоёндалари бор эди. Улуғбек 1417 йил Бухорода, 1417–1420 йилларда Самарқандда, 1433 йил Гиждувонда ўша даврнинг олий ўқув юртларини қурдиради. Навоий ҳам бу анъанани давом эттириб Хуросон да мадраса қурдирганлиги тарихдан маълумдир.

Адабиётлар:

1. А. Навоий. Асарлар. «Муҳокаматул-луғатайн»// Ўнбештомлик. 14-то м. Т., 1966. 32-б.
2. А. Навоий. «Фарҳодва Ширин»(насрий баёни билан). Т., 1968.59б.
3. А. Навоий. Асарлар. 12-том, 171-б.

Oilaga ijtimoiy muhitning ta'siri

Моминова Одинахон Тоштемировна, оқитувчиси
Олтириқ тумани 19-мактаб бoshlang'ich sinf

Валиева Зуннур Тоштемировна, оқитувчиси
Фарғона шаҳар 29-мактаб бoshlang'ich sinf

Maqolada voyaga yetmaganlarning oilaviy tarbiya jarayonidagi ijtimoiy muammolari tahlil qilingan. Muallif yoshlar tarbiyasida oilaviy omillar muhim o'rin tutishiga alohida e'tibor qaratgan. Shuningdek, oila jamiyatning asosiy bo'g'ini sifatida insonni jamiyat oldidagi mas'uliyatini oshirishning dolzarb muammolarini ochib bergan.

Kalit sozlari: ota-ona, oila, oilaviy muhit, voyaga yetmaganlar, onalik va bolalikni muhofaza qilish, jamiyat, tarbiya, g'amxo'rlik.

Роль социальной атмосферы в семье

Муминова Одинахон Тоштемировна, преподаватель
Школа № 19 Алтырыкского района Ферганской обл. (Узбекистан)

Валиева Зуннур Тоштемирова, преподаватель
Школа № 29 г. Ферганы (Узбекистан)

В статье рассмотрены проблемы социализации подростка в аспекте семейного воспитания. Автор особое значение уделяет влиянию на подростка семейных факторов. Представляя персональную среду жизни человека, семья является важнейшим фактором социализации личности. Выделены параметры качества данной среды.

Ключевые слова: подросток, правовое воспитание, семейное воспитание, фактор, среда, качества, формирование.

The article considers the problem of socialization of teenagers in the aspect of family education. In a study special importance is given to the effect on adolescent family factors. Being a personal environment of human life, the family is the most important factor in socialization. The author has highlighted the quality parameters of the medium.

Key words: teen, legal education, family education, factor, environment, quality of formation.

Oilа jamiyatning negizi va tarbiyaning asosiy instituti hisoblanadi. Oilа farzand tarbiyasida birlamchi bo'g'in bo'lib, u bolaning rivojlanishiga katta ta'sir ko'rsatadi. Yurtimizda bolalarga har tomonlama g'amxo'rlik qilish, onalik va bolalikni muhofaza qilish masalasi davlat siyosati darajasiga ko'tarilgan.

O'zbekiston Respublikasi Konstitutsiyasining 41-moddasida har kimning bilim olish huquqiga egaligi, bepul umumiy ta'lim olish davlat tomonidan kafolatlanishi qayd etilgan bo'lsa, 45-moddasida voyaga yetmaganlar, mehnatga layoqatsizlar va yolg'iz keksalarning huquqlari davlat hi-moyasida ekanligi, 64-moddasida ota-onalar o'z farzandla-

rini voyaga yetgunlariga qadar boqish va tarbiyalashga majburligi, davlat va jamiyat yetim va ota-onalarning vasiyligidan mahrum bo'lgan bolalarni boqish, tarbiyalash va o'qitishni ta'minlashi lozim.

Ta'kidlash lozimki, jamiyat gulto'ji hisoblangan inson, birinchi navbatda, oilada shakllanadi va voyaga yetadi. har bir oqil insonning, jamiyat oldidagi vazifasi qobil farzandni o'stirish, ularni ham jismoniy, ham ma'naviy jihatdan mukammal qilib tarbiyalash, Vatanga sadoqatli etib voyaga yetkazishdan iborat. Biroq ba'zi ota-onalar farzandlar oldida janjallashadilar, oqibatda oilada salbiy muhit shakllanadi. Ota-ona o'rtasidagi doimiy janjal bolaning asab tizimiga qattiq salbiy ta'sir etadi. Muntazam janjal bo'lib turadigan oilada tarbiyalangan bola ruhan zaif bo'lib o'sadi va unda oilaga nisbatan ishonch, hurmat yo'qoladi. Bola uydin er-taroq chiqib ketib, kechroq kelishga harakat qiladi. har bir ota-ona oilada o'zaro hurmat, bir-biriga nisbatan mehr-oqibatli, bo'lish, qiyinchiliklarni birgalikda yengib o'tish kabi sifat-larni yoshlarda shakllantirishga mas'uldir. Bugungi kunda voyaga yetmaganlar o'rtasida huquqbuzarligining oldini olish bo'yicha olib borilayotgan chora-tadbirlarga qaramay, bolalar o'rtasida nazoratsizlik, ta'lim muassasalarida davomatning pasayishi, ma'muriy huquqbuzarliklar sodir etishi hollari ko'paymoqda. Voyaga yetmaganlar nazoratsizligi va huquqbuzarligining oldini olishda, ularning huquqiy savodxonligini yuksaltirishda oiladagi tarbiya va muhit alohida ahamiyat kasb etadi. Shundan kelib chiqib, hozirgi kunda voyaga yetmaganlar huquqbuzarligining oldini olishda oilalardagi muhitni ijobiy shakllantirish maqsadida quyidagi chora-tadbirlarni amalga oshirish maqsadga muvofiq.

Arzimagan bahonalar bilan sodir bo'layotgan oilaviy ajrimlarga barham berish lozim. Chunki oilada ota yoki onaning yo'qligi ba'zan bolaning kamroq nazorat ostida bo'lishiga, moddiy muammolarga ko'proq duch kelishiga hamda uning manfaatlari, qiziqishlari va dunyoqarashining keskin o'zgarishga sabab bo'ladi. Nosog'lom oilalarni o'z vaqtida aniqlash va uning a'zolari bilan tarbiyaviy-profilaktik ishlarni amalga oshirish zarur. Yoshlarning huquqiy madaniyatini oshirish faqat huquqni bilish emas, balki uni to'g'ri tushunish hamdir. Farzandlarimiz qonun va axloq me'yorlari bilan tartibga solinadigan ijtimoiy munosabatlarni bilish bilan cheklamasdan, ularga rioya etishlari zarur. Jinoyatchilikning ko'payishi voyaga yetmaganlar tomonidan sodir etilgan qonun buzulishi holatlarining oshib borishi jahondagi barcha mamlakatlar, shu jumladan, O'zbekistonda ham davlat va jamiyat oldida turgan dolzarb vazifalardandir. Yurtimizda keyingi yillarda amalga oshirilgan ishlar natijasida voyaga yetmaganlar tomonidan jinoyatlar sodir etilishini kamaytirishga, to'xtatishga erishildi. Lekin erishilgan yutuqlarga, muvaffaqiyatlarga mahliyo bo'lib, nazoratni susaytirmaslik lozim. Bu borada kuzatilgan statistik ma'lumotlarga ko'ra, voyaga yetmaganlar jinoyatchiligining oldini olish, uni keskin kamaytirish dolzarb masala ekanligidan dalolat beradi.

Mamlakatimizda yoshlar faoliyati ustivor yo'nalishlardan biri bo'lib, uning asosiy maqsadi yoshlarning har tomon-

lama shakllanishi va kamol topishi, ijodiy iqtidori to'la to'kis ro'yobga chiqishi uchun barcha shart-sharoitlarni yaratishdan iborat. Ayrim turdagi jinoyatlar sonining o'sishi kuzatilayotgani sababli jinoyatchilikka, xususan, voyaga yetmaganlar jinoyatchiligiga qarshi kurashishni kuchaytirish va buni har tomonlama asoslantirilgan tartibda tashkil qilishni taqozo qilmoqda. Yoshlar tomonidan sodir etilgan jinoyatlarni dastlabki tergovda va sud jarayonida alohida e'tibor qaratish lozim bo'lgan masalalar sirasiga voyaga yetmagan shaxs tomonidan jinoyat sodir etilishiga imkon beruvchi shart-sharoitni o'rganish muhim ahamiyat kasb etadi. Xo'sh, qanday shart-sharoitlar voyaga yetmaganlar tomonidan jinoyat sodir etilishiga imkon bermoqda? Buning sabablarini turli omillar bilan bog'lash mumkin. Masalan, voyaga yetmagan shaxs oilasida tarbiyaning sustligi, ta'lim muassasalarida tarbiyaning talab darajasida emasligi, bolaning bo'sh vaqtini to'g'ri tashkil etilmagani, yoshlarning ruhiy rivojlanish holati va boshqa omillarni keltirib o'tish o'rinli. Voyaga yetmaganlar jinoyatchiligining kelib chiqish sabablari va unga imkon beruvchi shart-sharoitlarni o'rganishda tergov va sud amaliyoti shuni ko'rsatadiki, ko'pgina holatlarda oila a'zolarining tarkibi, ularning ma'lumoti, kasbi, lavozimi, ish va o'qish joylari, oila a'zolari o'rtasida o'zaro munosabatlar, ularning xulq-atvorlari, oilaning moddiy sharoitlari, oila a'zolarining ruhiy va jismonan sog'lig'ini alohida e'tiborga olgan holda o'rganilishi jinoyat sodir etishga imkon beruvchi omillarni aniqlashda muhim sanaladi. Jinoyat ishlarini tergov qilishda ularning jinoyat sodir etishlarida imkon, sharoit yaratib bergan katta yoshdagi dalolatchilar yoki ishtirokchilarning mavjudligini aniqlash muhimdir. Voyaga yetmaganlar jinoyat ishlarida katta yoshdagi dalolatchilar yoki boshqa ishtirokchilarning bor yoki yo'qligini o'rganishlarini voyaga yetmagan shaxs jinoyat sodir etishga qay darajada imkon yaratib berganliklarini, yoshlar o'rtasida jinoyat sodir etishni yuzaga keltiruvchi va shakllantiruvchi ta'sirni aniqlash muhim o'rin tutadi. Voyaga yetmaganlar tomonidan jinoyat sodir etishga imkon beruvchi sharoitlar xususida so'z ketganda, bolaning ruhiy rivojlanish holatlariga ham alohida e'tibor qaratish lozim. Jinoyatchilikning oldini olish, ularning kelib chiqishiga imkon beruvchi sharoitlarni aniqlash va bartaraf etish bilan bog'liq quyidagi choralarni amalga oshirish lozim:

— voyaga yetmaganlarga oilada, bog'chada, maktab va boshqa ta'lim muassasalarida ta'lim-tarbiyaga jiddiy yondashish;

— voyaga yetmaganlarning bo'sh vaqtlarini ota-onalar va boshqa mutasaddilar tomonidan to'g'ri tashkil etish;

— ular o'rtasida jinoyatchilik va huquqbuzarliklarning oldini olish ishlari bilan shug'ullanuvchi muassasalar faoliyatini muntazam ravishda takomillashtirib borish;

— ommaviy axborot vositalarini voyaga yetmaganlar jinoyatchiligining oldini olish, imkon yaratuvchi sharoitlarni bartaraf etishga faol jalb etish, jinoyatchilikni keltirib chiqaruvchi sabablar va shart-sharoitlarni aniq tahlil qilish, sinchiklab o'rganish hamda uni bartaraf etish yuzasidan aniq chora-tadbirlar ishlab chiqish.

Bola nima uchun jinoyatga qoʻl uradi? Qachonki, uning atrofidagilar unga nisbatan yaxshi munosabatda boʻlmasa, uning uchun zarur sharoit yaratib berilmasa, boʻsh vaqtlari qanday va kimlar bilan oʻtkazilganiga eʼtibor qaratilmasa, u oʻzini jamiyatda ortiqcha his qilishi mumkin. Bunday holat bolada ruhiy oʻzgarishni hamda jinoyatga moyillikni keltirib chiqaradi. Farzandlarining taqdiriga, ularning barkamol boʻlib ulgʻayishiga befarq boʻlmagan xalq, biror nojoya ish qilgan bolani ayblash va jazolashdan oldin, nima uchun bunday hodisa sodir boʻldi, degan savolga javob axtarsa, albatta, barcha muammolarga yechim topilgan boʻlardir. Bola nafaqat huquqlarga, balki Oʻzbekiston Respublikasi Konstitutsiyasining 47-, 52-moddalarida nazarda tutilgan burchlarga ham ega. Chunonchi, Oʻzbekiston Respublikasi Konstitutsiyasi va

qonunlariga rioya qilish, boshqa kishilarning huquqlari, erkinliklari, shaʼni va qadr-qimmatini hurmat qilish, qonunda belgilangan tartibda harbiy yoki muqobil xizmatni oʻtashdan iborat.

Har qanday davlatning kelajagi undagi yosh avlodning tarbiyasi, taʼlim olishi, salohiyati, sogʻligʻi bilan chambarchas bogʻliq. Xulosa qilib aytganda, yoshlarni sogʻlom, barkamol boʻlib ulgʻayishlariga sharoit yaratish maqsadida davlatimiz va hukumatimiz tomonidan qator qonunlar hamda qonunosti hujjatlari qabul qilindi. Bu meʼyoriy-huquqiy hujjatlar Oʻzbekistonda barkamol avlodni tarbiyalash, ularni moddiy va maʼnaviy qoʻllab-quvatlash, yordamga muhtoj yoshlarni davlat himoyasiga olishga va ularni jamiyat uchun kerakli insonlar qilib tarbiyalashga qaratilgan.

Adabiyot:

1. Rustamboyev M. X. Bola huquqlari qonun muhofazasida / Huquq va burch — 2010.
2. Umarov T. Bola huquqi va manfaatlari ularning kafolatlari xususida «Hayot va qonun». — 2003.
3. Tadjixanov U., Saidov A. Huquqiy madaniyat nazariyasi. — T.: IIV Akademiyasi, 1998. — 447 b.

Замонавий таълимда физика-технологияни ўқитиш усуллари

Сайлаўов Ағилаш Бахитович, ўқитувчи;
Бекназаров Қурал Бақтибаевич, ўқитувчи
Нукус тумани 22-сонли мактаб (Ўзбекистон)

Ушбу мақолада мактаб ўқувчиларининг физика фанидан замонавий таълим олишлари учун ва шу орқали олган билимларини ҳайотда тадқиқ қила олиш масаласи кўрсатилган. Ўқувчиларнинг назарий ва амалий мўйомуларини ечиш учун оддий усуллар кўрсатилган. Шунингдек ўқувчиларнинг бўш вақтини мазмунли ўтказиш мақсадидан ахборот коммуникацион технологиялари (АКТ) ёрдамида дарсни анимацион услубда олиб борган ҳолда ўқувчиларнинг физика фанига бўлган қизиқишларини ошириш бўйича кўрсатмалар келтирилган.

Калит сўзлар: амалиёт, ҳаётда тадқиқ қилиш, ижодий қобиоатларини ошириш, компьютер саводхонлигига ўргатиш.

Методы обучения физико-технологии в современном образовании

Сайлауов Агылаш Бахыт улы, учитель;
Бекназаров Курал Бахтибаевич, учитель
Общеобразовательная школа № 22 г. Нукуса (Узбекистан)

В этой статье показано, как школьники могут изучать современную физику и применять свои знания в жизни. Существуют простые способы решения теоретических и практических задач студентов. В нем также содержатся рекомендации о том, как повысить интерес учащихся к физике с помощью анимированных информационных и коммуникационных технологий (ИКТ), чтобы иметь значительный досуг для студентов.

Ключевые слова: обучать практическим навыкам, применять на практике, развивать свои творческие способности, обучать навыкам работы на компьютере.

ХХI аср цивилизация ривожланишида муҳим аҳамиятга эга бўлиб, илм, фан техниканинг жадал ривожланиш даври сифатида характерланади..

Президентимиз Ш.М. Мирзиёев «Ёшларимизнинг мустақил фикрлайдиган, юксак интеллектual ва маънавий салоҳиятга эга бўлиб, дунё миқёсида ўз тенгдошларига ҳеч

қайси соҳада бўш келмайдиган инсонлар бўлиб камол топиши, бахтли бўлиши учун давлатимиз ва жамиятимизнинг бор куч ва имкониятларини сафарбар этамиз» [1] деп айтиб ўтган еди.

Шунинг учун ҳам юртимизда илм фан ва илмий педогогик кадрлар таёрлашга катта этибор қаратилмоқда..

Бугунги кунда физика — техника, технологиялар асрида ўмум ўрта таълим мактаби ўқувчиларига электр токига оид, электромонтаж ишларини ўргатишда физика ва технология фанларининг асосий вазифаларидан бири, унинг мазмун моҳиятини фан ва техниканинг ҳозирги даврдаги ривожланиш даражасига кўтаришдан иборат.

Ўмум ўрта таълим мактабларида дарсдан ташқари физика ва технология фанларидан тўғараклар ташкиллаштириб, ўқувчиларнинг назарий билимларидан ташқари амалий равшда электр схемаларини (физика лаборатория хоналарида ёки вертуал лаборатория ёрдамида) ўз қўллари билан ясаб кўришлари учун имкониятлар яратиб беришимиз зарур. Оддий мисол тариқсида қуйдаги ишларни амалга оширишимиз мумкун [3].

Дарстан ташқари вақтлари ўқувчиларнинг буш вақтини мазмунли ва ўтказиш мақсадида кундалик турмишимизда қўлланишга зарурли булган турли амалий ишларни бажариб тушинтиришимиз керак. Ана шундай амалий ишларнинг бири электромонтаж электромонтаж ишлари хисобланади. Электромонтаж ишларини ўргатишда аввало уларга электр энергиясинин инсон ҳаётидаги ўрни, дастурий энергия манбалари камайиб бораётганлиги сабабли уни келажак авлодларимизга етказиб бериш учун тежашимиз кераклиги ҳақида тушунчалар беришимиз керак.

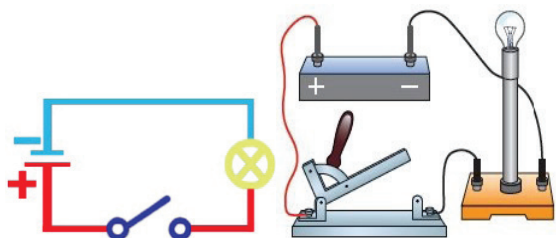
Ўқувчиларга электромонтаж ишларини ўргатишда дастлаб оддий электр занжирини йиғишдан бошласак мақсадга мувофиқ булади. Одатда электр занжири чизилма шаклида қўрсатилади. Электр занжиридаги элементларнинг уланиш услублари қўрсатилган чизилмалар электр схема дейилади. Дастлаб электр занжиридаги элементларнинг электр схемаларидаги шартли белгилари (1-жадвал) билан таништирамиз ва уларнинг жойлашиш тартибини тушинтирамиз [2].

1-жадвал

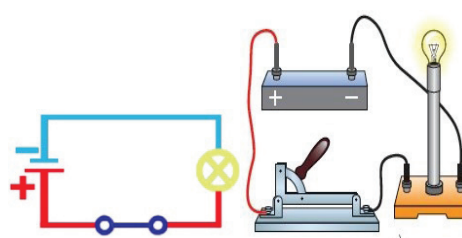
№	Схеманинг шартли белгилари.	Схемадаги шартли белгиларнинг номланиши.	№	Схеманинг шартли белгилари.	Схемадаги шартли белгиларнинг номланиши.
1		Ток манбайи	5		Занжир очиқ холатдаги калит
2		Батареяли ток манбайи	6		Электр лампочка
3		Ўтказгичларнинг туташган жойи	7		Электр қонғироқ
4		Ўтказгичларнинг туташмасдан кесишган жойи	8		Электр асбобларини улаш учун қисқич

Жадвалда қўрсатилган шартли белгилар асосида биз оддий электр схемасини йиғип қўришимиз мумкун (1 — сўрет). Энг оддий электр схемасини йиғиш учун бизга ток

манбаи, утказгич (туташтирувчи симлар), электр истеъмолчи (лампочка) ва калит булса етарли.



1 сўрет. Очиқ занжирнинг электр схемаси



2 сўрет. Берк занжирнинг электр схемаси.

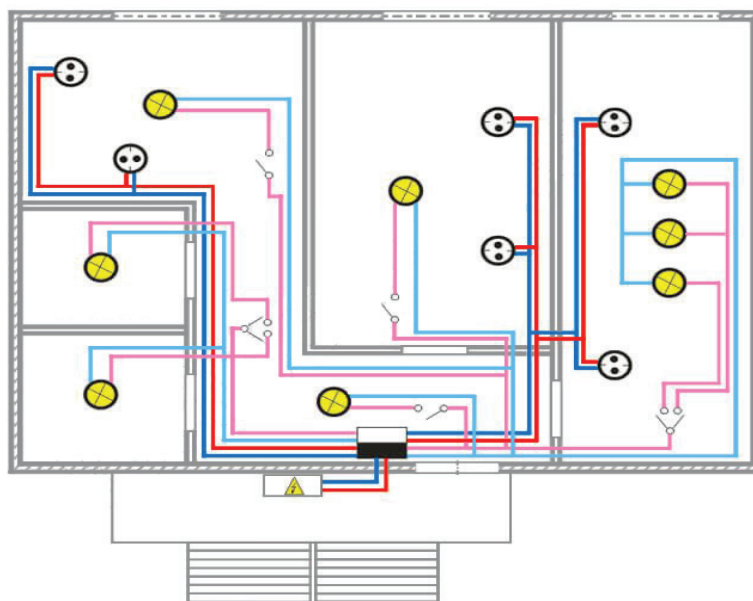
Электр занжирини 1 расмда қўрсатилгандек йиғсак ҳеч нарса содир булмайди. Шунинг учун ҳам ушбу ҳолат очиқ занжир электр схемаси дейилади. 2 расмда қўрсатилгандек йиғсак яъний берк занжирнинг электр схемасини

шакллантирсак электр лампочкасининг ёнганлигининг гувоҳи буламиз [2].

Ўқувчиларга электромонтаж ишларини ўргатишда асосий вазифаларидан бири бу хонадон электр занжирини

улаш ҳисобланади. Хонадон электр занжирини улашни биз хонадон макетини (2-расм) ясаган ҳолда амалга оширишимиз мумкин. Хонадон электр занжирини макет ёрдамида улаганимизда 1,5–3 В кучланишга эга электр лам-

почкаларидан фойдаланамиз. Агар да ўқувчилар ҳар бир амалий машғулотларни уз қўллари билан ишлаб урганишса мустақил равшда ишлай олиш имкониятига эга бўлади [4].



3-сўрет

Албатта оддий электр схемасини йиғишнинг юқорида курсатилган амалий қурилишларидан ташқари бир нечта турлари мавжуд бўлиб, компьютер дастурлари ёрдамида яъний вертуал равшда, анимацион услубда ва Power Point дастури ёрдамида ҳам курсатиб бериш имкониятларига эгамиз. Биз уз имкониятларимиздан келиб чиқиб юқорида курсатилган услубларнинг қайси бирдан фой-

даланиб кўрсатиб тушунтирсак ҳам ўқувчиларнинг чуқур билим эгаллашига, физика ва технология фанларидан ўрганган назарий билимларини амалётда қўлланиб, кундалик турмушимизда фойдалана олишига оз булса ҳам ҳисса қушсак келажакда юртимизнинг илм, фан-техникасини ривожлантирадиган муносиб авлодни тарбиялаб етиштирган бўламиз.

Адабиётлар:

1. Ш. Мирзиёев «Эркин ва фаровон, демократик Ўзбекистон давлатини биргаликда барпо этамиз» Тошкент — «Ўзбекистон» — 2016
2. П. Хабибуллаев, А. Бойдедаев, А. Бахромов, Ж. Усаров, Қ. Суяров, М. Юлдашева. «Физика» 8-синф учун дарслик. Тошкент-2019.
3. Е. Мирзахмедов, Н. Ғофуров, Б. Ибрагимов, М. Джораев, Г. Қарлыбаева, Г. Сагатова. «Физика ўқитиш методикаси» Тошкент-2010.
4. www.pedogog.uz

Халқ оғзаки ижодида сўз санъати

Шомуродов Аваз Абдулхамидович, ўқитувчи
Ўзбекистон давлат санъат ва маданият институти (Тошкент)

Ёш авлодни маънавий тарбиясини мукамал қилиш, уларнинг қалбида ватанга бўлган муҳаббат, меҳроқибат каби инсоний фазилатларни шакллантириш, ҳар томонлама етук қилиб тарбиялашда халқ оғзаки ижоди намуналарининг муҳим жихатлари: бахшиёна дostonлар, ибратли эртақлар, ривоятлар, айтишувлар, сажълар, мақол ва тез айтишларнинг ўрни беқиёсдир. Ушбу мақолада ушбу намуналарнинг актёр талаффузини равланишига ёрдам бериши ҳақида фикр юритилади.

Калит сўзлар: халқ оғзаки ижоди, тез айтиш, нутқ, сўз санъати, ургу.

Искусство речи в узбекском устном народном творчестве

Шомуродов Аваз Абдулхамидович, преподаватель
Государственный институт искусств и культуры Узбекистана (г. Ташкент)

В статье рассматриваются важные особенности образцов устного народного творчества в сфере совершенствования духовного воспитания подрастающего поколения.

Ключевые слова: устное народное творчество, речевое искусство, акцент.

Халқимиз минг йиллардан буён санъатни, хусусан театрни севиб, ардоқлаб келади. Анъанавий театр, халқ ва мақом мусиқаси, дoston ижрочилик — бахшичилик санъати, ҳофизлик, созандалик ва рақс санъати жуда қадим замонлардан ривожланиб келган.

Ҳар бир миллатнинг ўз урф-одат, анъана, қадриятлари бўлиб, ўтмишдан дарак бериб турадиган, халқнинг ўзлигини англашга ёрдам берадиган халқ ижодиёти мероси мавжуд. Аксарият ҳолларда этнограф тарихчи олимлар бирор бир миллат ўзагини, келиб чиқиш этнографияси, қадим турмуш даражаси, ижтимоий шаклланиш босқичлари, умуман олганда тарихий жараёнларни ўзида намоён этадиган восита сифатида айни шу халқ оғзаки ижоди намунасига мурожаат этиб ўрганадилар. Бу жараён силсиласидан ўзбек халқи ҳам четда қолмаган.

Асрлар давомида аждодларимиз томонидан севиб қуйланиб келинган, оғиздан-оғизга, авлоддан-авлодга, устоздан-шогирдга ўтиб келган ва барчамизнинг қон-қонимизга сингиб кетган халқ оғзаки ижоди намуналари шаклланиб бориб, санъат даражасига қўтарилиб ва шу қаторда театр синтетикасига қоришиб, янги қўринишда бугунги кун профессионал театрида ўзига хос ўринга эга бўлди. Театр санъати анъаналарида халқ ижодиёти ҳамда дostonларидан фойдаланиш азалдан одат тусига айланган.

Хусусан, ўтмиши минг йиллик тарихга бориб тақалувчи ва даврлар ўзгариши натижасида юзага келган инсонлар дунёқараши, орзу — умидларини ўзида намоён этадиган халқ оғзаки ижодининг етук намуналари «Алпомиш», «Гўрўгли», «Ошиқ Ғариб» сингари эпик асарлар, оғзаки айтишув, маросимларда ижро этиладиган ашулаларнинг бари ўзбекнинг қадим ўтмишидан, менталитетидан хабар берувчи бебаҳо бойлик бўлиб ҳисобланади. Ушбу дostonларда қаҳрамонлик, ватанпарварлик, умуминсоний туйғулар каби юксак фазилатлар улугланади. Айнан шу жараёнда халқ оғзаки ижоди намуналарининг театр сахналарида намоён этилиши, ўз ўрнида нафақат томошабиннинг, балки театрнинг ҳам ютуғи бўлди.

Ёш авлодни маънавий тарбиясини мукаммал қилиш, уларнинг қалбида ватанга бўлган муҳаббат, меҳр-оқибат каби инсоний фазилатларни шакллантириш, ҳар томонлама етук қилиб тарбиялашда халқ оғзаки ижоди намуналарининг муҳим жиҳатлари: бахшиёна дostonлар,

ибратли эртақлар, ривоятлар, айтишувлар, сажълар, мақол ва тез айтишларнинг ўрни бекиёсдир.

Халқ оғзаки поэтик ижоди, санъатнинг бошқа (мусиқа, театр, рақс, тасвирий ва амалий) турларидан ўзига хос хусусиятлари билан ажралиб турадиган оғзаки сўз санъатидир. Ҳар бир халқнинг асрлар давомида акс эттирган бой оғзаки сўз санъати бўлганидек, ўзбек халқининг ҳам оғзаки сўз санъати оғзаки адабиёти мавжуд. Меҳнатқаш оммавий халқ томонидан оғзаки яратилиб, халқнинг талантили вакиллари ижросида сайқал топиб, авлоддан-авлодга ўтиб келаётган бадиий асарлар ўзбек халқ поэтик ижодини ташкил этади.

Халқ оғзаки ижоди кишиларнинг меҳнат тажрибасини оғзаки шаклларда ташкил этишга бўлган интилишларидирки, булар байтлар, мақоллар, маталлар, қадим замонларнинг меҳнатга доир шиорлари хотирада осонгина ва маҳкам ўрнашиб қолган.

Халқ куйчиси (дostonчи, эртақчи, қўшиқчи, латифагўй, аскиячи ва бошқалар) жамоа томонидан ярилган асрларни механик тарзда бошдан охиригача сўзма-сўз ёд айтмайди, балки унга ижодий муносабатда бўлиб ўзидан ниманидир қўшади, бойитиб боради. Шунинг учун ҳам у куйлаётган асарни ҳамиша «халқники» деб тан олган, яни халқ оғзаки ижоди деб айтилган.

Халқ оғзаки ижодига кирувчи терминлар: дostonлар, мақоллар, эртақлар, термалар, топишмоқлар, латифа ва лофлар, афсона ва ривоятлар, лирик қўшиқлар, меҳнат қўшиқлари, мавсум-маросим қўшиқлари ва бошқалар халқ оғзаки ижоди намуналари ҳисобланади.

Актёрлик санъатида ушбу терминлар бўйича вази-фалар олдинади ва уни такомиллаштирилади. Берилган топшириқлар бўйича ўзбек халқ ижоди намуналаридан тез айтишлар, дostonлар ҳамда фалклорлар олиб ишланади. Бу актёрнинг талаффузини равонлашига ёрдам беради. Мисол учун тез айтиш устида ишлаганда нималарга аҳамият қаратиш лозим?

Ойдин ойисидан олдин ойдинда уйига борди

Бунда ургу ҳар бир сўзга тушиб боради. Ижро жараёнида муносабатга ҳам аҳамият бериш зарур. Чунки фикр бўлмаса тез айтишни шунчаки айтиш бир ҳилликни олиб келади. Тез айтишлар устида ишлаш, талабалар нутқини камчиликлардан холи этишда катта ёрдам беради, товуш-

ларни тўғри талаффуз қилишга ёрдам беради, фикрлаш қобилиятини ўстиради.

Раъно опам раққоса, рақсни болайди роса

Биринчи тезликда талаба фикрга, мазмунга, тушунтириш ҳамда нутқдаги равлонликка аҳамият берса, иккинчи тезликда ургу ва темпо-ритмга, аҳамият беради. Учинчи тезликда кучли диққат, хотира ва талаффуздаги равлонликка аҳамият бериши зарур. Мусиқали театр актёрлиги талабалари эса учинчи тезликдан сўнг тез айтишларни муסיқий оҳангга қўйиб айтадилар. Талабалар бунда табиийки эркин фикрлашга эришади.

Ёки: **Арра арралайди, Сора саралайди, Лола алла-лайди, ранда рандайди.**

Бу тез айтишда «Ўйин» технологиясидан фойдаланса бўлади. Бахс-мунозарага қўйиб ишланади. Икки гуруҳга бўлинган талабалар бир-бирлари билан тортишади. Қайси гуруҳ қўйилган масадни тўғри бажарса, ўша гуруҳ шу матнни куйга солиб ижро қилади. Иккинчи гуруҳ ўз хатосини тушунади ва жўр бўлади. Бу услубда талабалар ўз камчиликларини ўзлари баҳолайди.

Гуруҳ машқларига халқ оғзаки ижодидан «Яллоли бобо» каби намуналардан ижро учун олинади. Куйида ишлаш услубини кўриб чиқамиз.

Сувдан кўтардим кўза, кўзада олтин гўза, кўзаю гўза қўлимда, яллоли бобо ялли. Ўзумзорлардан шинни, чинникорлардан чинни, шиннию чиннию кўзаю гўза қўлимда яллоли бобо ялли. Соатга олдим занжир, боғлардан тердим, анжир занжиру анжиру шиннию чиннию кўзаю гўза қўлимда, яллоли бобо ялли. Тўқувчи қиздан газмол, сотувчи қиздан дазмол, газмолу дазмолу занжиру анжиру шиннию чиннию кўзаю гўза қўлимда яллоли бобо ялли. Ўқмонлардан арча, боофандалардан парча, арчаю парчаю газмолу дазмолу занжиру анжиру шиннию чиннию кўзаю гўза қўлимда яллоли бобо ялли. Чўпонлардан айрон, гулзорлардан райхон, айрону райхону арчаю парчаю газмолу дазмолу занжиру анжиру шиннию чиннию кўзаю гўза қўлимда яллоли бобо ялли.

Бу машқни ишлаш жараёнида, сўздан мусиқага илк қадмни босқичма-босқич ишланади. Биринчи навбатда талаба актёрлар учун бир-бирини эшитиш, сўзларни аниқ ва равлон айтиш, муносабатда айтиш, овозни ишлатиш бу машқда жудаям ўринлидир. Ижро пайтида талабанинг талаффузи аниқ бўлиши ва томошабинлар уни яхши тушунишлари учун, талаба актёр нафақат техник усулларни ишлатиши, балки томошабинга фикрни, туйғуни етказиши керак. Бунинг учун аввламбор, ижрочининг ўзига

матн тушунарли бўлиши шарт. Шунда у сўзларни бўрттирмасдан, муаллифнинг фикрларини ўзиникидай қилиб, томошабинларга етказилади.

Бу борада Шекспирнинг Гамлет тилидан айтилган қуйидаги фикрларини қайд этиш ўринлидир: «сўзга яраша ҳаракат қилинг, ҳаракатга яраша гапиринг. Лекин булар табиийлик чегарасидан чиқмаслиги шарт. Ҳар қандай ҳаддан ошмоқлик театр мақсадига хилофдир».

Ҳар бир миллатнинг ўз урф-одат, анъана, қадриятлари бўлиб, ўтмишдан дарак бериб турадиган, халқнинг ўзлигини англашга ёрдам берадиган халқ ижодиёти мероси мавжуд. Аксарият ҳолларда этнограф тарихчи олимлар бирор бир миллат ўзагини, келиб чиқиш этнографияси, қадим турмуш даражаси, ижтимоий шаклланиш босқичлари, умуман олганда тарихий жараёнларни ўзида намойиш этадиган восита сифатида айни шу халқ оғзаки ижоди намунасига мурожаат этиб ўрганадилар. Бу жараён силсиласидан ўзбек халқи ҳам четда қолмаган.

Асрлар давомида ажодларимиз томонидан севиб куйланиб келинган, оғиздан-оғизга, авлоддан-авлодга, устоздан-шогирдга ўтиб келган ва барчамизнинг қон-қонимизга сингиб кетган халқ оғзаки ижоди намуналари шакллана бориб, санъат даражасига кўтарилган ва шу қаторда театр синтетикасига қоришиб, янги кўринишда бугунги кун профессионал театрида ўзига хос ўринга эга бўлди.

Театр санъати анъаналарида халқ ижодиёти ҳамда дostonларидан фойдаланиш азалдан одат тусига айланган. Хусусан, ўтмиши минг йиллик тарихга бориб тақалувчи ва даврлар ўзгариши натижасида юзага келган инсонлар дунёкараши, орзу — умидларини ўзида намoён этадиган халқ оғзаки ижодининг етук намуналари «Алпомиш», «Гўрўгли», «Ошиқ Ғариб» сингари эпик асарлар, оғзаки айтишув, маросимларда ижро этиладиган ашулаларнинг бари ўзбекнинг қадим ўтмишидан, менталитетидан хабар берувчи бебаҳо бойлик бўлиб ҳисобланади.

Ушбу дostonларда қахрамонлик, ватанпарварлик, умминсоний туйғулар каби юксак фазилатлар улуғланади. Айнан шу жараёнда халқ оғзаки ижоди намуналарининг театр сахналарида намойиш этилиши, ўз ўрнида нафақат томошабиннинг, балки театрининг ҳам ютуғи бўлди.

Демак, халқ оғзаки ижоди намуналари актёр талабани маънавий тафаккури ривижланишига хизмат қилади ҳамда тарбиявий аҳамиятга ҳам эгадир. Шу билан бирга талабанинг эркинлигига, мустақил фикрлашга, мақсад билан гапиришга, нутқ равлонлигини оширишда ёрдам беради.

Адабиётлар:

1. Станиславский К. С. Моя жизнь в искусстве. — Москва: Искусство, 1965.
2. Икромов Х. И. Мусиқали театр: ташаббус ва ижро. — Тошкент: Ўзбекистон энциклопедияси, 2009.
3. Муродов М., Эгамов Х., Ашрафхўжаев Х. Халқ ижодиёти анъаналари ва маданий-маърифий муассасалар. — Тошкент: Фан, 1989.
4. Муродов М., Эгамов Х. Ўзбек халқ оғзаки поэтик ижоди. — Тошкент: Ўқитувчи, 1990.
5. Муродов М., Махмудова К. Ўзбек фольклор этнографик ансамбллари. — Тошкент: 1989.

Молодой ученый

Международный научный журнал
№ 6 (296) / 2020

Выпускающий редактор Г. А. Кайнова
Ответственные редакторы Е. И. Осянина, О. А. Шульга
Художник Е. А. Шишков
Подготовка оригинал-макета П. Я. Бурьянов, М. В. Голубцов, О. В. Майер

Статьи, поступающие в редакцию, рецензируются.
За достоверность сведений, изложенных в статьях, ответственность несут авторы.
Мнение редакции может не совпадать с мнением авторов материалов.
При перепечатке ссылка на журнал обязательна.
Материалы публикуются в авторской редакции.

Журнал размещается и индексируется на портале eLIBRARY.RU, на момент выхода номера в свет журнал не входит в РИНЦ.

Свидетельство о регистрации СМИ ПИ №ФС77-38059 от 11 ноября 2009 г. выдано Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор)

ISSN-L 2072-0297

ISSN 2077-8295 (Online)

Учредитель и издатель: ООО «Издательство Молодой ученый»

Номер подписан в печать 19.02.2020. Дата выхода в свет: 26.02.2020.

Формат 60×90/8. Тираж 500 экз. Цена свободная.

Почтовый адрес редакции: 420126, г. Казань, ул. Амирхана, 10а, а/я 231.

Фактический адрес редакции: 420029, г. Казань, ул. Академика Кирпичникова, д. 25.

E-mail: info@moluch.ru; <https://moluch.ru/>

Отпечатано в типографии издательства «Молодой ученый», г. Казань, ул. Академика Кирпичникова, д. 25.