

ISSN 2072-0297

МОЛОДОЙ УЧЁНЫЙ

МЕЖДУНАРОДНЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ



12 2023
ЧАСТЬ IV

16+

Молодой ученый

Международный научный журнал

№ 12 (459) / 2023

Издается с декабря 2008 г.

Выходит еженедельно

Главный редактор: Ахметов Ильдар Геннадьевич, кандидат технических наук

Редакционная коллегия:

Жураев Хусниддин Олтинбоевич, доктор педагогических наук (Узбекистан)
Иванова Юлия Валентиновна, доктор философских наук
Каленский Александр Васильевич, доктор физико-математических наук
Кошербаева Айгерим Нуралиевна, доктор педагогических наук, профессор (Казахстан)
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
Бердиев Эргаш Абдуллаевич, кандидат медицинских наук (Узбекистан)
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
Игнатова Мария Александровна, кандидат искусствоведения
Искаков Руслан Маратбекович, кандидат технических наук (Казахстан)
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
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
Рахмонов Азизхон Боситхонович, доктор педагогических наук (Узбекистан)
Семахин Андрей Михайлович, кандидат технических наук
Сенцов Аркадий Эдуардович, кандидат политических наук
Сенюшкин Николай Сергеевич, кандидат технических наук
Султанова Дилшода Намозовна, доктор архитектурных наук (Узбекистан)
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)
Буриев Хасан Чутбаевич, доктор биологических наук, профессор (Узбекистан)
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)
Досманбетов Динар Бакбергенович, доктор философии (PhD), проректор по развитию и экономическим вопросам (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 Кулуг-Бек Бекмуратович, доктор педагогических наук, и.о. профессора, декан (Узбекистан)
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)
Султанова Дилшода Намозовна, доктор архитектурных наук (Узбекистан)
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 изображен *Сергей Федорович Платонов* (1860–1933), российский историк, председатель Археографической комиссии, директор Пушкинского дома (Института русской литературы Академии наук СССР) и Библиотеки Академии наук СССР.

В 1869 году семья Платоновых переехала в Петербург, куда был переведен на службу отец будущего историка. Платонов, который с детства мечтал о литературной деятельности, окончил Петербургскую гимназию и поступил на историко-филологический факультет Петербургского университета. Среди студентов он выделялся эрудицией и большим прилежанием. В студенческие годы будущий исследователь испытал сильное влияние русских историков К. Н. Бестужева-Рюмина, В. О. Ключевского, А. Д. Градовского и вскоре сам серьезно увлекся историей. В 1882 году Платонов окончил университет и после успешной защиты дипломного сочинения был оставлен для подготовки к профессорскому званию. В эти годы он также читал лекции по истории XVII века на Высших женских курсах — именно здесь проявился его преподавательский талант.

В 1888 году на публичном диспуте в Петербургском университете Платонов защитил диссертацию на тему «Древнерусские сказания и повести о Смутном времени XVII века как исторический источник», получил степень магистра и вскоре стал приват-доцентом.

В октябре 1890 года по ходатайству совета факультета Платонов был назначен на должность экстраординарного профессора по кафедре русской истории, хотя к этому времени он еще не имел докторской степени и по положению не мог претендовать на эту должность. Он читал курс русской истории, курсы по отдельным эпохам, проводил семинарские занятия, был одним из инициаторов создания Исторического общества при Петербургском университете.

Платонов занимался исследованием общественно-экономической жизни России второй половины XVI — начала XVII века. Итогом этой работы стала его докторская диссертация «Очерки по истории Смуты в Московском государстве XVI–XVII вв. (опыт изучения общественного строя и сословных отношений в Смутное время)», защищенная в Киевском университете в 1899 году.

С 1900 по 1905 год Сергей Федорович был деканом историко-филологического факультета Петербургского университета, а в 1903 году возглавил и только что организованный Женский педагогический институт.

Революцию в октябре 1917 года Платонов встретил уже будучи крупным и наиболее авторитетным исследователем отечественной истории, главой петербургской школы русских историков.

11 июля 1928 года он выступил в Берлине перед немецкими учеными с докладом «Проблема русского Севера в новейшей историографии». Там же имел контакты и с некоторыми представителями русской эмиграции, в том числе со своим бывшим учеником Великим князем Андреем Владимировичем, что в дальнейшем было использовано против историка.

Признанием огромного вклада Платонова в развитие отечественной исторической науки стало избрание его 3 апреля 1920 года действительным членом Академии наук, а в марте 1929 года — академиком-секретарем Гуманитарного отделения и членом Президиума Академии наук Советского Союза.

Трагическим для Платонова стал период с конца 1929 по 1931 год, когда он был арестован по обвинению «в активной антисоветской деятельности и участии в контрреволюционной монархической организации» с целью свержения советской власти. Поводом к такому обвинению явилось обнаружение в архивах Пушкинского дома, Библиотеки Академии наук, Археографической комиссии ценных политических источников. Среди них находились подлинные экземпляры документов отречения от престола последнего российского императора, отдельные материалы департамента полиции, корпуса жандармов, охранных отделений; архив ЦК конституционно-демократической партии (кадетов), архив ЦК партии социалистов-революционеров (эсеров), списки членов «Союза русского народа», материалы деятельности Учредительного собрания и комиссии по его роспуску и иные важные документы. Большая часть этих материалов поступила в академические учреждения из личных архивов и библиотек и оказалась неучтенной. Специальная следственная комиссия Особого Государственного политического управления Народного комиссариата внутренних дел РСФСР (ОГПУ НКВД РСФСР), проводившая с конца 1929 года проверку в Академии, усмотрела в этом исключительно политическую подоплеку — сокрытие документов. Поскольку Платонов возглавлял в те годы ведущие исторические учреждения Академии, он был объявлен главой «контрреволюционного заговора».

Сергей Федорович Платонов был осужден к ссылке в Самару, куда он отбыл 8 августа 1931 года в сопровождении своих дочерей. Спустя 17 месяцев, 10 января 1933 года, он скончался от острой сердечной недостаточности. Ученый был похоронен в Самаре на городском кладбище. 20 июля 1967 года Военная коллегия Верховного Суда СССР полностью реабилитировала С. Ф. Платонова.

*Информацию собрала ответственный редактор
Екатерина Осянина*

СОДЕРЖАНИЕ

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

Антоненко Э. С. Многофункциональные центры как инструмент повышения качества предоставления государственных услуг.....	223
Давлетшина А. Э. Возможности применения процессного подхода к совершенствованию государственных услуг в РФ (на примере государственной услуги по выдаче лицензии на оружие).....	225
Зайко Е. А. Формулировка модели разработки и принятия управленческих решений для хозяйствующих субъектов в условиях актуальных тенденций отечественной экономики	228
Князева И. Г., Ибрагимов А. А. Исламская экономика в современных реалиях	230
Кондратенко В. В. Почему креативная экономика — это будущее	233
Косматова Я. Н. Эволюция потребительского пути	235
Malakhova D. D. The impact of OTA on own hotel booking systems in the Russian Far East.....	236
Марихин С. В., Золотовский А. С. Некоторые аспекты управления человеческими ресурсами в условиях цифровизации.....	239
Михадова С. К. К вопросу о теоретических основах кадровой составляющей экономической безопасности организации.....	241
Наконечная А. А. Ограниченность ресурсов и их классификация. Проблема эффективного использования ресурсов	244
Орехова А. М. Финансовый мониторинг как инструмент финансового контроля	246

Санникова В. Е. Оценка факторов риска экономической безопасности организации.....	247
Стукало И. С. Использование смарт-контрактов для повышения уровня экономической безопасности.....	249
Сулейманова Э. Ю., Абрамова Л. С. Разработка конкурентной стратегии на примере ООО «КЦ Медоборы».....	251
Сютина О. В. Анализ обеспеченности трудовыми ресурсами АПК Амурской области.....	255
Юдина Ю. А. О роли информации в поведении потребителя	259
Юсупов Р. А., Курбанов А. Ч. Первичные результаты внедрения системы управления надёжностью в Шуртанском ГКХ	261

МАРКЕТИНГ, РЕКЛАМА И PR

Беляева Ю. А., Мухина О. Д. Яндекс.Директ как инструмент рекламы.....	264
Сопрунова А. А. Проблемы и перспективы развития телемаркетинга в банковской сфере.....	266
Шведов Г. С. Реклама и ее роль в экономике	268

РЕГИОНОВЕДЕНИЕ

Ярук А. М. Политическая самоидентификация французских басков	270
--	-----

СЕЛЬСКОЕ ХОЗЯЙСТВО

Соколов И. А., Агапова В. Д. Химические средства защиты озимой пшеницы от возбудителя бурой ржавчины	273
--	-----

ФИЛОСОФИЯ

Тиунова К. Б.

Взгляд Эриха Фромма на проблему современного человеческого существования 278

ТЕОЛОГИЯ

Насырьянов А. Б.

Исламское образование в Индонезии после обретения независимости 280

ПРОЧЕЕ

Губанова М. В.

Расширение практики graduate recruitment на международный рынок в современных условиях 283

МОЛОДОЙ УЧЕНЫЙ

ҚАЗАҚСТАН

Амренов Н. А., Закиева А. А., Амренов Н. А., Закиева А. А.

Далалық арамсоюу — карантиндік шөп 287

МОЛОДОЙ УЧЕНЫЙ

O'ZBEKISTON

Абдукадирова Л. К., Насимов С. И.

Кичик дозадаги ионлантирувчи нурларнинг инсон организмга таъсири 289

Tashtayev S. D.

Basketbolchilarda o'yin taktik tayyorgarligini olib borish 292

Xudoyberganov Z. K.

Voleybolchilarda masofaviy va vaqt bo'yicha mo'ljal olishni takomillashtirish usullari 294

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

Многофункциональные центры как инструмент повышения качества предоставления государственных услуг

Антоненко Эдуард Сергеевич, студент магистратуры
Московский гуманитарный университет

В представленной статье автором проанализированы теоретические и практические аспекты относительно особенностей деятельности многофункциональных центров. Определено влияние МФЦ на оптимизацию качества предоставления государственных услуг, выявлена значимость и функциональные особенности деятельности центров. В завершении работы определена перспектива развития анализируемых учреждений на территории Российской Федерации.

Ключевые слова: многофункциональные центры, качество, государственные услуги, оптимизация, реализация.

Актуальность исследуемой тематики базируется на том, что в современной системе оказания государственных услуг, создание многофункциональных центров стало инновацией, которая, в свою очередь привела к оптимизации бюрократических процессов физических и юридических лиц. В Российской Федерации, интеграция МФЦ, позволила ускорить процесс предоставления обратной связи между государственными органами власти и субъектами, распределить нагрузку на центры в соответствии с функциональными особенностями, что оказало влияние не только на качество коммуникации в системе «государство-гражданин», но и существенно повысить качество оказания услуг, обработки запросов, сроков получения документации. В ходе написания представленной статьи автором будет проанализирована сущность многофункциональных центров, этапы развития МФЦ на территории Российской Федерации, особенности функционирования и перспективы развития МФЦ как инструмента повышения качества оказания государственных услуг.

Местные и федеральные органы власти предоставляют ряд различных услуг своим гражданам. Эти программы называются общественными услугами, потому что они финансируются налогоплательщиками и доступны для населения. Государственная услуга — это ресурс, предлагаемый организацией, обычно правительственным учреждением или частным бизнесом, предназначенный для поддержки членов сообщества. Государственные услуги включают в себя здравоохранение, вывоз мусора и транспортировку и представляют собой системы и решения, которые могут принести пользу различным группам граждан.

Основная идея многофункциональных центров заключается в реализации принципа «одного окна», когда гражданин освобождается от необходимости получать справки в других государственных учреждениях, обращаться в инстанции либо платить посредникам. От получателя требуется только подача заявки и получение результата в установленный срок. Все остальные процессы, в том числе межведомственное согласование, должны выполняться работниками МФЦ и соответствующими государственными и муниципальными органами [3].

Многофункциональные центры увеличивают количество офисов и распространяются по всей стране, увеличивается количество сотрудников, интенсивно упрощает операции с документацией, расширяет перечень предоставляемых сервисов, создает так называемые флагманские центры и так далее. В результате устранены основные задачи, для которых была создана МФЦ: стало меньше очередей, сократилось время для получения государственных услуг, увеличился уровень гражданского доверия к государственным органам [1].

Стремление государства по внедрению информационно-коммуникационных технологий в управлении приводит нас к упрощению процесса получения государственных и муниципальных услуг, а именно к созданию электронной формы взаимодействия между заявителем и органом власти.

МФЦ, в качестве формы предоставления государственных и муниципальных услуг на данный момент является самым распространенным, что выделяет ряд преимуществ:

- услуги в электронном виде доступны круглосуточно;
- отсутствует время ожидания перед получением услуги;

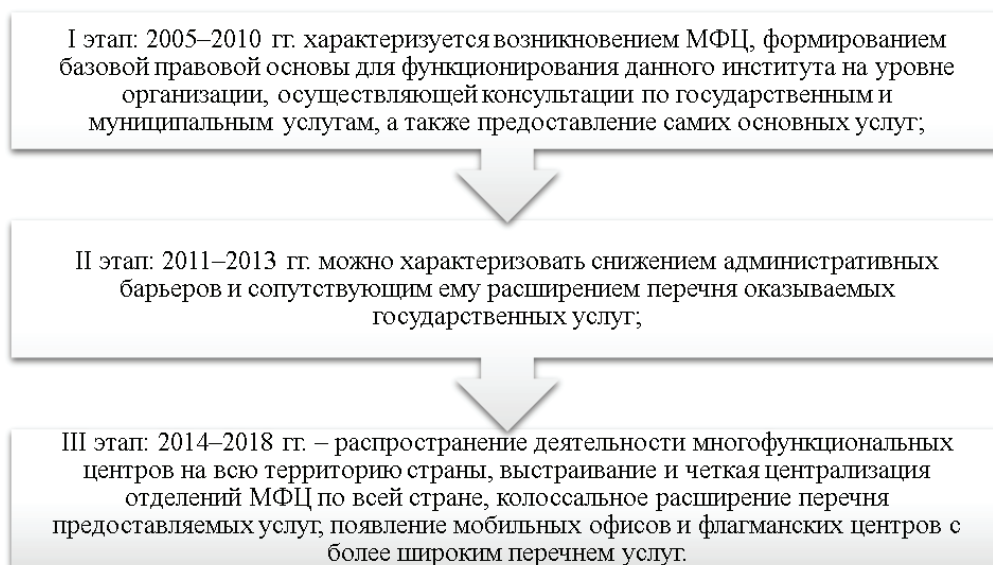


Рис. 1. Этапы развития МФЦ в Российской Федерации [2]

— справочная информация по государственным услугам предоставляется оперативной;

— гражданин может отслеживать статус обработки заявки на получение государственной услуги;

— оперативная рассылка уведомлений и информации об изменении статуса рассмотрения заявок;

— возможность оплаты государственных пошлин при помощи Интернет-банкинга.

Создание и развитие электронной формы предоставления государственных и муниципальных услуг в МФЦ способствует сокращению существующих проблем в очной форме при личном обращении заявителя. К примеру, происходит минимизация количества ожидающих заявителей в физической очереди, в силу того, что часть заявок обрабатывается в электронной форме.

Следовательно, система «одного окна» заключается в том, что услуги государственных органов каждого уровня — федерального, регионального и муниципального — могут быть представлены в одной локации. Стоит акцентировать внимание на том, что осуществляется взаимосвязь и оперативная передача информации между многофункциональными центрами и ведомствами в соответствии с заключенными договорами о предоставлении определенного спектра услуг. Они охватывают порядок обмена документами и информацией, сроки выполнения процедур и ответственность всех участников процесса.

МФЦ через информационную систему связывается с соответствующим органом, вносит данные клиента и формирует необходимый документ. Другим распространенным примером является оформление регистрации. МФЦ принимает документ гражданина и передает его в соответствующее подразделение Миграционной службы, где осуществляется регистрация. В установленный срок документ отправляется обратно в МФЦ, откуда гражданин может его забрать. Обращаясь в многофункциональный центр оказания муниципальных услуг на «регистрацию», человек примерно через неделю получает результат, и он освобождается от необходимости лично посещать органы ФМС.

Стоит акцентировать внимание на том, что мультифункциональные центры в каждом регионе предоставляют аутентичный набор услуг. В некоторых региональных МФЦ (Москва, Санкт-Петербург) предоставляется больше услуг, чем в населенных пунктах меньшего масштаба. Кроме того, в пределах одного города разные подразделения службы могут оказывать услуги, отличающиеся своим набором. Самые популярные из них, такие как: оформление или получение справок, выполняются в большинстве отделений. Более «узкие» услуги, например, консультирование по пенсионным и налоговым вопросам, бухгалтерский учет иностранных граждан, взаимодействие с бизнесменами и другие, реализованы только в некоторых офисах и центрах. Лидером по количеству МФЦ является Москва: в городе создано 163 точки обслуживания клиентов по системе «одного окна». Центры обслуживания населения Москвы предоставляют наиболее полный перечень государственных услуг для посетителей, и он постоянно расширяется.

В Санкт-Петербурге 58 мультифункциональных центров, что обусловлено меньшей численностью населения города. Важно акцентировать внимание на том, что Санкт-Петербург, как и Москва, предоставляет своим жителям наиболее полный спектр государственных услуг, которые можно получить в службе многофункционального центра. Также в числе лидеров по количеству центров МФЦ являются Ростовская область, Волгоградская область, Краснодарский край.

На сегодняшний день комплекс предоставляемых услуг в учреждениях МФЦ непрерывно расширяется. В соответствии с планами развития Минэкономразвития планируется ведение полного обеспечения человека на протяжении всей его жизни. В частности, в следующих жизненных ситуациях:

1. при рождении ребенка;
2. при смене семейного положения — свадьба или развод;
3. когда гражданин меняет фамилию;
4. при смене места жительства или пребывания;
5. при открытии бизнеса (регистрации ИП);
6. при оформлении земельного участка, строительстве дома или покупке квартиры;

7. при необходимости восстановить документы в связи с их утерей; при выходе на пенсию;
8. при смерти близкого человека;
9. др.

Таким образом, положительный эффект и оптимизация процесса оказания государственных услуг гражданам, а посредством развития сети мультифункциональных центров на территории Российской Федерации, является очевидным. Создание МФЦ позволило рационально распределить процесс оказания государственных услуг, увеличить скорость обслуживания, повысить

качество оказания услуг как в режиме онлайн на портале «Гос-услуги», так и в многофункциональных центрах. Отзывы граждан на форумах и в сети Интернет, в целом говорят о том, что это новшество достаточно полезно. Недостатком современных МФЦ является ограниченность комплекса оказываемых услуг на отдельных территориях, но органы государственной власти планируют решить данную проблему. Также важно учитывать, то, что российский сервис многофункциональных центров и портала государственных услуг находится в стадии базового развития и работа по развитию и оптимизации еще не завершена.

Литература:

1. Лолаева А. С. — Предоставление государственных и муниципальных услуг посредством информационно-коммуникационных технологий как элемент электронной (цифровой) демократии // Право и политика. — 2021. — № 12. — С. 89–101.
2. Пенякина М. С., Сметанин А. Г. Государственные и муниципальные услуги: понятие и способы предоставления // Проблемы и перспективы развития гуманитарных и социально-экономических наук: сб. науч. тр. по материалам Междунар. науч.-практ. конф.: в 4 ч. Белгород, 2020 Ч. 2 С. 152–154.
3. Сергеева Н. В. Актуальные вопросы организация сети МФЦ в Российской Федерации // Вестник Алтайской академии экономики и права. — 2021. — № 3–2. — С. 219–224.
4. Югфельд А. С., Давыдова А. Б. Совершенствование деятельности ГБУ ТО «МФЦ» на основе оптимизации межведомственного взаимодействия. В сборнике: Государственное и административное управление и право: экономика, культура, образование, безопасность. Материалы международной научно-практической конференции. 2022. С. 47–54.
5. Юркова О. А. Зарубежный опыт функционирования многофункциональных центров предоставления государственных и муниципальных услуг (МФЦ). Административное право и процесс. 2022. № 6. С. 73–76.

Возможности применения процессного подхода к совершенствованию государственных услуг в РФ (на примере государственной услуги по выдаче лицензии на оружие)

Давлетшина Анжелика Эдуардовна, студент магистратуры
Санкт-Петербургский государственный университет

Статья посвящена проблеме применения процессного подхода в целях совершенствования и оптимизации государственных услуг при их переводе в электронную форму. Государственная услуга рассматривается как бизнес-процесс, аналогичный существующим в коммерческих организациях, т.е. как совокупность взаимосвязанных административных процессов, в ходе которой происходит преобразование входов в выходы, представляющие ценность для граждан и организаций. Подобная точка зрения позволяет выделить и описать основные процессы оказания услуги в виде моделей «как есть» и «как должно быть». В целях моделирования процессов предоставления государственной услуги по выдаче лицензии на приобретение оружия использовался метод IDEF0.

Ключевые слова: электронное правительство, цифровое правительство, цифровая трансформация государственных услуг, государственные услуги, перевод государственных услуг в электронный вид, административные процедуры.

Основным вектором совершенствования и преобразования деятельности органов государственной власти и государственного управления в целом становится внедрение и активное распространение проектов цифрового правительства, одной из ключевых целей которых является повышение качества государственных услуг, их перевод в электронный вид и обеспечение режима непрерывного предоставления услуг по принципу 24 часа в сутки 7 дней в неделю 365 дней в году. Их достижение обуславливает в свою очередь необходимость поиска инструментов, методов и подходов, позволяющих органам власти с минимальными издержками достичь желаемого ре-

зультата в области цифровой трансформации государственных услуг.

Идеи, связанные с реорганизацией внутренних и внешних процессов, достижением нового качества взаимодействия государственных и негосударственных субъектов (G2C, G2B, G2G) и использованием информационных технологий в целях повышения качества, доступности и оперативности государственных услуг, были объединены в рамках концепции «электронного правительства». Электронное правительство представляет собой не просто оказание государственных услуг с помощью Интернета и других технологий, оно охватывает

широкий набор преобразований, нацеленных на переосмысление государственного управления.

В условиях всеохватывающих процессов цифровизации большее распространение получил термин «цифровое правительство». Под цифровым правительством понимается «правительство, создаваемое и действующее так, чтобы использовать преимущества цифровых данных при оптимизации, трансформации и создании государственных услуг» [9, с. 7]. Данные становятся основой для проектирования цифровых государственных услуг и реорганизации внешних и внутренних процессов, их автоматизации и цифровизации. Например, открытые данные могут использоваться в целях создания городских сервисов [11, р. 43], а данные из государственных реестров — в целях снижения издержек граждан и организаций и отказа от ручного заполнения электронных форм, что в свою очередь качественным образом изменяет деятельность органов власти.

Особенностями перехода к цифровому правительству как новой стадии электронного правительства являются следующие:

- 1) переориентирование правительств в сторону удовлетворения ожиданий нового «цифрового поколения»;
- 2) расширение сферы применения инновационных социальных технологий;
- 3) внедрение новых цифровых технологий, поиск направлений их применения [4, с. 22] и т.д.

В последние годы после принятия федерального проекта «Цифровое государственное управление» в РФ предпринимаются активные усилия в области оптимизации государственных услуг и перехода к новым принципам их оказания (цифровые административные регламенты, проактивность, реестровая модель и т.д.). Так 10 октября 2020 года состоялось совещание Президента и Правительства РФ, в ходе которого были обозначены следующие задачи: 1) актуализация законодательства в области внедрения новых принципов оказания государственных и муниципальных услуг (проактивность, реестровая модель) в срок до 1 июля 2021 года; 2) осуществление перевода массовых социально значимых услуг в электронный вид в срок до 1 января 2023 года [1].

В целях облегчения процесса перевода государственных услуг в электронный вид может применяться процессный подход. Под бизнес-процессом понимается «устойчивая совокупность взаимосвязанных видов деятельности, которая по определенной технологии преобразует входы в выходы, представляющие ценность для потребителя» [8, с. 36]. Если рассматривать органы власти с процессной точки зрения, то оказание государственной услуги представляет собой один из существующих бизнес-процессов организации. В таком случае по аналогии с бизнес-процессом в коммерческой организации государственная услуга является устойчивой совокупностью взаимосвязанных административных процедур, которая преобразует входы (документы и заявления) в выходы (результаты оказания услуги), представляющие ценность для граждан и организаций.

Важным этапом перехода к процессной модели управления является описание и анализ бизнес-процессов. Процесс оптимизации бизнес-процессов представляется собой уже давно

отработанную технологию, которая включает в себя два ключевых этапа: 1) описание бизнес-процессов (построение модели «как есть»); 2) моделирование бизнес-процессов (построение модели «как должно быть») [6, с. 34].

Для описания бизнес-процессов и построения моделей могут применяться разнообразные методы, которые в течение долгого времени активно применяются в коммерческом секторе. В качестве наиболее известных можно обозначить следующие: BPMN2.0, IDEF0 и IDEF3, UML, ARIS и т.д. Возможности применения этих методов были продемонстрированы в работах отечественных исследователей. Так, например, А.В. Данилин предлагает использовать UML для описания процессов предоставления услуги по смене места жительства [5, с. 76]. Д.В. Кознов, А.В. Самочадин, А.А. Азарсков, Ю.О. Чернова показывают возможности использования BPMN2.0 на примере услуги по получению загранпаспорта гражданина РФ [10]. Г.Г. Куликов, Р.К. Габбасов, Н.Д. Навалихина, А.А. Тымченко отмечают потенциал BPMN2.0 с точки зрения описания межведомственного взаимодействия, поскольку он обладает функционалом, позволяющий отразить разных исполнителей процесса в виде пулов и дорожек [7, с. 17].

В нашем исследовании мы решили использовать метод IDEF0, чтобы продемонстрировать возможности его применения в целях перевода государственных услуг в электронный вид и проверки возможности внедрения новых принципов их оказания. В качестве основных преимуществ использования данного метода можно обозначить следующие:

- 1) полнота описания процесса (возможность отразить управленческие, информационные и материальные потоки, а также обратные связи);
- 2) комплексность при декомпозиции;
- 3) возможность агрегирования потоков данных и информации;
- 4) наличие жестких требований методологии, обеспечивающих получение моделей процессов стандартного вида;
- 5) простота документирования процессов [8, с. 98].

Для демонстрации возможностей IDEF0 была выбрана услуга «Выдача гражданину РФ лицензии на приобретение охотничьего или спортивного огнестрельного оружия с нарезным стволом и патронов к нему» из Перечня массовых социальных услуг [2]. Для решения задачи выделения процессов и сроков их исполнения был использован административный регламент предоставления услуги [3]. В результате была построена модель оказания услуги «как есть», включающая в себя 4 основных процесса:

- 1) прием и регистрация заявления;
- 2) анализ соответствия требованиям достоверности и полноты;
- 3) формирование и направление межведомственного запроса;
- 4) выдача лицензии.

В качестве основных проблем при оказании услуги были выделены следующие. Во-первых, проведение очной проверки условий хранения осуществляется параллельно с отправкой межведомственного запроса, что в случае несоответствия требованиям (например, наличия судимости, вскрывшейся в ходе

межведомственного запроса) ведет к неэффективному распределению ресурсов (сотрудников) на проведение очного осмотра условий для хранения оружия. Во-вторых, услуга не реализуется по принципу «электронный вход-электронный выход», а также требует посещения ведомства для получения

результатов оказания услуги. Это проблема может быть решена за счет внедрения реестровой модели предоставления услуги путем внесения записи в реестр о выдаче гражданину лицензии на оружие. Исходя из этого, была построена модель «как должно быть» (рис. 1).

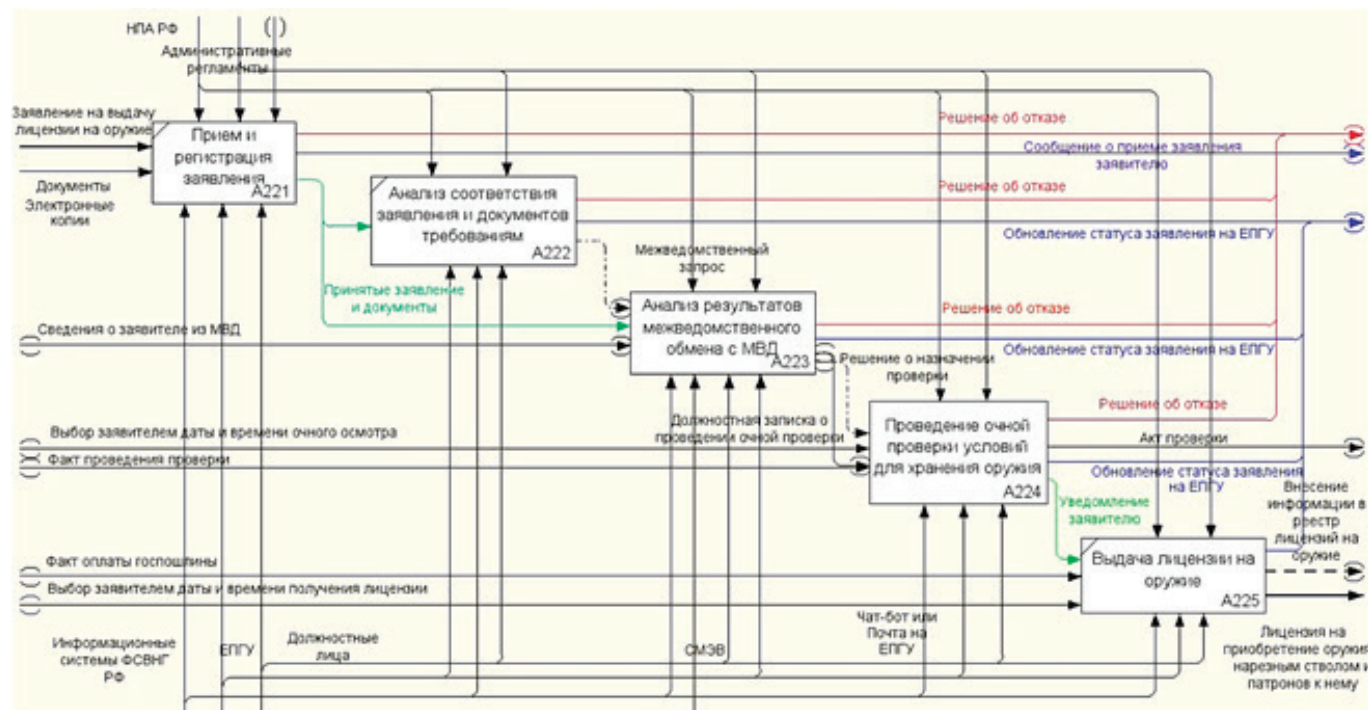


Рис. 1. Модель оказания государственной услуги «как должно быть»

Таким образом, метод IDEF0 может использоваться в целях перевода государственной услуги в электронный вид и ее оптимизации за счет пересмотра и улучшения административных процессов. Он позволяет отразить потоки ресурсов, проследить их, оценить возможности внедрения новых принципов предоставления государственных услуг, таких как проактивность и реестровая модель оказания услуг. Однако имеет опре-

деленные ограничения, связанные с тем, что IDEF0 прежде всего используется для описания бизнес-процессов организации на верхнем, но не детальном уровне. Кроме того, IDEF0 не позволяет отразить специфику межведомственного взаимодействия и требует определенной подготовки у владельцев бизнес-процессов (должностных лиц), что затрудняет его использование в целях перевода композитных государственных услуг.

Литература:

1. Перечень поручений по итогам совещания с членами Правительства от 10 октября 2020 года. — Режим доступа: <http://www.kremlin.ru/acts/assignments/orders/64198/print>.
2. Приказ Минцифры России от 14 января 2021 № 9 «О внесении изменений в приказ Министерства цифрового развития, связи и массовых коммуникаций РФ от 18 ноября 2020 № 600» Об утверждении методик расчета целевых показателей национальной цели развития РФ «Цифровая трансформация». — Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_383213/6a6cfa04746677a62f559fa8428d2148a743b35/.
3. Акаткин Ю. М. Цифровая трансформация государственного управления: Датацентричность и семантическая интероперабельность / Ю. М. Акаткин, Е. Д. Ясиновская / под ред. В. А. Конявского. — М.: ЛЕНАНД, 2019. — 724 с.
4. Данилин А. В. Электронные государственные услуги и административные регламенты: от политической задачи к архитектуре «электронного правительства». — М.: ИНФРА-М, 2004. — 336 с.
5. Ильин В. В. Реинжиниринг бизнес-процессов с использованием ARIS. — М.: ООО «И. Д. Вильямс», 2008. — 256 с.
6. Куликов Г. Г. Применение принципов системной инженерии и BPMN к процессу переводу государственных и муниципальных услуг в электронный вид с организацией межведомственного электронного взаимодействия // Вестник Уфимского государственного авиационного технического университета / Г. Г. Куликов, Р. К. Габбасов, Н. Д. Навалихина, А. А. Тымченко. — 2013. — № 5. — С. 12–19.

7. Репин В. В. Процессный подход к управлению. Моделирование бизнес-процессов / В. В. Репин, В. Г. Елиферов. — М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013. — 544 с.
8. Цифровое правительство 2020: Перспективы для России. — 2016. — 80 с.
9. Koznov D. Towards E-Government Services in Russia. — 2011. — Режим доступа: <https://www.math.spbu.ru/user/dkoznov/papers/KoznovKMIS2011.pdf>.
10. Olesk M. Challenges of Collaborative Digital Government: e-Participation, Open Government Data and Cross-Broder Interoperability. — Tallinn, 2020. — 229 p.

Формулировка модели разработки и принятия управленческих решений для хозяйствующих субъектов в условиях актуальных тенденций отечественной экономики

Зайко Евгений Александрович, студент магистратуры
Дальневосточный институт управления — филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы
при Президенте Российской Федерации (г. Хабаровск)

В статье представлено авторское видение актуальных проблем в существующих подходах к разработке и принятию управленческих решений в российских организациях в контексте теоретических моделей. Проведен краткий анализ направлений и теоретических концепций, позволивший сделать вывод, обобщенно описывающий характеристики искомой модели разработки и принятия управленческих решений.

Ключевые слова: процесс разработки управленческих решений, хозяйствующий субъект, математическая модель, индивидуальная модель, рыночные факторы, анализ показателей.

Процесс разработки, принятия и реализации управленческих решений в любой системе является ключевым фактором достижения тех или иных целей организации. Непосредственно технологии разработки и принятия управленческих решений в современных организациях при этом в современной управленческой науке сущностно практически не подвергаются своему развитию — как отмечают многие авторы, в большинстве вариантов «инновационных технологий» в части разработки и принятия управленческих решений происходит исключительно информатизация дополнительных сфер деятельности предприятий и организаций, статистические данные о которых в дальнейшем используются в качестве обобщенного индикатума. Таким образом, можно говорить о том, что большинство новых моделей разработки и принятия управленческих решений сводится к увеличению факторов в системе измерения эффективности деятельности такого предприятия.

Хотелось бы обратить внимание на тот факт, что среди публикаций последних лет данный тезис все более часто выносятся в контексте анализа отдельных исследований. Так, М. В. Глазова отмечает, что соответствующие «методы предполагают установление количественных весов различных критериев, которые не отражают причинно-следственные связи (логику) предпочтения одних критериев другим». [1] Схожей позиции придерживается С. А. Новосадов, аргументируя при этом позицию «недостаточности развития системы принятия управленческих решений» через различные аспекты развития современного общества, затрагивая тем самым социологическую составляющую процесса управления организацией. [5]

На фоне указанной проблемы интересной представляется работа М. А. Кочетковой, в которых изложена концептуальная

составляющая моделей и методов всех этапов разработки и принятия управленческих решений в современной организации, однако отсутствует ограничение в части определения удельного веса каждого из параметров. [3] Фактически, автором используется процессный подход, позволяющий сохранить адаптивные свойства описываемой модели, формируя значительный потенциал рецепции наиболее успешных практик для всех участников рынка.

Между тем, представляется, что современные предприятия и организации обладают возможностью сформировать в значительной степени разнообразную систему факторов разработки и принятия управленческих решений, отвечающую как стратегическим целям осуществляемой деятельности, так и актуальным вызовам рыночной экономики.

Возвращаясь к необходимости формирования некоторой модели распределения факторов, влияющих на процесс разработки и принятия управленческих решений в организации, необходимо также отметить, что актуальные условия хозяйствования предопределяют острую потребность в цифровизации практически всех внутренних процессов, что приводит к включению в процесс разработки соответствующей индивидуальной модели дополнительной потребности в сохранении действительных свойств информации. Здесь в большей степени речь идет о достоверности, актуальности и полноте поступающей информации.

Как показывает анализ существующих работ, данное утверждение подтверждается как на уровне локального рынка, так и в контексте анализа макроэкономических категорий. [4]

При этом, «каждый фактор воздействует на экономику в разных направлениях. Каждое направление воздействия ха-

рактируется определенной совокупностью показателей». Несмотря на фактическую идентичность самих факторов, совокупность показателей, их формирующая, отличается при рассмотрении вопросов предприятий макро-, мезо- и микро-экономического уровней. Сам перечень факторов описывается следующей группой:

1. Макроэкономический фактор;
2. Социальный фактор;
3. Инновационно-технологический фактор;
4. Инфраструктурный фактор.

В рамках настоящей статьи подробный анализ соответствующих показателей для каждой группы представляется затруднительным, поскольку требует значительного по своему объему сравнительно-сопоставительного анализа, позволяющего сформировать математическую модель оценки удельного веса как самих факторов, так и входящих в их состав показателей. Оставляя данный вопрос для комплексного исследования, проводимого автором на базе конкретного предприятия, определим, что результатом формирования соответствующей индивидуальной модели выступает интегральный показатель конкурентоспособности предприятия. В свою очередь, переход непосредственно к понятию конкурентоспособности формирует потребность учета в разрабатываемой системе дополнительных категорий маркетинга, формируя включения конкурентного преимущества в качестве добавочной категории в системе показателей инновационно-технологического фактора.

Рассматривая понятие конкурентоспособности, следует сказать, что в самом общем виде его определяют как «обладание свойствами, создающими преимущества для хозяйствующего субъекта».

Данное определение, однако, представляется ряду авторов в значительной степени не состоятельным, ввиду своей чрезмерной обобщенности. Речь в данном случае идет о форму-

лировки определения свойства хозяйствующего субъекта, не отражающего при этом конкретизирующих аспектов. Таким образом, данное определение, как и любая чрезмерно обобщающая формулировка, с одной стороны является отрицательным — отсутствие конкретизации не дает ни четкого представления об определяемом явлении, ни возможности определить какой-либо перечень непосредственно исследуемых аспектов; с другой стороны — положительным, поскольку именно из-за значительной коннотационной запутанности становится возможным включение в исследуемое явление все большего числа факторов и аспектов, связанных с ведением хозяйственной деятельности предприятия.

Рассмотрение же данной категории в контексте формулируемой нами модели разработки и принятия управленческих решений, как в обобщенной ее форме, так и применительно к отдельно взятому хозяйствующему субъекту, исключает обширную трактовку понятия и приводит его к конкретизированному набору параметров, где каждый индикатор выступает описывающим (ограничивающим) элементом модели.

В качестве подтверждения взаимозависимости указанной научно-практической категории и формулируемой модели на любом уровне, как макро-, так и микроэкономическом, отметим, что ещё Д. Рикардо, дополняя теорию А. Смита, ввел понятие «сравнительного преимущества государства». [2] Данное понятие определяло целесообразность специализации страны на том или ином виде продукции, издержки в производстве которой для нее будут минимальны (рентабельность максимальна).

Таким образом, формирование модели разработки и принятия управленческого решения для любого хозяйствующего субъекта в современной экономике неотделимо от понятия конкурентоспособности и значительного числа факторов рыночных условий хозяйствования, конкретизируемых индивидуально для каждого случая.

Литература:

1. Глазова, М. В. Современные методы принятия управленческих решений в предпринимательских структурах, ориентированных на устойчивое развитие в условиях кризиса / М. В. Глазова. — Текст: непосредственный // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 3: Экономика. Экология. — 2016. — № 2 (35). — С. 43–51.
2. Кислицын, Е. В. Ограниченная конкуренция vs квазиконкуренция: исследование традиционных промышленных рынков в России / Е. В. Кислицын, С. В. Орехова. — Текст: непосредственный // Вестник НГИЭИ. — 2017. — № 12 (79). — С. 102–116.
3. Кочеткова, М. А. Методы и модели разработки и принятия управленческих решений / М. А. Кочеткова. — Текст: непосредственный // Форум молодежной науки. — 2021. — № 1. — С. 39–42.
4. Многофакторная модель анализа и оценки конкурентоспособности социально-экономических систем / Н. М. Абдикеев, Ю. С. Богачев, А. А. Лосев, С. А. Толкачев. — Текст: непосредственный // Стратегические решения и риск-менеджмент. — 2019. — № 10 (2). — С. 156–165.
5. Новосадов, С. А. Современные модели принятия управленческих решений в организации: новый взгляд в русле концепции справедливости / С. А. Новосадов. — Текст: непосредственный // Символ науки. — 2016. — № 3–1. — С. 120–123.

Исламская экономика в современных реалиях

Князева Ирина Геннадьевна, кандидат экономических наук, доцент;
Ибрагимов Адам Алиевич, студент магистратуры
Омский государственный университет имени Ф. М. Достоевского

В статье рассматриваются особенности функционирования исламских финансовых институтов и нынешнее состояние рынка мусульманских финансов.

Ключевые слова: исламская экономика, банкинг, финансовая система.

Современная денежная система сформирована таким образом, что все мы платим банковским структурам определенную дань в виде процента. Ситуация не меняется и в том случае, если вы никогда не брали кредит, поскольку этот процент «вшит» в цены на товары, работы, услуги. И не важно в каком государстве вы находитесь — финансовые системы всех стран устроены примерно идентично. На сегодняшний день одной из альтернатив традиционным банковским услугам могут стать банковские услуги в сфере исламского банкинга [1].

Как известно, исламские предприниматели, осуществляющие бизнес-деятельность ограничены допустимыми сферами бизнеса. Это означает, что не только строго запрещается заниматься производством наркотической, табачно-содержащей, алкогольной продукции, игорным бизнесом и другими недопустимыми бизнес-сферами, но и применять, использовать средства, доходы и ресурсы от такого рода деятельности [2]. Иными словами, в Исламе комплексная оценка имущества поставлена в непосредственную зависимость от религиозных показателей и критериев.

Традиционный банкинг — это услуги или деятельность, которые предоставляются банками, а исламский банкинг — это банковская деятельность, соответствующая принципам Шариата [7]. Авторами была сформирована таблица 1, которая определяет отличия между традиционными и исламскими банковскими системами.

Анализ развития исламских финансов

Группой Исламского банка развития (IDB), который является крупнейшим в мире поставщиком данных инфраструктуры и статистики исламских финансовых рынков, был представлен отчет о развитии данной индустрии [3]. Отчет основывается на индикаторе развития исламских финансов (IFDI), основанном на статистике 135 стран по всему миру.

Одним из основных выводов отчета за 2020 год является то, что глобальные активы отрасли вернулись к двузначному росту в 2019 году, увеличившись на 14% до \$2,88 трлн тем самым демонстрируя свою устойчивость, даже несмотря на то, что низкие цены на нефть оказывали давление на исламскую экономику и финансы.

Глобальная исламская финансовая индустрия

Отчет также служит актуальным руководством о влиянии, которое Covid-19 оказал и продолжает оказывать на исламские финансовые рынки. Правительства и многосторонние организации ввели ряд широкомасштабных мер для защиты своей экономики и общества. Центральные банки обращаются к долговым обязательствам, чтобы укрепить свое финансовое положение и сукук становится все более популярным инструментом при их выборе.

Между тем, исламские финансовые институты реагируют на кризис, активизируя свои цифровые услуги и используя му-

Таблица 1. Основные отличия между традиционной и исламской банковской системой

Традиционный банкинг	Исламский банкинг
Денежные средства — это не только капитал, средство обмена и средство сохранения стоимости, но и инструмент, который можно сдать в аренду, а также продать по более выгодной и высокой цене.	Деньги — это потенциальный капитал. Реальным капиталом они становятся тогда, когда инвестируются в производственную деятельность.
Вознаграждение в виде получения банковского процента — один из главных инструментов прибыли.	Строгий запрет получения вознаграждения в виде процентного платежа.
Банк выдаёт кредиты (денежные средства) вне зависимости от того, на какие цели они будут инвестированы.	По законам шариата запрещается финансировать торговлю табаком, алкоголем, а также деятельность, связанную с развитием азартных игр и т.д.
Банк обязательно взимает процент за свои услуги и не участвует в реализации проектов предпринимателей. Процент начисляет даже в том случае, если предприниматель несёт убытки.	Банк не взимает процент за предоставление денег в долг, он становится, по сути, инвестором, а не кредитором. Таким образом, владелец капитала и предприниматель разделяют риски, связанные с реализацией проекта.
Вкладчики практически не участвуют в прибыли банка.	Вкладчики участвуют в прибыли банка.

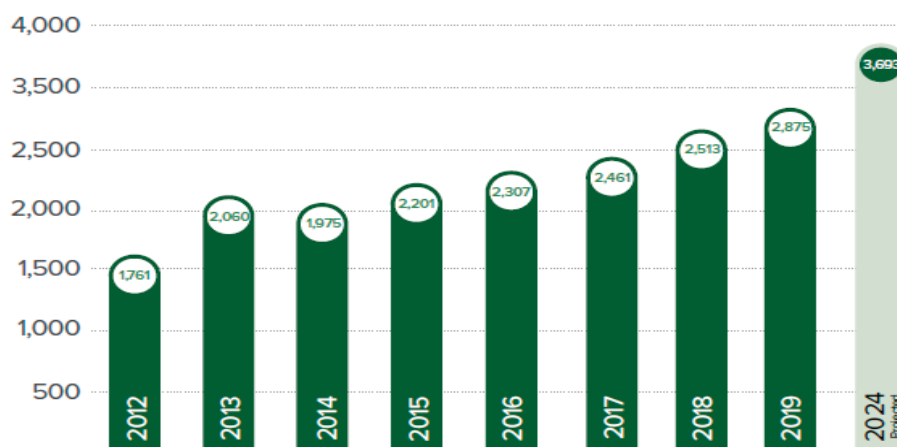


Рис. 1. Рост активов исламских финансов в 2012–2024 гг., млрд долларов США [4]

сульманские инструменты социального финансирования для поддержки тех, кто испытывает финансовые трудности в результате кризиса.

Влияние коронавируса на исламские финансы анализируется в отчете не только с точки зрения различных секторов отрасли, но также охватывает нарушение поддерживающей отрасли экосистемы, такой как образование.

Мы считаем, что анализ и информация, представленные в этом отчете, послужат жизненно важным ориентиром для многих государств в это трудное время, и мы по-прежнему убеждены, что исламские финансы могут сыграть важную роль в смягчении социальных и экономических последствий пандемии COVID-19.

Пандемия ведет к быстрому росту цифровых решений

Пандемия также изменила правила игры, поскольку несколько исламских финансовых учреждений перешли к тому, чтобы предлагать свои продукты и услуги через цифровые платформы, чтобы лучше обслуживать своих клиентов, оказавшихся в «локдауне», тем самым ускоряя развитие технологий в исламских финансах. Хотя в последние годы исламская экономика уже получила бурное развитие, цифровые финансовые институты и решения дали её дополнительный «толчок», так как цифровые технологии сегодня опережают другие отрасли экономики по всему миру.

Например, исламские цифровые банки появляются на основных рынках, таких как Великобритания, Малайзия, Кения и Австралия. Демонстрацией как технологий, так и роста социальных финансов является новая страховая технология или InsurTech, данная разработка в Малайзии использует блокчейн для направления средств вакфа на то, чтобы сделать такафул более доступным для потребителей с низким доходом.

В Малайзии также выпустили через онлайн-каналы первые цифровые исламские эквиваленты облигаций, которые называются сукук. В то время как Индонезия выпустила розничные сукук для молодого поколения, на которые можно подписаться через интернет [5].

Глобальный индикатор развития Исламского финансирования

Глобальный индикатор развития исламских финансирования (IFDI) позволяет различным заинтересованным сторонам в отрасли мусульманских финансов проанализировать ключевые факторы роста индустрии Исламских финансов. Это точный показатель состояния индустрии исламских финансов в 2020 году с рейтингом для 135 стран мира.

Он опирается на пять показателей, которые считаются основными движущими силами развития в отрасли. Изменяя эти показатели с течением времени и в разных странах, IFDI отображает жизненно важный показатель проведения политики стран в данной сфере. Индикатор оценивает силу экосистемы, отвечающую за общее развитие отрасли, а также размер и рост различных секторов исламских финансов во многих странах, где они присутствуют.

Пять основных показателей IFDI: количественное развитие; знания; управление; социальная ответственность и осведомленность.

Глобальные тенденции развития стран

Глобальное значение IFDI на 2020 год осталось постоянным на уровне 10,8 после анализа индикаторов развития исламских финансов в 135 странах. Тем не менее, были движения в каждом из его пяти основных показателей: показатели «Знания» и «Социальная ответственность» выросли, чем годом ранее, в то время как «Количественное развитие», «Осведомленность» и «Управление» снизились. То же самое было и по странам — некоторые из которых улучшились, а другие, наоборот [6].

Индонезия вошла в тройку лидеров рейтинга стран IFDI впервые с тех пор, как рейтинг был представлен в 2012 году, с тех времён ни разу не было смены тройки лидирующих позиций. Индонезия поднялась занять второе место после Малайзии, отгнав Бахрейн и ОАЭ на третье и четвертое соответственно из-за растущей мощи страны в значении индикатора «Знания».

Страна	Рейтинг	Значение индикатора					
		IFDI 2020	Количественное развитие	Знания	Управление	Осведомлённость	Социальная ответственность
Malaysia	1	111	94	185	86	149	41
Indonesia	2	72	27	181	67	60	23
Bahrain	3	67	38	68	88	103	38
United Arab Emirates	4	66	31	67	79	91	60
Saudi Arabia	5	64	59	52	41	50	119
Jordan	6	53	14	75	51	29	99
Pakistan	7	51	18	80	74	53	31
Oman	8	45	14	46	66	73	25
Kuwait	9	43	48	13	63	48	42
Qatar	10	38	28	19	63	52	29
Brunei	11	36	13	44	51	61	9
Maldives	12	34	22	21	70	22	34
Nigeria	13	32	5	26	60	17	51
Sri Lanka	14	30	11	36	42	11	48
Syria	15	28	31	15	45	14	36
Среднее мировое значение		11	6	11	14	17	7

Рис. 2. Показатель глобального индикатора развития Исламского финансового рынка (IFDI) в странах с мусульманской экономикой [3]

Индонезия занимает первое место по составляющим показателям «Образование в области исламских финансов» и второе место в области исследований, поддерживаемых большим количеством поставщиков образовательных услуг и плодотворным выпуском исследовательских работ по исламским финансам и рецензируемым журнальным статьям. Кроме того, показатель «Осведомлённость» страны почти удвоился в результате трехкратного увеличения числа мероприятий в рамках правительственной национальной программы реализации по исламским финансам «Исламский экономический генеральный план на 2019–2024 годы», организованных Шариатским комитетом по экономике и финансам (KNEKS). Индонезия также сильна с точки зрения индикатора «Управление», с полным набором правил, охватывающих все аспекты индустрии исламских финансов.

Первая десятка рейтинга практически не изменилась, за исключением улучшения позиций Индонезии и смены Брунея в списке Катаром. Это было связано с улучшениями Катара как в показателе «Управление», так и в «Количественном развитии». Запуск исламского ETF и повышенный выпуск сукук расширил присутствие страны на рынках исламского капитала и, следовательно, повысил значение индикатора «Количественное развитие».

Между Малайзией и другими странами присутствует широкий разрыв в исламских финансах с точки зрения стоимости IFDI. Это отражено в стране, занимающей первое место по трем из пяти основных показателей («Количественное развитие», «Знания» и «Осведомлённость») и второе место в «Управление».

Разрыв между остальными странами в первой пятерке гораздо меньше. Однако это означает, что некоторые из них способны улучшить свой рейтинг, если они смогут показать улучшение своих отстающих показателей. Саудовская Аравия имеет самую большую возможность улучшить свои позиции (5-е место в рейтинге), если страна уделит внимание областям, в которых она отстает, например, «Управление».

По нашему мнению, помимо религиозной составляющей, развитию исламского банкинга способствует ряд других преимуществ. Его главными преимуществами являются беспрекословный запрет спекулятивных сделок и ориентированность на реальный сектор. За счёт снижения уровня инфляции и увеличения производства происходит рост экономики. В соответствии с вышесказанным, авторами сделан вывод, что исламский банкинг способен успешно функционировать и развиваться не только среди мусульманских стран, но и в других государствах.

Литература:

1. Журавлёв А. Ю. «Исламский банкинг» / научн.ред. А. О. Филоник — 2-е изд., стереотип. — М.: ООО «Садра», 2020. — 232 с.
2. Усмани, Т. М. Введение в исламские финансы. Исламские инвестиционные фонды. М.: Исламская кн., 2013. — 140 с.
3. Отчёт Исламского банка развития (ИБР) о развитии мусульманских финансов 2020 https://icd-ps.org/uploads/files/ICD-Re-finativ%20IFDI%20Report%2020201607502893_2100.pdf
4. Ernst &Young consulting company — <http://www.ey.com>
5. Salaam Gateway Company — <https://www.salaamgateway.com>
6. Thomson Reuters — <http://www.thomsonreuter.com>
7. Р. И. Беккин, Исламская экономическая модель и современность. М.: Изд. Дом Марджани, 2010. — 352 с.

Почему креативная экономика — это будущее

Кондратенко Валерия Валериановна, студент

Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» (г. Москва)

На сегодняшний день неотъемлемой частью экономики развитых стран мира стала креативная экономика. Казалось бы, относительно новое явление, которое впервые было дано в журнале Business Week в статье «Креативная экономика» от 28.08.2000, неожиданно быстро заняло огромную нишу в мире. Но для начала необходимо в целом разобраться, что такое креативная экономика (или же креативные индустрии), и почему это направление будущего?

Конференция ООН по торговле и развитию дает следующее определение креативной экономики: «креативная экономика — это развивающееся понятие, основой такой экономики становятся креативные активы, за счет которых происходят экономический рост и развитие». Но если говорить более понятными словами, креативная экономика — это кино, телевидение, дизайн, гейм-дизайн, музыка и многие другие виды деятельности, затрагивающие творческую сферу. Креативные индустрии на сегодняшний день расцениваются как своеобразные драйверы производительности труда, так как с легкостью сочетают в себе многие важные аспекты для населения стран: дают товары и услуги, на которые существует реальный спрос, создают стоимость и ценность этих услуг. Всё чаще в адрес этого понятия применяют словосочетание «новая реальность» или «экономика нового поколения», и неслучайно, ведь все построено на инновациях, идеях и креативных продуктах. Теперь же, когда стало понятно, что это такое, необходимо разобраться с вопросом, зачем появились креативные индустрии в экономике, почему есть необходимость в креативности и правда ли будущее за креативной экономикой?

Креативная экономика заняла пустующую нишу

Не является секретом, тот факт, что XX век стал новым шагом в экономике мира. Появилось электричество, настал этап развития машиностроения, появились новые средства связи, такие как радио, телефон, телеграф. Эти изменения являлись глобальными и затрагивали все страны мира. Экономика стран была нацелена на создание конкретного продукта.

Строились заводы, фабрики, вокруг них образовывались целые города, так как люди нуждались в рабочих местах, а именно эти предприятия обеспечивали работу простому населению. Однако, с уходом XX века, постепенно стали уходить и производства с территориями городов (а иногда и вовсе из стран). У этого немало причин, начиная от экологии, ведь жить непосредственно вблизи производств вредно для здоровья населения, заканчивая глобализационными процессами, которые подразумевали собой то, что производство будет производиться какими-то определенными компаниями. Так, возникли пустующие объекты в городах, с которыми необходимо было что-то делать, и люди без работы, с нераскрытым творческим потенциалом. Стали возникать креативные кластеры, удовлетворяющие потребность населения. Креативная экономика заполнила пустующую нишу, с приходом XXI века. Возникла концепция креативного города, описанная Чарльзом Лэндри. Он описал идею того, что проблемы современных городов иные, а решения этих проблем невозможно, при использовании методов XX века. Главный ресурс города — люди, а их творческий потенциал определяет успех города, так как именно они способны изменить старый пустующий завод, создав уникальное творческое место, а в последствии целые творческие районы. Это необходимый этап для современных городов, ради привлечения людей, инвесторов и девелоперов.

Креативная экономика — новый взгляд на творчество и творческие личности, потому что отныне это предпринимательство

В том же XX веке, или раньше, представители творческих профессий считались отдельным классом населения — богемой — и существовала условная разделенность между людьми «творцами» и «работягами». Первым приходилось отнюдь не легко реализовывать свои таланты. Известны многие люди, которые несмотря на конфликт творчества и прибыли, могли совмещать эти два аспекта, но ведь было и немало творческих личностей, которые при жизни не смогли реализоваться

(самый известный пример — Винсент Ван Гог, который при жизни продал всего одну картину). С приходом XXI века и появлением понятия «креативная экономика» грань «работяга»-«творец» стёрлась, а конфликт наконец разрешился. Теперь люди творческой сферы получили некую социальную защищенность, так как появились новые формы занятости населения, позволившие уйти от рамок прежнего времени. Теперь создание какой-либо продукции вне фабричного производства не то, что не запрещается, а наоборот поощряется. Деятельность в сфере моды, создания музыкального продукта, видеоконтента, дизайна — всё это включается в креативную экономику и развивает её. А появившиеся пространства, только дают толчок в пользу развития. Деятельность в креативных индустриях — привычная всем предпринимательская деятельность, но под другим углом, с важным условием причастности к индустрии творчества. В новом времени, «творец» сам может продавать свой продукт, без третьего лица, это важный аспект и безусловный плюс (но присутствует выбор, с возможностью обращения к продюсерам, которые также являются частью индустрии)

Идея может стать доходом

«Идея может стать доходом» — звучит как нечто фантазийное, но на самом деле, это и есть будущее. В наше время за хорошую и качественную идею нового стартапа, нового продукта или приложения готовы заплатить и немало. Креаторы — талантливые люди, воплощавшие свои идеи в жизнь в виде изобретений — были всегда, но ранее воплощать эти мысли нужно было самостоятельно, а потому часто зарождающийся проект не мог реализоваться, теперь же существует целый тренд рынка на идеи. Многие предприниматели готовы заплатить и потом реализовать придумку в перспективный проект. Это ли не будущее? С начала 2000-х годов темпы роста креативных услуг увеличивались ежегодно на 17%, призывая всё больше людей в эту сферу. В 2021 году венчурные инвесторы вложили суммарно более \$2 млрд в 50 стартапов. Возможностей получать заработок в этой сфере достаточно много, и совсем необязательно иметь особые таланты, это привлекает людей.

Литература:

1. Лекция 4. Креативная экономика [электронный ресурс] <https://www.culturepartnership.eu/publishing/course/lecture-4>
2. Креативная экономика: что это такое и откуда она взялась? [Электронный ресурс] <https://startupjedi.vc/ru/content/kreativnaya-ekonomika-chto-eto-takoe-i-otkuda-ona-vzylalas>
3. Влияние пандемии COVID-19 на креативные сектора экономики. Economy.gov. ru. [Электронный ресурс]. URL: https://www.economy.gov.ru/material/file/9c05ac e1aae8261ef8b73017ed1817a4/obzor_praktik.pdf.
4. Креативные индустрии России. Исследование Агентства Стратегических Инициатив. 100gorodov.ru. [Электронный ресурс]. URL: <https://100gorodov.ru/creativeindustries>
5. Развитие креативных индустрий в регионах [Электронный ресурс] <https://cyberleninka.ru/article/n/razvitie-kreativnyh-industriy-v-regionah-rossii-vozmozhnosti-i-ih-realizatsiya>
6. Российский путь в креативную экономику [Электронный ресурс] <https://www.rc-awards.ru/post/77>

Игры, музыка, кино, книги, дизайн — это все возможно производить удалённо, что уже является шагом в будущее

Ещё в начале XXI века работа в головах людей была определенным местом (или местами) куда нужно явиться, отработать нужное количество часов и вернуться домой. Чёткий график, обязанности — всё это о работе. Но 2020 год перевернул многое в мире, в экономике и головах людей. Период карантина, подразумевал собой удаленную работу для большей части людей, но далеко не все виды деятельности возможны в удаленном формате. Безусловно, пандемия затронула креативную экономику и создала немалое количество проблем. Вполне вероятен был момент, что COVID-19 способен подорвать креативные индустрии и оставить их на этапе развития, но все пошло совсем не так. Креативная экономика стала одной из самых развитых за счет цифровизации. Огромная отрасль креативных индустрий с 2020 года — это контент, транслируемый в формате онлайн (потому что людям было необходимо изолироваться от реальности в веселом, поучительном или каком-то ином формате) и технологические стартапы, способные облегчить жизни людей. Так, платформа Кинопоиск, moretv, start, wink, okka, amediateka, skillbox, Синхронизация, TikTok и т.д. получили масштабные инвестиции для развития, большую популярность и актуальность. Теперь, когда жизнь населения мира почти целиком проходит в сети Интернет, процесс цифровизации необходим, и креативная экономика смогла влиться в это русло. Люди в творческих сферах учатся применять возможности, предоставляемые новыми технологиями, для продвижения этой отрасли.

Таким образом, можно сделать вывод, что современная экономика настроена на развитие креативных индустрий. Города с миллионным населением избавляются от заводов на территории города, во благо развития творчества. Немалая часть населения мира так или иначе причастна к креативным индустриям, и такая же немалая часть ежедневно потребляет результаты креативной экономики. Это все становится неотъемлемой частью нашей жизни, даже при том условии, что сейчас это только развивающийся аспект экономики. Креативная экономика — это шаг в завтрашний день, позволяющий людям со всего мира быть причастными к творческой сфере за счет цифровизации.

Эволюция потребительского пути

Косматова Яна Николаевна, студент

Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» (г. Москва)

Сегодня мне пришло смс-сообщение от одного из сетевых продовольственных магазинов о скидке на определенные продукты. Я зашла в приложение магазина и приобрела этот товар с доставкой на дом. Буквально через полчаса у двери стоял курьер с приобретенной мною продукцией. Чуть позже пришло еще одно уведомление с просьбой оставить отзыв об обслуживании.

Мы живем в век информационных технологий, которые очень сильно влияют на нашу жизнь. Это влияние распространяется, в том числе, и на потребительское поведение людей. Покупательские привычки потребителей резко изменились за последние два года, и покупатели стали лучше разбираться в цифровых технологиях на каждом этапе пути к покупке. Такое резкое изменение является следствием мер по ограничению передвижения буквально всего человечества во время пандемии COVID-19. Этот развивающийся путь к покупке предоставляет огромные возможности для брендов, желающих адаптироваться, использовать новые технологии и соответствовать растущим ожиданиям потребителей. Рост электронной коммерции вдохновил потребителей исследовать, открывать и покупать товары новыми способами. Теперь у потребителей есть возможность покупать на торговых площадках, сайтах розничных продавцов, сайтах брендов, сайтах социальных сетей и т.д. Фактически, 73% потребителей теперь называют себя независимыми от каналов, по сравнению с 65% до пандемии. Больше не пассивные участники, ожидающие, что им расскажут о последних тенденциях; покупатели теперь активно ищут новые стили для себя. Статистика показывает, что 81% розничных покупателей изучают информацию, прежде чем совершить покупку. Значительные технологические достижения за последнее десятилетие также заставили потребителей измениться в покупательских привычках. Исследование показало, что потребители используют несколько каналов и устройств для поиска продуктов, например, на мобильные устройства сейчас приходится 63% всех онлайн-покупок. Эти разработки в области технологий принесли новый менталитет «всегда на связи», и современный способ покупки изменился навсегда.

Традиционный путь потребителей в значительной степени линейный и остался неизменным, несмотря на инновации, которые мы наблюдаем в отрасли. Потребители начинают с того, что «узнают» о продукте, затем «рассматривают» этот продукт и, наконец, «покупают». Этот процесс обычно остается одинаковым, независимо от того, занимает ли кто-то десять минут или десять месяцев, чтобы купить продукт.

Большой сдвиг в пути современного потребителя произошел благодаря технологиям, которые предоставили потребителям больше цифровых точек соприкосновения на пути к покупке. Теперь они более информированы, требовательны и часто нетерпеливы. Это увеличение количества информации нарушает традиционный путь потребителя, и удовлетво-

рение этих новых потребностей клиентов может повлиять на продажи бренда.

Технологии оказали огромное влияние на сознание потребителей. Увеличение количества цифровых точек соприкосновения, таких как интернет-магазины, приложения и торговые площадки, повысило видимость и позволило потребителям находить товары, где бы они ни находились.

Например, социальные сети предоставляют огромные возможности брендам, которые ищут новое поколение потребителей. В среднем пользователи проводят 1 час 40 минут в день на таких сайтах, как Instagram (*компания Meta Platforms Inc., владеющая Facebook и Instagram, внесена в реестр экстремистских организаций, ее деятельность в России по поддержанию указанных соцсетей признана экстремистской деятельностью) и TikTok, при этом 72% пользователей сообщают, что совершили покупку, основываясь на том, что увидели на платформе. Наличие цифровой стратегии, способной захватить этот рынок, окажется решающим для будущего успеха.

Увеличение количества каналов сделало рынок намного более конкурентоспособным, поскольку бренды и розничные торговцы теперь борются за внимание потребителей и пытаются добиться заметности. Для этого важно, чтобы они разрабатывали новые стратегии, чтобы заявить о себе и привлечь своих клиентов. Технологические функции, такие как покупаемые медиа и использование социальной коммерции,— отличный способ помочь в этом.

Согласно опросу ChannelAdvisor, Amazon и поисковые системы были основными каналами, используемыми для исследования потребителей. Это позволяет им искать конкретный продукт по нескольким каналам, накапливать свои знания о продукте и искать лучшую цену или потенциальные альтернативы.

Вот почему так важно удерживать внимание потребителей на пути к покупке, внимания не хватает, а с большим количеством вариантов, чем когда-либо, легко потерять продажу. Бренды и розничные продавцы должны расставлять приоритеты в своем контенте с актуальными описаниями продуктов, изображениями, блогами и примерами из практики, которые привлекают внимание и удерживают внимание потребителей.

Последовательность также важна для брендов и розничных продавцов. Увеличение онлайн-овых и физических каналов означает, что у потребителей есть больший выбор, где купить продукт. Последовательный обмен сообщениями между интернет-магазинами и физическими магазинами обеспечивает гораздо более плавный путь к покупке, при этом потребители остаются информированными и контролируют свои решения о покупке.

Заключительный этап традиционного потребительского пути — покупка. То, как бренд выделяется на фоне конкурентов и создает беспрепятственный путь к покупке, имеет решающее значение для его успеха.

Всплеск электронной коммерции сделал торговый ландшафт еще более многолюдным. Бренды, которые используют такие тактики, как скидки для покупателей, видеоролики с инструкциями и варианты доставки в тот же день, часто выигрывают, предоставляя покупателю больше информации и поддерживая его более активное участие в своих предложениях.

Беспроblemный процесс оформления заказа имеет огромное значение. Покупатели теперь ожидают, что все будет так же просто, как услуга оформления заказа «в один клик», которую предлагает Amazon, и любые сложности на этом пути могут быстро привести к тому, что потребитель откажется от своей корзины и купит у конкурентов.

Однако, в отличие от традиционного потребительского пути, современный потребительский путь не заканчивается на кассе. Опыт, который потребители получают при доставке

своего продукта, так же важен, как и три предыдущих шага, он может превратить потребителей из сторонников в критиков.

Будут возникать проблемы, не зависящие от брендов, недавний глобальный кризис цепочки поставок затронул предприятия всех размеров и вызвал хаос для продавцов. Ключевым фактором для брендов является прозрачность. Информирование ваших клиентов о том, где находится их продукт, как долго будет идти доставка или предложение им скидки на следующую покупку, может помочь сгладить это трение. Четкая коммуникация и своевременная доставка ваших продуктов укрепят репутацию вашего бренда и заставят клиентов вернуться.

Таким образом, путь современного потребителя значительно изменился за последние годы. Для некоторых брендов и розничных продавцов это может показаться пугающим, но адаптация к этой новой эре электронной коммерции обеспечит их успех на долгие годы.

Литература:

1. <https://www.invoca.com/blog/retail-marketing-statistics>
2. <https://www.statista.com/forecasts/997875/most-common-online-purchases-by-device-in-the-uk>
3. 2021 E-Commerce Survey Results — ChannelAdvisor

The impact of OTA on own hotel booking systems in the Russian Far East

Malakhova Daria Denisovna, student master's degree
Northeast Forestry University (Harbin, China)

The article explores the impact of Online Travel Agencies (OTAs) on the hotel industry in the Russian Far East region. The study found that while OTAs are commonly used by hotels in the region, direct bookings through hotel websites are still important for maintaining customer loyalty and increasing revenue. The factors influencing the use of OTAs by hotels in the region include customer demand, ease of use, and cost-effectiveness. The article also discusses best practices for using OTAs in the hotel industry, such as optimizing content and images, monitoring customer reviews, and offering exclusive deals for direct bookings. The study provides valuable insights for hotel managers and industry professionals in the Russian Far East region, as well as for those interested in the broader impact of OTAs on the global hotel industry.

Keywords: OTA, hotels, direct bookings, online travel agencies, hospitality industry, Far East Russia, customer loyalty, pricing strategies, distribution channels.

The hospitality industry has undergone a significant transformation in recent years with the increasing adoption of online travel agencies (OTAs) for hotel bookings. The Far East of Russia, a remote region with a unique cultural and natural heritage, has also witnessed the impact of OTAs on the hotel industry. This research aims to explore the impact of OTAs on the own booking systems of hotels in the Far East of Russia and identify the key factors that influence their use.

Objectives: The primary objective of this research is to examine the impact of OTAs on the own booking systems of hotels in the Far East of Russia. Specifically, the study aims to:

1. Analyze the extent to which hotels in the Far East of Russia are dependent on OTAs for bookings.
2. Identify the key factors that influence the use of OTAs by hotels in the region.
3. Evaluate the effectiveness of own booking systems in comparison to OTAs in the region.

The impact of OTA on the own booking systems of hotels in the Far East of Russia is a relevant and innovative article in the field of hospitality management. With the increasing dominance of online travel agencies (OTAs) in the hotel booking market, it is crucial for hotels to understand the effects of OTAs on their own booking systems and to develop strategies to increase direct bookings.

The article's focus on the Far East region of Russia adds to the novelty of the study, as this region has received less attention in the existing literature. The research conducted for this article provides valuable insights into the current state of the hotel market in the Far East region and highlights the importance of using both OTAs and direct booking systems to maximize revenue and guest satisfaction.

Furthermore, the article provides a comprehensive review of relevant literature, including theoretical aspects of OTA, their impact on the hotel business, and best practices for using OTAs in the hospitality industry. The research conducted for this article and its analysis

provide practical recommendations for hotels to increase the usage of their own booking systems and enhance guest loyalty.

The Far East of Russia is a unique and remote region that is rapidly developing its tourism industry. The region's natural beauty and cultural heritage make it an attractive destination for travelers from around the world. However, the hospitality industry in the Far East of Russia faces several challenges, including a lack of infrastructure and limited marketing resources. Therefore, understanding the impact of OTAs on hotel bookings in the region is crucial to the development of the tourism industry. This research can help hoteliers in the Far East of Russia make informed decisions about the use of OTAs and develop effective strategies to maximize their own booking systems.

Literature review

Online Travel Agencies (OTAs) have become a significant source of hotel bookings in recent years. The emergence of OTAs has disrupted the traditional hotel industry by providing a platform for travelers to compare and book hotel rooms easily. This has resulted in significant changes in the way hotels operate, as they now must compete with OTAs for bookings. Research suggests that hotels that are not on OTA platforms may lose out on potential bookings and revenue. Therefore, understanding the theoretical aspects of OTAs and their impact on the hotel business is crucial.

Several studies have explored the theoretical aspects of OTAs and their impact on the hotel business. For example, Buhalis and Law (2008) argue that the use of OTAs has increased the competition between hotels and led to a reduction in their profit margins. Kim and Lee (2014) suggest that OTAs can provide hotels with greater visibility and exposure to potential guests. However, they also caution that hotels may become too reliant on OTAs and lose control over their pricing and branding.

Numerous studies have examined the impact of OTAs on the hotel business in other regions. For instance, Lee and Hsu (2019) found that OTAs have a significant impact on hotel revenue, but the effect varies depending on hotel characteristics such as star rating and location. Another study by Xiang et al. (2015) highlights the importance of hotels' own websites and branding in competing with OTAs. They argue that hotels need to develop effective strategies to leverage their own websites and provide a unique value proposition to guests.

There are several examples of best practices in the use of OTA in the hotel business. For example, Goh and Law (2018) suggest that hotels should focus on optimizing their presence on OTAs by providing accurate and up-to-date information, responding promptly to guest reviews, and offering competitive prices. Another study by Kim and Kim (2016) highlights the importance of maintaining a balance between OTA and direct booking channels. They recommend that hotels use OTAs strategically to reach new customers while developing strong relationships with repeat guests through direct booking channels.

Overall, the literature suggests that the impact of OTAs on the own booking systems of hotels in the Far East of Russia may depend on various factors such as hotel characteristics, branding, and pricing strategies. It is important for hotels in the region to develop effective strategies for utilizing OTAs while maintaining control over their own booking systems.

The main part of the research

Booking hotels is not only the most profitable service in the entire Online Travel market but also the most difficult because of the huge number of different partners that have to work with. For OTAs to build a stable, high-yielding business, it is necessary to have direct contracts with hotels, and on different variants of prices (B2B and B2C), and on the territory of Russia there are from 8 thousand to 15 thousand on different methods of estimation.

In 2011, there was a boom of hotel travel startups that tried to replicate the success of Booking.com and take a share of its market. Ostrovok.ru and Oktogo (Travel.ru) came closest to this, and are perhaps the only Russian companies that are visible in the online hotel booking market today. Ostrovok.ru, in its four years of operation, was able to approach the number of hotels in Russia that Booking.com has (but still falls significantly short). Oktogo also has direct contracts with hotels, but fewer. There are other companies operating under direct contracts, such as «101 Hotel» and «Bronevik», but they were only at the beginning of their journey, with smaller bases, and not always present online. As of 2021, Bronevik has become one of the biggest OTAs in Russia, specializing in business tourism, which was the only sector present during the pandemic that began in Russia in March 2020. Several platforms actually make their bookings through Bronevik nowadays, since the Bronevik base is larger, with around 50,000 hotels provided. However, unlike Booking.com, Bronevik mostly works with B2B contracts, as they are easier to manage.

Since March 2022, the hotel industry has begun to change again, with the biggest player leaving the stage. After Booking.com left the market, it left a huge hole in the tourism industry, and smaller players began trying to fill the vacant place. Travelline dashboard provides clients with information about channels through which online bookings are made. In the Far East of Russia, 53% of bookings are made from hotels' own modules, and 47% are made through various OTAs. Ostrovok now stands in first place in this new reality, followed by Bronevik in second place and 101hotels in third.

The study showed that OTAs have a significant impact on the hotel business in the Far East of Russia. Many hotels use OTA as their main sales channel, as they provide access to a large customer base and can help to increase occupancy rates. However, hotels in the region face challenges such as high commission rates and the need to maintain a balance between OTA sales and direct bookings.

One of the main factors influencing the use of OTA by hotels in the region is the need to reach a wider audience and increase occupancy rates. Additionally, the ease of use and convenience of OTA platforms make them an attractive option for many hotels. However, hotels must also consider the costs associated with OTA, including commission rates and potential conflicts with direct bookings.

One of the best practices for hotels using OTA in the region is to maintain a balance between OTA sales and direct bookings. This can help to minimize the impact of high commission rates and ensure that the hotel is not overly reliant on OTA for bookings. Additionally, hotels can optimize their presence on OTA platforms by using high-quality photos and descriptions, responding quickly to customer inquiries, and monitoring and responding to reviews. Finally, hotels can use data analysis tools to track their performance on OTA platforms and adjust their strategies accordingly.

Trends in guests and hotels behavior

In recent times, with the development of technology and the availability of the internet, the behavior of guests and hotels in the Russian Far East has started to change. In this chapter, we will look at the main trends in guest and hotel behavior related to the impact of OTA on their own booking systems.

One of the major trends in guest behavior is the increase in online bookings. With the convenience and ease of online booking systems provided by OTAs, guests are more likely to make their reservations online. This trend has resulted in a decrease in phone and walk-in reservations, which were the dominant methods of booking in the past.

Another trend in guest behavior is the increasing importance of reviews and ratings. OTAs provide guests with a platform to share their experiences and rate the hotels they have stayed at. As a result, hotels are now more focused on providing excellent service and creating a positive guest experience to receive good reviews and ratings. This trend has also led to an increase in the use of social media by hotels to engage with guests and build their brand image.

One of the major trends in hotel behavior is the increasing reliance on OTAs for bookings. With the rise of OTAs, hotels have had to adapt to this new trend and work on improving their relationships with these platforms. Hotels are now offering better rates and more attractive packages to OTAs users to encourage them to book directly with the hotel in the future.

Another trend in hotel behavior is the shift towards direct bookings. Hotels are now investing in their own booking systems and providing guests with incentives to book directly with them, such as lower rates, loyalty programs, and exclusive perks. This trend has resulted in a decrease in commission fees paid to OTAs and increased revenue for hotels.

Overall, the impact of OTA on hotel booking systems in the Russian Far East has led to significant changes in both guest and hotel behavior. These trends are likely to continue as technology continues to advance, and hotels and OTAs adapt to the changing landscape of the hospitality industry.

Recommendations to hotels

Hotels can take several steps to increase the usage of their own booking system and encourage more direct bookings:

1. Offer incentives: Hotels can offer special promotions, discounts, or loyalty rewards to guests who book directly through their website. This can be an effective way to encourage guests to choose the hotel's own booking system over third-party OTA sites.

2. Improve website design and user experience: A hotel's website should be easy to navigate, visually appealing, and mobile-friendly. It should also provide all the necessary information about the hotel, rooms, amenities, and rates. By providing a seamless booking experience, hotels can increase the likelihood that guests will book directly.

3. Utilize targeted advertising: Hotels can use targeted advertising to reach potential guests who are most likely to book directly. This can be achieved through various methods such as search engine optimization, social media advertising, and email marketing. By knowing who to target, hotels can increase the effectiveness of their advertising campaigns and drive more traffic to their own booking system.

4. Encourage direct bookings during the check-in process: Hotels can encourage guests to book directly during the check-in process. This can be done by offering discounts or loyalty rewards to guests who book their next stay directly through the hotel's own booking system.

Overall, hotels need to make it as easy and appealing as possible for guests to book directly through their own websites. By offering incentives, improving website design and user experience, utilizing targeted advertising, and encouraging direct bookings during the check-in process, hotels can increase the usage of their own booking system and reduce their reliance on third-party OTA sites.

Conclusion

In conclusion, the impact of OTA on the own booking systems of hotels in the Far East of Russia has been shown to be significant. The analysis of the data obtained through the research highlights the fact that OTAs have a major influence on the booking behavior of customers in the region, and that hotels need to take steps to increase the usage of their own booking systems to remain competitive.

The study has also demonstrated the importance of identifying the key factors that influence the use of OTA by hotels in the region, and how they can be addressed to increase direct booking rates. Additionally, the analysis of the best practices of using OTA in the hotel industry in the region provides insights into how hotels can optimize their use of these platforms to gain an advantage in the competitive marketplace.

Overall, this research contributes to the existing body of knowledge on the impact of OTA on hotels, particularly in the Far East of Russia. The findings provide valuable insights and recommendations for hotels in the region to improve their direct booking rates and reduce their reliance on OTA. Further research can be done to examine the impact of other factors on direct booking rates, such as pricing strategies and loyalty programs.

References:

1. Buhalis, D., & Law, R. (2008). Progress in tourism management: Twenty years on and 10 years after the internet — the state of eTourism research. *Tourism Management*, 29(4), 609–623.
2. Expedia Group. (2018). 2018 Expedia Group Guest Insights Survey. Retrieved from <https://www.expediagroup.com/media/press-releases/2018/10/2018-expedia-group-guest-insights-survey-finds-personalization-as-the-key-to-traveler-loyalty/>
3. Goh, C. F., & Law, R. (2018). Hotel website performance and online room sales: A comparative study of international and local chain hotels. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 27(8), 936–954.
4. Kim, W. G., & Kim, H. B. (2016). The influence of hotel-OTA relationship on hotel performance. *International Journal of Hospitality Management*, 57, 106–115.

5. Kim, Y., & Lee, H. (2014). What makes a traveler book a hotel through an online platform? The role of brand, price, and emotional experience. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 31(1), 92–106.
6. Lee, J., & Hsu, L. T. (2019). The impact of online travel agencies on hotel revenue. *Journal of Travel Research*, 58(1), 52–66.
7. PhoCusWright. (2014). *Online Travel Overview: Asia Pacific (14th Edition)*. Retrieved from <https://www.phocuswright.com/Free-Travel-Research/Online-Travel-Overview-Asia-Pacific>
8. STR Global. (2018). STR: Asia Pacific hotel pipeline for November 2018. Retrieved from <https://www.hotelnewsresource.com/article102161.html>
9. Travel Daily News. (2018). Direct bookings versus OTAs: Who wins? Retrieved from <https://www.traveldailymedia.com/direct-bookings-versus-otas-who-wins/>
10. World Travel & Tourism Council. (2018). *Travel & Tourism Economic Impact 2018: Asia Pacific*. Retrieved from <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/regions-2018/asia2018.pdf>
11. Xiang, Z., Du, Q., Ma, Y., & Fan, W. (2015). An empirical examination of the determinants of customer loyalty in hotel services. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 27(5), 682–698.

Некоторые аспекты управления человеческими ресурсами в условиях цифровизации

Марихин Сергей Васильевич, кандидат психологических наук, доцент;
 Золотовский Александр Сергеевич, студент магистратуры
 Санкт-Петербургский государственный университет гражданской авиации

В статье рассмотрены современные тенденции цифровизации экономического сообщества, влияния цифровизации на процесс принятия управленческих решений, управленческий цикл и психологические аспекты управления человеческими ресурсами. Представлен сравнительный анализ сильных и слабых сторон предприятий в зависимости от их уровня цифровизации.

Ключевые слова: цифровизация, управленческий цикл, аспекты управления человеческими ресурсами.

Если полагаться на теорию 3 волн (рис. 1), описанную в книге Элвина Тоффлера «The Third Wave: The Classic Study of Tomorrow», вошедшую в 1980 году в список бестселлеров *The New York Times*, выделяются три основных стадии (волны) развития человечества — аграрная, индустриальная, постиндустриальная.

Волна у Тоффлера — это рывок в науке и технике, который приводит к глубинным сдвигам в жизни общества. Таким рывком для первой волны стало внедрение сельского хозяйства, для второй волны — промышленный переворот, третья волна, по оценке Тоффлера, охарактеризована появлением и развитием ИТ технологий и полностью сменит вторую к 2025 году [4].

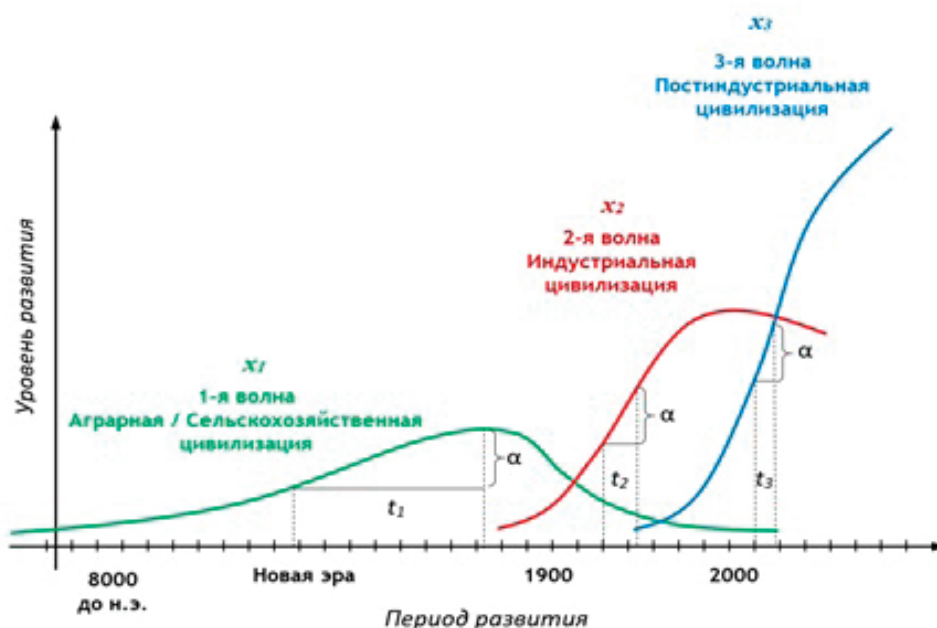


Рис. 1. График 3х волн цивилизации по Э. Тоффлеру

Смена и типология волн в каждом периоде характеризуется большим уровнем развития за меньший промежуток времени (рис. 1).

Соответственно, в современных условиях сокращается время на разработку, принятие решений и их реализацию, иначе, можно опоздать за темпом цивилизационного развития и потерять конкурентоспособные преимущества на рынке.

Согласно процессному подходу, управление организацией рассматривается как процесс, разворачивающийся во времени. При этом, можно выделить следующие общие функции (или стадии) управленческого цикла, которые необходимы для реализации управленческих задач: а) планирование; б) организация; в) контроль; г) регулирование; д) мотивация. Они не зависят от объекта управления, его отраслевой принадлежности, сферы деятельности, размеров и др., поэтому они получили название общие или универсальные функции управления [3].

Таким образом, по нашему мнению, для повышения результативности и эффективности системы управления, достигаемого сокращением времени на выработку управленческого решения необходимо сокращать время в звеньях цепочки управленческого цикла.

Так как основным двигателем постиндустриальной цивилизации является развитие ИТ технологий, установлено следующее: переход в цифру элементов управленческого цикла — обеспечение соответствия текущему уровню цивилизационного развития.

Начиная с 2018 года обеспечение ускоренного внедрения цифровых технологий в экономике и социальной сфере Российской Федерации — одна из основных задач нашей страны. Со слов заместителя Председателя Правительства РФ Дмитрия Чернышенко, в ходе тематического брифинга, состоявшегося 19 января 2023 года, все плановые показатели национальной цели 2022 года были перевыполнены. Так, уровень достижения цифровой зрелости составил 65,8% (плановый показатель равнялся 56,2%), доля массовых социально значимых услуг в электронном виде — 99,97% (план: 65%), доля домохозяйств, которым обеспечен широкополосный доступ к Интернету, — 86,1% (план: 80%), объем вложений в отечественные ИТ-решения — 521,9 млрд руб. (уровень увеличения — 157,4%, плановый — 156%). Такое опережение планов, по мнению представителей как органов власти, так и непосредственно ИТ-компаний, стало возможным в том числе благодаря существенному расширению видов и объемов государственной поддержки ИТ-отрасли в прошлом году [5].

Особо актуальна цифровизация технологических процессов и систем управления в организациях, имеющих большую штатную структуру, мульти функциональность и широкий спектр целей. К таким организациям относятся предприятия воздушного транспорта.

Многие рутинные и трудоёмкие процессы на предприятии могут быть автоматизированы: Онлайн-рекрутинг, Системы управления персональными данными, Онлайн-обучение, Автоматизированные системы управления временем и посещаемостью, Системы управления производительностью, Системы

управления внутренним документооборотом, Системы управления льготами и компенсациями, Системы управления производственными процессами и т.д.

Цифровизация процессов управления персоналом может снизить затраты на административные задачи и улучшить эффективность работы менеджмента на предприятии, что позволит им сосредоточиться на более стратегических задачах, таких как управление талантами и развитие сотрудников.

Сложность и многогранность управления человеческими ресурсами предполагает множественность аспектов в этой важной проблеме [1].

Внедрение цифровых технологий может оказать влияние на различные психологические аспекты управления человеческими ресурсами. Ниже перечислены некоторые из них:

- Использование алгоритмов и искусственного интеллекта может помочь сократить время, необходимое для принятия решений, и уменьшить вероятность ошибок, связанных с человеческим фактором.

- Автоматизация рутинных задач может позволить сотрудникам более свободно распоряжаться своим временем и заниматься более интересными задачами.

- Анализ больших объемов данных поможет выявить тенденции и закономерности в поведении сотрудников, что принесёт пользу в выявлении проблем в коллективе и принятия мер по их устранению.

- Внедрение цифровых технологий может увеличить интерес сотрудников к работе, повысить мотивацию, особенно если эти технологии позволяют им выполнять задачи более эффективно и удобно.

- Цифровизация может способствовать более эффективному взаимодействию между сотрудниками и руководством, например, с помощью цифровых платформ для обратной связи и коммуникации, особенно если они находятся в разных географических местах. Более удобный доступ к информации и возможность общения в режиме реального времени способствуют улучшению коммуникации.

- Создание онлайн-курсов, тренингов и вебинаров для обучения работников может улучшить доступность обучения и повысить эффективность обучения.

- Цифровизация улучшает процесс управления, делая его более прозрачным и более справедливым, что может снизить уровень недовольства и конфликтов в организации.

- Цифровые технологии создают новые возможности для улучшения рабочих процессов, автоматизации и ускорения задач.

Однако, следует также учитывать, что цифровизация может иметь и негативные психологические последствия, такие как:

- Ощущение замены на машину, особенно у работников, которые занимаются рутинной работой, которая может быть автоматизирована. Некоторые из них могут начать воспринимать свою работу как более механизированную и лишённую эмоций, что может привести к потере мотивации и удовлетворенности работой.

- Возможны случаи, когда высокая степень автоматизации может создавать ненужное чувство беспомощности и неуве-

ренности у работников, которые могут считать, что их компетенции и опыт утрачены в результате автоматизации.

– Некоторые сотрудники могут чувствовать себя неудобно в новых форматах общения, что может повлиять на их эффективность и удовлетворенность работой, а бесконечный поток информации может повысить уровень стресса у сотрудников.

– Цифровизация требует новых навыков и компетенций от работников. Некоторые из них могут чувствовать неуверенность в своих способностях и бояться, что не смогут соответствовать новым требованиям. Это может привести к ухудшению психологического благополучия и повышенному уровню стресса. Работники могут столкнуться с необходимостью постоянного поддержания своих цифровых навыков и быстрой адаптации к изменениям в технологиях. Новые требования к квалификации: цифровизация также может повлиять на требования к квалификации сотрудников. Некоторые традиционные профессии могут исчезнуть, а новые профессии, связанные с цифровыми технологиями, могут стать более востребованными.

Управление человеческими ресурсами в условиях цифровизации требует учета новых технологий и методов работы, чтобы улучшить эффективность и производительность сотрудников. Ниже приведены некоторые из аспектов, которые следует учитывать при управлении человеческими ресурсами в условиях цифровизации:

– Развитие навыков цифровой грамотности: сотрудники должны обладать необходимыми знаниями и навыками, чтобы использовать цифровые технологии эффективно и безопасно.

– Улучшение системы обучения: должен быть обеспечен доступ к онлайн-курсам и другим обучающим материалам, в том числе через различные каналы, такие как электронная почта, чаты, видеоконференции и т.д., которые помогут сотрудникам улучшить свои профессиональные навыки и подготовиться к изменениям в работе.

– Улучшение системы оценки производительности: в условиях цифровизации необходимо пересмотреть систему оценки производительности сотрудников. Новые методы оценки, такие как 360-градусная обратная связь, могут помочь получить более полное представление о работе сотрудников.

– Создание гибких рабочих условий: цифровизация позволяет сотрудникам работать удаленно или в гибком графике. Это может улучшить баланс между работой и личной жизнью сотрудников и повысить их мотивацию и производительность.

Таким образом, цифровизация функций управленческого цикла является залогом успеха и неотъемлемой частью соответствия современным требованиям этапа развития общества, при этом, необходимо учитывать и взвешивать положительные и отрицательные последствия, а также возможные риски, которые в себе несут некоторые из аспектов управления человеческими ресурсами в условиях цифровизации.

Литература:

1. Лазаренко Л. А., Хорольская Т. Е. Управление человеческими ресурсами в современных экономических условиях // Вестник академии знаний. — 2019. — № 35 (6). — С. 164–170.
2. Марихин С. В., Белоусов В. Н. Методы управления уровнем конфликтности и формирование социально-психологического климата в коллективе. Научно-практический журнал «Вопросы психологии экстремальных ситуаций» № 4. 2022. С. 47–50.
3. Менеджмент: учебник для вузов / Ю. В. Кузнецов; под редакцией Ю. В. Кузнецова. — М.: Издательство Юрайт, 2023. — 448 с. — (Высшее образование). ISBN978-5-534-03372-4.
4. Тоффлер Э. Третья волна. М.: ООО «Фирма» Издательство АСТ», 2004, сс.6–261.
5. Цифровая трансформация в России: итоги 2022 года и планы на 2023 год / Источник: информационно-правовой портал ГАРАНТ.РУ 30 января 2023 / <https://www.garant.ru/article/1605871/>

К вопросу о теоретических основах кадровой составляющей экономической безопасности организации

Михадова Светлана Кайрулловна, студент

Северо-Западный институт управления — филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации (г. Санкт-Петербург)

В статье отмечается высокий интерес ученых к проблематике экономической безопасности предприятия. Прямым следствием такого интереса является разработка систематического подхода к теоретическим основам как экономической безопасности в целом, так и ее кадровой составляющей в частности. Исследовательская проблема заключается в том, что большинство теоретиков трактуют понятия дефиниции, функций и элементов слишком узко и односторонне.

Ключевые слова: экономическая безопасность организации, кадровая составляющая, управление персоналом, комплекс мер.

To the question of the theoretical foundations of the personnel component of the economic security of the organization

Mikhadova Svetlana Kairullova, student

North-West Institute of Management — a branch of the Russian Academy of National Economy and Public Administration under the President of the Russian Federation (St. Petersburg)

The article notes the high interest of scientists in the problems of economic security of the enterprise. A direct consequence of this interest is the development of a systematic approach to the theoretical foundations of both economic security in general and its personnel component in particular. The research problem lies in the fact that most theorists interpret the concepts of definitions, functions and elements too narrowly and one-sidedly.

Keywords: economic security of the organization, personnel component, personnel management, a set of measures.

Дискуссия по проблематике теоретических основ экономической безопасности и ее кадровой составляющей достаточно активно ведется в нашей литературе. В связи с этим мы хотели бы определиться с сущностью понятия кадровой безопасности, определить ее функции и элементы. Именно этим вопросам и посвящена наша статья.

Исследовательская проблема заключается в том, что большинство теоретиков трактуют понятия дефиниции, функций и элементов слишком узко и односторонне.

Можно рассмотреть понятие кадровой безопасности с точки зрения нормативно-правовой базы регулирования кадровых угроз на предприятии. В настоящее время существует ряд законодательных норм, отраженных в федеральных законах, основным из которых является Федеральный закон РФ № 2446–1 «О безопасности» от 5 марта 1992 года. В статье 1 данного закона безопасность определяется как состояние защищенности жизненно важных интересов личности, общества и государства от внутренних и внешних угроз. [1]

Как уже отмечалось, в современной литературе понятие кадровой безопасности трактуется либо слишком узко, либо представляется односторонне как целый комплекс определенных мер. Так, Чувилин С. А. считает, что кадровая безопасность — это комплекс мер, направленных на предотвращение и устранение угроз и рисков, а также негативных для экономического состояния компании последствий, связанных с работой и поведением персонала, его интеллектуальным потенциалом, трудовыми отношениями в целом. [2]

Другая группа ученых (Егорова Л. С., Фролова П. С. и Фролова О. Н.) рассматривает уже систему кадровой безопасности как комплекс мер в области управления персоналом, направленных на минимизацию рисков нанесения ущерба организации со стороны персонала и непосредственно самому персоналу. [3]

По мнению Водяновой В. В. кадровая безопасность — это составная часть экономической безопасности предприятия, главной задачей которой является защита от угроз и рисков для создания условий для наиболее эффективного управления персоналом как определяющего ресурса для обеспечения высокого уровня конкурентоспособности организации. [4]

При этом Бугаян С. А. и Кущева В. А. рассматривают кадровую безопасность как важнейшую составляющую экономической безопасности предприятия. По их мнению, персонал и кадры первичны для любой составляющей экономической

безопасности: финансовой, информационной, технико-технологической, правовой, экологической. [5]

В исследованиях Хорева А. И., Горковенко Е. В. и Платонова И. В. кадровая безопасность представлена как защищенность персонала от внешних и внутренних угроз с целью обеспечения условий для эффективного персонал-менеджмента и, как следствие, высокого уровня конкурентоспособности организации. [6]

Другая группа ученых (Калмыкова О. Ю., Гагаринская Г. П. и Чечина О. С.) считает, что кадровая безопасность представляет собой генеральное направление кадровой работы, совокупность принципов, методов, форм организационного механизма по разработке целей, задач, направленных на сохранение, укрепление и развитие кадрового потенциала, на создание ответственного и высокопроизводительного сплоченного коллектива, способного своевременно реагировать на постоянно меняющиеся требования рынка с учетом стратегии развития организации. [7]

Как видно из определений, большинство ученых рассматривают в качестве объекта кадровой безопасности само предприятие, другая часть — непосредственно сам персонал.

На наш взгляд, сущность кадровой безопасности необходимо рассматривать в двух плоскостях: и по отношению к самому предприятию (в первую очередь), и по отношению к его персоналу. С этой точки зрения нам ближе всего по смыслу определение, данное Егоровой Л. С., Фроловой П. С. и Фроловой О. Н. Кроме того, кадровую безопасность следует рассматривать как приоритетную составляющую экономической безопасности.

Таким образом, мы предлагаем считать кадровую безопасность приоритетной составляющей экономической безопасности, направленную на минимизацию рисков и угроз нанесения ущерба, в первую очередь, непосредственно предприятию, а также его персоналу.

Безусловно, обеспечить кадровую безопасность и самого предприятия, и его персонала одной мерой невозможно. В связи с этим целесообразно говорить о целом комплексе мер в сфере защиты интересов организации и персонала.

В современной литературе, к сожалению, вопросу о функциях кадровой безопасности уделяется мало внимания. Большинство ученых рассматривают лишь функционал экономической безопасности в целом, не акцентируя при этом внимания на особенности кадровой ее составляющей. В этой связи мы по-

пытаемся выделить основные функции кадровой безопасности. На наш взгляд, основная функция кадровой безопасности — защитная. Она непосредственно вытекает из самой сущности и предназначения кадровой безопасности и включает следующие направления:

- минимизация угроз, рисков и негативных последствий;
- формирование требований к сотрудникам компании;
- выявление, предупреждение и пресечение нежелательных действий со стороны сотрудников;
- функционал по ликвидации негативных конфликтов.

В качестве следующей функции можно выделить коммуникативную. Большинство мероприятий в сфере кадровой безопасности осуществляются посредством различных коммуникаций. Данные мероприятия осуществляются как внутри самой организации, так и в отношении внешних структур. Таким образом коммуникативная функция реализуется посредством:

- прямого и оперативного выхода на руководство компании и службы безопасности;
- проведения информационно-разъяснительной работы с сотрудниками;
- тесного взаимодействия с другими подразделениями предприятия;
- контактов с внешними организациями: территориальными инспекциями по труду, военными комиссариатами, органами внутренних дел.

По нашему мнению, не менее важную роль играет организационная функция. Она направлена, прежде всего, на структуризацию самого процесса кадровой безопасности и включает:

- участие в формировании кадровой стратегии компании, процессах планирования человеческих ресурсов, развитии и оценке персонала;
- составление соответствующей нормативной документации для сотрудников службы управления кадрами;
- составление нормативной документации для прочих сотрудников.

В качестве «завершающей» можно выделить контрольную функцию, непосредственно нацеленную на ликвидацию возможностей причинения ущерба. Как правило, данная функция реализуется при взаимодействии службы безопасности, кадровой службы или других подразделений и обеспечивает:

- мониторинг, направленный на обеспечение кадровой безопасности, по следующим направлениям: лояльность, каналы неофициальной информации, изменения в законодательстве, рынок труда;
- контроль процедур кадровой безопасности и помощь в их осуществлении;
- организацию обратной связи в процессе.

Как мы уже отмечали, кадровая безопасность представляет собой комплекс мер в сфере защиты интересов организации и персонала. По мнению Махмудовой И. Н. и Солововой Н. В., система безопасности организации — это комплекс организационно-управленческих, экономически-правовых, социально-психологических, профилактических, пропагандистских, режимных и инженерно-технических мер и мероприятий, направленных на обеспечение безопасности организации и ее персонала. [8]

По их мнению, вся система кадровой безопасности представлена четырьмя элементами. В неё входит:

1. Научная теория безопасности.
2. Стратегия (политика) безопасности.
3. Средства и методы обеспечения безопасности.
4. Концепция безопасности предприятия. [8]

На наш взгляд, научная теория безопасности является не элементом кадровой безопасности, а ее базисом, основой, на которой строится вся система.

Как элемент первоначально следует рассматривать концепцию безопасности предприятия. Здесь возможны различные подходы к ее формированию.

Наиболее распространенным можно считать структурный подход, когда кадровая безопасность рассматривается как приоритетный (определяющий) элемент экономической безопасности.

Целевой подход предполагает построение концепции исходя из безопасности персонала с точки зрения полной безопасности предприятия. Такой подход считается приоритетной целью управления.

Не лишен смысла и процессный подход, когда кадровая безопасность рассматривается как динамическое, а не статическое явление.

В свою очередь, функциональный подход заключается в рассмотрении безопасности как определенного вида управленческой деятельности.

Основным элементом, на наш взгляд, является стратегия (политика) безопасности. Мы пришли к выводу, что для обеспечения кадровой безопасности на предприятии должна быть четко определена структура и стратегический подход к управлению кадровой безопасностью организации. В настоящее время все основные функции системы управления персоналом должны быть органично связаны между собой и представлять средство эффективного взаимодействия с персоналом. В этой связи перед менеджментом организации и непосредственно службой управления персоналом остро стоит задача обеспечения кадровой безопасности. Поэтому определяющим и изначальным фактором при формировании системы обеспечения кадровой безопасности является стратегия кадровой безопасности организации, которая представляет собой совокупность приоритетных задач и управленческих подходов, реализация которых обеспечивает защиту организации от любых угроз, связанных с функционированием кадрового направления ее деятельности. Данная стратегия является составной частью корпоративной стратегии экономической безопасности и должна учитываться при формировании стратегии управления человеческими ресурсами организации. Таким образом, обеспечение кадровой безопасности должно являться приоритетной задачей служб управления персоналом при реализации функций управления персоналом.

На практике приходится сталкиваться с тем, что стратегия кадровой безопасности или кадровая политика зачастую отсутствуют на предприятии, либо представляют собой набор краткосрочных мер. В идеале стратегия должна быть ориентирована на максимально эффективное использование трудовых ресурсов, включать кратко-, средне- и долгосрочные мероприятия.

И наконец, средства и методы обеспечения безопасности представляют собой комплекс практических действий в сфере

управления кадровой безопасностью предприятия, вытекающих из принятой на предприятии стратегии.

Литература:

1. Закон РФ от 5 марта 1992 г. N2446-I «О безопасности» (с изменениями и дополнениями) // <https://base.garant.ru/10136200/> дата обращения 25.01.20223 г.
2. Чувиллин С. А. Надежность персонала как один из факторов безопасности в условиях рынка // Известия Саратовского университета. Нов. сер. — 2013. — Т. 13. — Сер. Социология. Политология. — Вып. 1. — 56 с.
3. Егорова Л. С., Фролова П. С., Фролова О. Н. Риски и угрозы в системе кадровой безопасности организации // Вестник КГУ им. Н. А. Некрасова. — 2013. — № 6. — 145 с.
4. Водянова В. В. О вопросах экономической безопасности иерархической системы и ее элементов // Вестник университета (Государственный университет управления) № 10 — М., ГУУ, 2010. — 214–221 с.
5. Бугаян с. А., Куцева В. А. Обеспечение кадровой безопасности предприятия // Российский Академический журнал. — 2013. — № 3. — Т. 25. — 28 с.
6. Хорев А. И., Горковенко Е. В., Платонова И. В. Управление кадровой безопасностью организации // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. — 2014. — № 11. — 181–184 с.
7. Живаева В. В., Калмыкова О. Ю., Парфенова С. Н. и др. // Эмоциональная компетентность руководителя предприятия нефтегазовой отрасли // Нефть. Газ. Новации. — 2021. — № 1 (242). — С. 80–82
8. Кадровая безопасность: организация и управление // Учебное пособие / И. Н. Махмудова, Н. В. Соловова. — Самара: Издательство Самарского университета, 2022. — 12–14 с.

Ограниченность ресурсов и их классификация. Проблема эффективного использования ресурсов

Наконечная Анна Александровна, студент

Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» (г. Москва)

Экономические ресурсы — это ресурсы, которые являются фундаментальным аспектом любой экономики, необходимые для производства товаров и услуг. Экономический ресурс определяется как все, что может быть использовано для производства товаров и услуг, удовлетворяющих человеческие желания и потребности [2, с. 36–38].

Эти ресурсы можно разделить на три широкие категории: природные ресурсы, людские ресурсы и капитальные ресурсы:

Природные ресурсы — это ресурсы, которые встречаются в природе и могут быть использованы для экономического производства. Эти ресурсы включают землю, воду, полезные ископаемые, нефть, природный газ. Природные ресурсы ограничены и со временем могут истощиться, что делает их устойчивое использование важным аспектом экономического развития. Природные ресурсы являются отправной точкой для экономического производства, обеспечивая сырьем, которое преобразуется в готовые товары и услуги.

Человеческие ресурсы — это знания, навыки, способности и усилия отдельных лиц, которые используются для экономического производства. Человеческие ресурсы включают рабочих, менеджеров, предпринимателей и других специалистов, которые вносят свой вклад в производство товаров и услуг. Данный ресурс развивается с помощью образования, профессиональной подготовки и опыта, и управление им важно для обеспечения производительности и действенности производ-

ственного процесса. Человеческие ресурсы наиболее важный ресурс для экономического развития, поскольку они являются движущей силой инноваций и роста.

Капитальные ресурсы — это физические блага, которые используются в производстве товаров и услуг. Эти ресурсы включают машины, инструменты, оснащение, здания и инфраструктуру. Капитальные ресурсы являются дорогостоящими и требуют постоянного обслуживания и инвестиций, и управление ими важно для обеспечения эффективного использования этих ресурсов в производственном процессе [1, с. 36].

В свою очередь экономические ресурсы разделяются ещё на дополнительные подгруппы. Возобновляемые и невозполнимые ресурсы — это две различные категории ресурсов, которые имеют значительные последствия для экономического развития и устойчивости. В то время как возобновляемые ресурсы могут пополняться с течением времени, невозполнимые ресурсы не могут быть заменены после их истощения.

Возобновляемые ресурсы — это ресурсы, которые могут пополняться с течением времени, такие как солнечная энергия, энергия ветра, гидроэнергия и биомасса. Эти ресурсы часто используются в качестве альтернативы невозполняемым ресурсам, таким как нефть и уголь, которые являются невозобновляемыми. Возобновляемые ресурсы считаются более устойчивыми, чем невозобновляемые ресурсы, поскольку их можно использовать без истощения источника ресурса, и их использо-

вание не оказывает негативного воздействия на окружающую среду. Кроме того, возобновляемые ресурсы более рентабельны в долгосрочной перспективе, поскольку они не требуют постоянной добычи или переработки [5, с. 9–11].

Углубленно разбираясь в теме, одна из основных проблем, связанных с возобновляемыми ресурсами, заключается в том, что они менее надежны, чем невозобновляемые ресурсы, и их доступность может варьироваться в зависимости от таких факторов, как погодные условия и географическое положение. Например, солнечная энергия в больших количествах доступна только днем и в районах с достаточным количеством солнечного света, в то время как энергия ветра доступна только в районах с достаточной скоростью ветра. Однако достижения в области технологий и инфраструктуры позволили преодолеть многие из этих проблем, и возобновляемые ресурсы приобретают все большее значение для экономического развития и устойчивости [6, с. 25–29].

С другой стороны, невозполнимые ресурсы — это ресурсы, которые пока что не могут быть заменены после их истощения. Эти ресурсы включают в себя такие вещи, как минералы, редкоземельные элементы и ископаемое топливо. Эти ресурсы используются в производстве товаров и услуг и имеют большое значение для экономического развития. Однако их истощение может оказать значительное негативное воздействие на окружающую среду и на общество в целом. Например, истощение запасов ископаемого топлива было связано с изменением климата, которое имеет значительные социальные и экономические последствия.

Истощение невозполнимых ресурсов обусловлено такими факторами, как рост населения, растущее потребление и нерациональные методы производства. Правительства и предприятия несут ответственность за устойчивое управление этими ресурсами и обеспечение их доступности для будущих поколений. Это может включать такие меры, как содействие переработке и сокращению отходов, инвестирование в альтернативные технологии и внедрение устойчивых методов производства.

Для примера можно направить своё внимание на Россию и узреть некоторые проблемы. Россия, крупнейшая страна в мире, всегда была известна своими огромными природными ресурсами, включая нефть, природный газ, древесину и драгоценные металлы. Однако, несмотря на эти богатые ресурсы, страна по-прежнему сталкивается с рядом проблем из-за ограниченной доступности определенных ресурсов [4, с. 191–194].

Литература:

1. Габрусь А. А. Экономическая сущность и классификация экономических ресурсов промышленного предприятия // Дневник науки. — 2019. — № 7. — С. 36–36.
2. Ильина И. В., Сидоренко О. В. Понятие и классификация ресурсов процесса производства // Экономический анализ: теория и практика. — 2008. — № 18. — С. 36–42.
3. Карпова Н. В., Левшова М. Д., Терентьева Н. А. Проблема ограниченности ресурсов в России // Новая наука: финансово-экономические основы. — 2017. — № 2. — С. 111–113
4. Сайфидинов Б., Авхимович Д. А., Волосова М. В. Экономические проблемы ограниченности ресурсов // Вестник науки. — 2019. — Т. 1. — № 6 (15). — С. 191–194.
5. Сибикин Ю. Д. Нетрадиционные и возобновляемые источники энергии. — Knogus. — 2010. — С. 9–19.
6. Щеголева Е. П., Щеголева И. П. К вопросу проблемы ограниченности ресурсов и загрязнения окружающей среды // Экономический обозреватель. — 2018. — № 3. — С. 25–29.

Хотя в стране находится крупнейшее в мире пресноводное озеро Байкал, большинство ее населения проживает в районах с ограниченными водными ресурсами. Эта проблема еще больше усугубляется плохим управлением водными ресурсами, неадекватной инфраструктурой и изменением климата, которое привело к более частым засухам и нехватке воды.

Еще одним важнейшим ресурсом, запасы которого в России ограничены, является пахотная земля. В стране имеется огромное количество земель, но лишь небольшая часть пригодна для сельского хозяйства из-за плохого качества почвы, сурового климата и недостаточного орошения. Такое ограниченное наличие пахотных земель затрудняет пропитание растущего населения страны, что привело к растущей зависимости от импорта продовольствия.

Россия также сталкивается с нехваткой квалифицированной рабочей силы в нескольких отраслях, включая науку, технологию, инженерное дело и математику. Эта нехватка квалифицированной рабочей силы ограничила способность России диверсифицировать свою экономику за пределы ее традиционной зависимости от природных ресурсов.

Ограниченная доступность ресурсов в России еще больше усугубляется коррупцией, бюрократической неэффективностью. Эти факторы затруднили привлечение иностранных инвестиций, которые могли бы помочь решить некоторые ресурсные проблемы страны.

Для решения этих проблем России необходимо реализовать комплексную стратегию, в которой приоритет отдается инвестициям в образование и инфраструктуру, включая управление водными ресурсами, транспорт и телекоммуникации. Следует сосредоточиться на развитии своего сектора возобновляемых источников энергии, что могло бы снизить ее зависимость от экспорта нефти и газа и помочь решить проблему изменения климата [3, с. 111–113].

В заключение, проблема ограниченных ресурсов в Российской Федерации является серьезной проблемой, требующей срочного внимания. Хотя в стране достаточно много природных ресурсов, она по-прежнему сталкивается со значительным дефицитом в важнейших областях. Решение этих проблем потребует долгосрочной приверженности инвестициям в образование, инфраструктуру и устойчивое развитие. Поступая, таким образом, Россия может полностью раскрыть свой потенциал и обеспечить своим гражданам светлое будущее.

Финансовый мониторинг как инструмент финансового контроля

Орехова Арина Михайловна, студент

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

В статье автор рассказывает о финансовом мониторинге, как инструменте финансового контроля.

Ключевые слова: *финансовый мониторинг, государственный сектор, федеральная служба, орган, финансовый контроль, мониторинг.*

Чтобы обеспечить развитие предприятия в нестабильной, сложной и неопределенной среде, необходимо ориентироваться на постоянное совершенствование его функционирования. Следовательно, система организации и управления, принятая в подразделении, имеет большое значение. Эта система охватывает среду, в которой работает компания, постановку целей и планирование деятельности организации, управление рисками, контроль и мониторинг. Последним элементом эффективной системы управления организацией является важный процесс, определяющий непрерывность эффективного функционирования любого предприятия.

Мониторинг заключается во внедрении в организации соответствующих процедур, которые позволяют осуществлять текущий и периодический контроль за принятой системой менеджмента подразделения. В результате руководители учреждений получают информацию о том, соблюдаются ли установленные ими правила работы, правильно ли они функционируют, актуальны ли и обеспечивают ли эффективную защиту от угроз [4].

В государственном секторе цель мониторинга состоит в том, чтобы изучить соблюдение применимого законодательства, а также эффективность тестирования и оценке фактической реализации процессов, происходящих в единицах государственного сектора. Цель, указанная таким образом, указывает на законность действия и эффективность, описанную преимуществами, достигнутыми в отношении понесенных расходов.

Задача мониторинга в этой области состоит в том, чтобы обнаружить негативные явления в деятельности в основном единиц государственного сектора, определить их причины, размеры и последствия, указывая на людей, ответственных за отклонения.

Большую роль играет мониторинг, проводимый специализированным органом из-за пределов организационной структуры контролируемой ячейки администрирования. Он может быть выполнен органами финансового мониторинга, налоговыми органами и так далее.

Финансовый контроль можно рассматривать с точки зрения его сущности, функций и общих принципов или с точки зрения его воздействия на национальную экономику. Во втором случае задачи финансового контроля будут сосредоточены на выдаче результатов проведенного контроля. Предметом исследования является результативный финансовый контроль за хозяйственно-финансовой деятельностью предприятий обобществленной экономики с особым акцентом на проблеме возможных процессов контроля.

В России финансовый мониторинг используется относительно недавно. Он рассматривает общественные отношения,

складывающиеся в стране с точки зрения финансово-правового контроля. Сюда относят общественное взаимодействие, одним из участников которого выступает государственный орган надзора или иной субъект, имеющий полномочия осуществлять мониторинг. В России функции мониторинга выполняет Росфинмониторинг, который имеет полномочия:

- согласовывать правовые акты в сфере мониторинга с Банком России;
- выстраивать отношения с агентами финансового мониторинга;
- формировать взаимодействие с клиентами агентов финансового мониторинга.

Согласно Федеральному закону от 7 августа 2001 г. № 115-ФЗ «О противодействии легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем», Федеральная служба по финансовому мониторингу (Росфинмониторинг), реализует систему надзорных мероприятий в отношении финансовых организаций [2].

Федеральная служба по финансовому мониторингу создает так называемый «Список юридических и физических лиц, в отношении которых известны сведения об их причастности к экстремистской или террористической деятельности». С этой целью Росфинмониторинг сотрудничает с многочисленными органами и получает от них надежно обработанную информацию. Важнейшие из них:

- Генеральная прокуратура Российской Федерации и ее территориальные органы,
- Следственный комитет Российской Федерации и его территориальные организационные подразделения,
- Министерство внутренних дел Российской Федерации и ее территориальных организационных единиц,
- Федеральной службы безопасности Российской Федерации и ее территориальных организационных единиц,
- Министерство иностранных дел Российской Федерации и Министерства юстиции Российской Федерации.
- Федеральная служба по финансовому мониторингу включает в «Перечень юридических и физических лиц, которым известны сведения об их причастности к экстремистской или террористической деятельности» и исключает из него юридических и/или физических лиц по получении от вышеуказанных органов Российской Федерации сведений, являющихся основанием для включения или исключения этих субъектов из переписи [5].

Стратегия борьбы с «отмыванием денег» состоит из четырех этапов:

- первый этап должен заключаться в создании механизма превентивного характера, целью которого является макси-

мальное сокращение процедуры отмыывания денег. На этом этапе появляются нормативные акты, задачей которых является усиление контроля властей над финансовыми ресурсами.

– второй этап направлен на разработку принципов взаимодействия банков и правоохранительных органов с преступниками, причастными к отмыыванию денег. Финансовые учреждения должны выполнять вспомогательные функции, так как уголовное преследование преступлений принадлежит соответствующим органам, назначенным для этой цели. На данном этапе важную функцию также играют специально созданные межведомственные органы, которые анализируют присылаемые извне данные с целью проверки возможности совершения данного преступления.

– третий этап связан с положениями уголовного права. Его целью является криминализация практики, связанной с деятельностью, ведущей к операции по отмыыванию денег и невыполнению обязательства по регистрации активов.

– четвертый этап является последней частью стратегии, которая позволяет конфисковать имущество, полученное из незаконных источников, в пользу государства, чтобы воспрепятствовать использованию этих средств преступниками и, конечно же, применить другие наказания, такие как тюремное заключение,

но в данном случае указывается неэффективность, так как в ситуации, когда мы имеем дело с организованной группой, заключение под стражу одного члена не влияет на функционирование всей группы, такой эффект достигается только задержанием либо всех участников, либо как минимум ее «верхушки».

Кроме того, борьба с этим видом преступной деятельности затруднена тем, что это преступление «без потерпевших», а значит, нет потерпевшего, который был бы заинтересован в сообщении о таком событии, что стоит подчеркнуть, что «отмыывание денег» является побочной преступной деятельностью по отношению к ранее совершенным действиям, являющимся источниками незаконных денежных средств [3].

Таким образом, финансовый мониторинг можно определить как систему мер, реализуемых Росфинмониторингом, надзорными органами и субъектами финансового мониторинга в целях выявления доходов, полученных в результате совершения преступления, и недопущения указанных доходов в легальный сектор экономики.

Система финансового мониторинга является важным инструментом обеспечения экономической безопасности в силу того, что обладает определенным набором инструментов и полномочий в сфере контроля финансовых операций.

Литература:

1. «Конституция Российской Федерации» (принята всенародным голосованием 12.12.1993 с изменениями, одобренными в ходе общероссийского голосования 01.07.2020)
2. Федеральный закон от 07.08.2001 n 115-ФЗ (ред. от 14.07.2022) «О противодействии легализации (отмыыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма»
3. Казанкова, Т.Н. Актуальные проблемы финансового контроля в Российской Федерации /Т. Н. Казанкова, А. В. Шаповалова //Аллея науки.— 2018.— n 3 (19).— С. 103–107.
4. Кортелева, А.О. Развитие механизма противодействия легализации (отмыыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансирования /А. О. Кортелева // Научно-аналитический журнал наука и практика российского экономического университета им. Г.В. Плеханова.— 2018.— n2.— 112–122
5. Кочерин Е. А. Основы государственного и управленческого контроля. //М.: Филинъ.— 2019.— 415 с.

Оценка факторов риска экономической безопасности организации

Санникова Виолетта Евгеньевна, студент

Калининградский филиал Московского финансово-юридического университета МФЮА

В статье поднимаются вопросы экономических рисков и экономической безопасности предприятия. Определяются понятия «риск» и «экономическая безопасность предприятия», приводится классификация деления экономических рисков и факторов экономической безопасности предприятия. Также в статье уделяется внимание четырем самым распространенным методам оценки рисков и анализируется их теоретическое обоснование.

Ключевые слова: экономическая безопасность предприятия, экономическая безопасность организации, риск, экономическая безопасность, метод оценки рисков.

Вданной статье рассматриваются факторы риска экономической безопасности организации.

Цель исследования — определение ключевых факторов риска экономической безопасности организации, их классификация и методы борьбы с рисками.

Задачи исследования:

1. Определить понятия «риск» и «экономическая безопасность организации».
2. Привести и классифицировать внешние и внутренние факторы экономической безопасности.

3. Проанализировать методы борьбы с рисками.

Оценка факторов риска экономической безопасности организации чрезвычайно важна для ее успешного функционирования. Неконтролируемые риски могут привести к серьезным финансовым потерям, проблемам с законодательными органами или даже к банкротству. Поэтому для минимизации потенциальных угроз необходимо проводить регулярную оценку факторов риска экономической безопасности. Для обозначения видов рисков и методов борьбы с ними необходимо разобраться в понятиях «риск» и «экономическая безопасность предприятия».

«Риск можно определить как возможное появление неблагоприятных последствий в деятельности хозяйствующего субъекта» [1]. В экономике риск — это вероятность убытков, связанных с экономическими процессами. Он может проявляться как при управлении финансами, так и в связи с производственной деятельностью. При этом риск всегда сопровождается понятием потери, которую получает тот, кто рискует. Между риском и потерей существует прямая корреляция: чем выше риск, тем больше может быть потеря.

«Экономическая безопасность предприятия — это возможность обеспечения его стабильности и защиты от угроз, связанных с экономической деятельностью» [2]. Она включает в себя такие аспекты, как финансовая устойчивость, конкурентоспособность, эффективность управления и др.

Главной целью экономической безопасности организации является обеспечение ее продолжительного и наиболее эффективного функционирования на сегодняшний день, а также высокого потенциала развития в будущем.

Факторы экономической безопасности организации — это комплекс окружающих условий, которые воздействуют на параметры безопасности. Эти факторы подразделяются на внешние и внутренние [3].

Внешние факторы при этом можно разделить на три подгруппы:

1) макроэкономические: стадия развития экономики страны, стабильность хозяйственного законодательства, уровень инфляции, паритет валют, покупательная способность населения, состояние финансовой системы, государственная политика (антимонопольная, инвестиционная, налоговая, инновационная, регуляторная, внешнеэкономическая, ценовая);

2) рыночные: потребительский и производственный спрос, уровень цен на сырье и готовую продукцию, динамика конкуренции в регионе и отрасли, поведение конкурентов, емкость рынка, платежеспособность контрагентов;

3) прочие: темпы научно-технического прогресса, демографические тенденции, криминогенная обстановка, природно-климатические факторы и др.

Совокупность внутренних факторов экономической безопасности можно разделить на следующие группы:

1) финансовые: структура и ликвидность активов, структура капитала, обеспеченность собственным оборотным капиталом, уровень рентабельности, доходность инвестиционных проектов, дивидендная политика;

2) производственные: использование оборотных и основных средств, состояние и структура основных фондов, система контроля качества, структура себестоимости;

3) кадровые: организационная структура управления, мотивация персонала, наличие стратегии развития, квалификация и структура персонала, параметры оплаты труда, уровень рационализаторской активности, социальные мероприятия;

4) материально-технического обеспечения: уровень диверсификации поставок сырья, качество поставляемого сырья, ритмичность поставок, использование современных технологий;

5) инвестиционно-технологические: НИОКР, наличие инвестиционных ресурсов, уровень инновационной активности;

6) сбытовые: ассортимент продукции, ценовая политика, портфель заказов, степень диверсификации потребителей, политика расчетов с потребителями, готовность отгружаемой продукции, проведение маркетинговых исследований;

7) экологические: внедрение новых технологий, осуществление природоохранных мероприятий.

Выявление и идентификация факторов риска является одной из важнейших задач обеспечения экономической безопасности предприятия. Кроме того, игнорирование существования рисков при принятии стратегических решений приводит к негативным последствиям, связанных с упущенной выгодой; возможным падением цен на акции; снижением эффективности инвестиций по сравнению с запланированной; неэффективными затратами материальных, трудовых и финансовых ресурсов; формированием избыточных запасов нерезализованной продукции и других видов упущенной выгоды.

Существует множество методов оценки риска, некоторые из которых представлены в таблице 1.

Уже после того, как потенциальный риск был оценен, определяется уровень приемлемого риска в случае возникновения каких-либо проблем, уровень ущерба или недополучения прибыли.

Для этого необходимо:

– при принятии стратегических решений учитывать возможность снижения прибыли до приемлемого уровня при различных рискованных ситуациях;

– выявлять возможные риски на ранних стадиях и рассматривать альтернативные способы их нейтрализации или избежания;

– оценить с максимальной точностью уровень возможного риска и уровень последствий при его реализации;

– принять во внимание все затраты, связанные со сбором информации, анализом, предварительной оценкой риска и мерами по его предотвращению или нейтрализации.

Система экономической безопасности организации должна быть организована таким образом, чтобы все потенциальные факторы риска учитывались и, по возможности, снижались [4].

Экономическая безопасность предполагает достаточно высокий уровень развития производительных сил, обеспечивающий широкое воспроизводство национального продукта, высокий уровень общественного одобрения долгосрочных национальных целей.

Таким образом, экономические факторы делятся на внутренние и внешние, и эффективность работы предприятия зависит от координации деятельности предприятия в обеих плоскостях. Также для управления рисками, которые на се-

Таблица 1. Методы оценки рисков

Наименование методов оценки рисков	Показатели оценки рисков	Область применения	Преимущество метода	Недостатки метода
Методы оценки возможного результата (потерь)	Вероятностные характеристики результатов	Применяются для определения величины неполученного результата (ожидаемого ущерба)	Позволяет оценить степень риска в стоимостном выражении	Позволяет оценить уровень риска только в тот момент получения определенного результата. Невозможность точного определения ожидаемого ущерба или результата
Статистические методы	Математическое ожидание, дисперсия, среднеквадратическое отклонение, вариация	Применяется для оценки разнообразных показателей при наличии статистических данных за несколько предыдущих периодов	Простота в использовании, точность расчетов	Большое количество исходных данных; описываемые процессы должны иметь повторяющийся характер в сходных условиях
Комбинированный метод	Комплексный показатель риска	Применяется для решения сложных задач, когда требуется использование нескольких методов	Позволяет решать многоуровневые задачи	Сложность расчетов: большое количество разноплановых данных
Метод аналогий	Сравнительные показатели вариантов	Применяется при определении степени риска на основе информации об аналогичных проектах и сделках	Простота в использовании	Необходимо наличие аналогичных проектов или сделок

годняшний день являются неотъемлемой частью финансово-хозяйственной деятельности предприятия, руководству необ-

ходимо знать и регулярно проводить оценку рисков экономической безопасности с помощью вышерассмотренных методов.

Литература:

1. Жило, П. А. Характеристика ключевых угроз экономической безопасности предприятия / П. А. Жило, Д. А. Щербакова. // Социально-экономические явления и процессы. — 2013. — № 5 (051). — С. 89.
2. Линко, И. В. Понятие и элементы экономической безопасности предприятия / И. В. Линко. // Экономика и социум. — 2022. — № 9 (100). — С. 449.
3. Амирова, Л. И. Факторы экономической безопасности предприятия в современных условиях / Л. И. Амирова, Р. А. Пивоварова, В. Л. Васильев. // Наука, техника и образование. — 2015. — № 6. — С. 52.
4. Воловельская, И. В. Основные виды рисков, их воздействие на экономическую безопасность предприятия. Методы оценки рисков / И. В. Воловельская. // Вестник экономики транспорта и промышленности. — 2009. — № 26. — С. 65.

Использование смарт-контрактов для повышения уровня экономической безопасности

Стукало Илья Сергеевич, студент
Казанский национальный исследовательский технологический университет

Экономическая безопасность — это состояние максимально эффективного использования всех имеющихся ресурсов, обеспечивающее минимизацию воздействия внешних и внутренних угроз для обеспечения стабильной и устойчивой экономической деятельности. Другими словами, состояние эконо-

мической безопасности достижимо в процессе устойчивого и бесперебойного развития. Обеспечение экономической безопасности означает разработку системы противодействующих и предупредительных мероприятий на основе определения, анализа и оценки существующих угроз. [5]

Смарт-контракты — это цифровые контракты, которые хранятся в распределенном реестре, таком как блокчейн. [1] Смарт-контракты могут быть использованы для повышения экономической безопасности, предоставляя безопасный и безотказный способ выполнения соглашений между сторонами, также автоматизации платежей и отслеживания исполнения контрактов. В этой статье будут рассмотрены различные методы использования смарт-контрактов для повышения экономической безопасности.

Преимущества смарт-контрактов

Смарт-контракты предлагают ряд преимуществ, когда речь заходит о повышении экономической безопасности. Во-первых, они неизменяемы, что означает, что как только контракт создан, он не может быть изменен. Это гарантирует, что все стороны, участвующие в контракте, будут привлечены к ответственности за свои действия. Кроме того, смарт-контракты безопасны и прозрачны, предоставляя контрольный децентрализованный журнал, который можно использовать для проверки выполнения контракта. Наконец, смарт-контракты могут автоматизировать процессы, снижая затраты, связанные с ручным трудом, и гарантируя своевременное осуществление платежей.

Смарт-контракты для финансовых транзакций

Концепция смарт-контракта была впервые предложена Ником Сабо в 1994 году. Сабо представил систему, в которой цифровые контракты могли бы создаваться и исполняться без необходимости в стороннем посреднике. Смарт-контракты в настоящее время используются для облегчения различных финансовых транзакций, от кредитных соглашений до страховых полисов.

Одним из основных преимуществ использования смарт-контрактов для финансовых транзакций является то, что они могут снизить затраты, связанные с традиционными контрактами. Устраняя необходимость в юристах и других сторонних посредниках, смарт-контракты могут сэкономить компаниям время и деньги. Кроме того, смарт-контракты могут гарантировать, что все стороны, участвующие в транзакции, соблюдают условия соглашения. Это связано с тем, что условия контракта закодированы в коде, поэтому они не могут быть изменены без согласия всех сторон.

Еще одним преимуществом использования смарт-контрактов является то, что они могут обеспечивать более быстрые транзакции. Поскольку условия контракта закодированы в коде, транзакции могут быть выполнены практически мгновенно, как только условия будут выполнены. Это особенно полезно для предприятий, которым необходимо быстро перевести средства или произвести расчеты по платежам.

Наконец, смарт-контракты могут повысить безопасность финансовых транзакций. Поскольку условия контракта закодированы в коде, мошенникам гораздо сложнее подделать условия соглашения. Кроме того, поскольку все стороны, участвующие в сделке, должны соглашаться с любыми измене-

ниями, одной стороне сложнее воспользоваться преимуществами другой.

В целом, смарт-контракты снижая затраты, обеспечивают более быстрые транзакции и повышая безопасность, иными словами, они могут сделать финансовые транзакции проще и эффективнее, чем когда-либо прежде.

Смарт-контракты в системе страхования

Другим способом использования смарт-контрактов для повышения экономической безопасности является заключение договоров страхования. Страховые компании могут использовать смарт-контракты для автоматизации процесса выдачи полисов и выплаты претензий. [4] Используя смарт-контракты, страховые компании могут снизить затраты, связанные с ручным трудом, а также гарантировать, что претензии выплачиваются быстро и точно. Смарт-контракты быстро становятся неотъемлемой частью страхования, поскольку они предлагают надежный, безопасный и экономичный способ управления транзакциями и данными.

Одним из основных преимуществ использования смарт-контрактов для страхования является то, что они могут обеспечить большую прозрачность. Используя технологию блокчейн, все стороны, участвующие в транзакции, могут просматривать условия соглашения, а также статус транзакции. Это может помочь снизить уровень мошенничества и повысить доверие между всеми вовлеченными сторонами.

Еще одним преимуществом использования смарт-контрактов является то, что они могут обеспечить большую отслеживаемость. С помощью смарт-контракта все стороны, участвующие в транзакции, могут отслеживать ход платежей и претензий в процессе страхования. Это может помочь гарантировать, что платежи и претензии обрабатываются в срок.

Наконец, смарт-контракты могут обеспечить большую эффективность. Автоматизируя определенные аспекты процесса страхования, такие как обработка платежей и претензий, компании могут сэкономить время и деньги. Кроме того, смарт-контракты могут помочь сократить бумажную волокиту и ручные процессы, что может еще больше повысить эффективность.

В целом, смарт-контракты обладают потенциалом совершить сдвиги в области страховой деятельности. Обеспечивая большую прозрачность, отслеживаемость и эффективность, смарт-контракты могут помочь компаниям оптимизировать свои страховые операции и повысить их прибыльность.

Смарт-контракты для управления цепочками поставок

Смарт-контракты также могут быть использованы для повышения экономической безопасности за счет управления цепочками поставок. Используя смарт-контракты, предприятия могут отслеживать поставки в режиме реального времени, гарантируя, что товары доставляются вовремя и в надлежащем состоянии. Кроме того, смарт-контракты могут использоваться для безопасного хранения данных, обеспечивая контрольный журнал, который можно использовать для проверки выпол-

нения отгрузки. [2] Это помогает уменьшить потери, связанные с кражей или повреждением, а также гарантирует своевременную доставку товара.

Одним из основных преимуществ использования смарт-контрактов для управления цепочками поставок является то, что они могут обеспечить большую прозрачность. Используя технологию блокчейн, все стороны, участвующие в транзакции, могут просматривать условия соглашения, а также статус транзакции. Это может помочь снизить уровень мошенничества и повысить доверие между всеми вовлеченными сторонами.

Еще одним преимуществом использования смарт-контрактов является то, что они могут обеспечить большую отслеживаемость. [3] С помощью смарт-контракта все стороны, участвующие в транзакции, могут отслеживать продвижение товаров и услуг по цепочке поставок. Это может помочь гарантировать, что товары и услуги доставляются вовремя и что они соответствуют согласованным стандартам качества.

Также смарт-контракты могут обеспечить большую эффективность. Автоматизируя определенные аспекты процесса цепочки поставок, такие как обработка платежей и выполнение заказов, компании могут экономить время и деньги. Кроме того, смарт-контракты могут помочь сократить бумажную во-

локиту и ручные процессы, что может еще больше повысить эффективность.

Обеспечивая большую прозрачность, отслеживаемость и эффективность, смарт-контракты могут помочь компаниям оптимизировать свои операции в цепочке поставок и повысить их итоговую прибыль.

Вывод

Смарт-контракты предлагают ряд преимуществ, когда речь заходит о повышении экономической безопасности. Они неизменяемы, безопасны и прозрачны, обеспечивая контрольный журнал, который можно использовать для проверки выполнения контракта. Кроме того, смарт-контракты могут автоматизировать процессы, снижая затраты, связанные с ручным трудом, и гарантируя своевременное осуществление платежей. Наконец, смарт-контракты могут использоваться в самых разных контекстах, включая финансовые транзакции, договоры страхования и управление цепочками поставок. Используя эти методы повышения экономической безопасности с использованием смарт-контрактов, предприятия и частные лица могут обеспечить свою финансовую стабильность во все более цифровом мире.

Литература:

1. What Are Smart Contracts? Definition and Examples..— Текст: электронный // Investopedia: [сайт].— URL: <https://www.investopedia.com/terms/s/smart-contracts.asp> (дата обращения: 05.03.2023).
2. Smart Contracts in Supply Chain Management: Benefits & Challenges..— Текст: электронный // Blockchain Council: [сайт].— URL: <https://blockchain-council.org/smart-contracts-in-supply-chain-management/> (дата обращения: 03.03.2023).
3. Smart Contracts in Supply Chain Management..— Текст: электронный // Supply Chain 24/7: [сайт].— URL: https://www.supply-chain247.com/article/smart_contracts_in_supply_chain_management (дата обращения: 11.03.2023).
4. Smart Contracts in Insurance..— Текст: электронный // Insurance Thought Leadership: [сайт].— URL: <https://insurancethought-leadership.com/smart-contracts-in-insurance/> (дата обращения: 14.03.2023).
5. Гончарёнок, Д. Г. Подходы к определению экономической безопасности организации / Д. Г. Гончарёнок.— Текст: непосредственный // Экономика: реалии времени.— 2014.— № 6.— С. 18021.

Разработка конкурентной стратегии на примере ООО «КЦ Медоборы»

Сулейманова Эвелина Юсуфовна, студент;
Абрамова Лариса Сергеевна, кандидат экономических наук, доцент
Севастопольский государственный университет

В настоящее время при весомых и частых изменениях в экономической и социальной сфере предприятию важно и нужно оставаться конкурентноспособной в долгосрочной перспективе, поэтому именно сейчас так возросла важность стратегического поведения.

На данный момент в ситуации сильной конкурентной борьбы предприятиям необходимо обращать больше внимания и концентрации на внутреннее состояние дел, а также создать долгосрочную стратегию, которая позволила бы им успевать за изменениями, происходящими в их сфере. Возникновение недавних запросов и изменение позиции покупателя, нарастание конкуренции за сырье и материалы, глобализация, а также возникновение новых особенностей бизнеса, развитие технологий, сетей информации, при которых становится реальным скорое, почти молниеносное распространение, а также получение актуальной информации, доступность технологий, и другие причины, именно они повлияли на рост актуальности и необходимости стратегического управления.

Ключевые слова: конкурентная стратегия, SWOT, PEST-анализ, матрица БКИ, экономические показатели

Development of a competitive strategy by example LLC «КЦ Медоборы»

Suleymanova Evelina Yusufovna, student;
Abramova Larisa Sergeevna, candidate of economic sciences, associate professor
Sevastopol State University

Currently, with significant and frequent changes in the economic and social sphere, it is important and necessary for an enterprise to remain competitive in the long term, which is why the importance of strategic behavior has increased so much right now.

At the moment, in a situation of strong competition, enterprises need to pay more attention and focus on the internal state of affairs, as well as create a long-term strategy that would allow them to keep up with the changes taking place in their field. The emergence of recent requests and a change in the buyer's position, increasing competition for raw materials, globalization, as well as the emergence of new business features, the development of technologies, information networks, in which rapid, almost lightning-fast distribution becomes real, as well as the receipt of up-to-date information, the availability of technologies, and other reasons, they influenced the growth of relevance and the need for strategic management.

Keywords: competitive strategy, SWOT, PEST analysis, BCG matrix, confectionery, economic indicators

Понятие «стратегия» («наука и искусство развертывания войск для боя») вошло в число управленческих терминов в 50-е годы, когда проблема реакции на неожиданные изменения во внешней среде приобрела большое значение [1].

Стратегия — совокупный план, необходимый для принятия решений, связанных с управлением компаний, решающий границы деятельности организации. Главная задача стратегии — преобразовать организацию из нынешнего состояния в будущее желаемое руководством состояние компании [4].

Предприятие ООО «КЦ Медоборы» основано в 1998 году и расположено по адресу: 299053, город Севастополь, улица Вакуленчука, дом 31.

Главным видом деятельности ООО «КЦ Медоборы» является производство кондитерских изделий. Ассортимент продукции предприятия достаточно широк. Сюда входят производство таких видов кондитерских изделий: — торты; печенье; эклеры; бисквиты; маффины; пирожные; пироги.

Для того, чтобы иметь детальную оценку предприятия необходимо рассмотреть основные экономические показатели предприятия. Анализ данных показателей поможет в повышении

эффективности экономической деятельности предприятия, в укреплении ее финансовой устойчивости.

Итак, ООО «КЦ Медоборы», согласно анализу показателей, постоянно наращивает объемы производства и реализации продукции, о чем свидетельствует рост выручки. Прибыль от продаж и чистая прибыль при этом сократились, что вызвано как снижением выручки в 2020 году, так и ростом коммерческих и управленческих расходов. Высокие показатели рентабельности свидетельствуют о том, что предприятие достаточно эффективно использует свои ресурсы. Эффективность продаж также высока, о чем говорит высокое значение рентабельности продаж.

PEST-анализ следует провести для того, чтобы конкретнее проанализировать макросреду предприятия. Анализ является инструментом, который дает возможность выявить политические (Policy), экономические (Economy), социальные (Society) и технологические (Technology) аспекты внешней среды, которые могут помочь составить, а также модернизировать стратегию компании [2]. PEST-анализ для ООО «КЦ Медоборы» представлен в таблицах 1, 2.

Таблица 1. Экспертная оценка влияния факторов внешней среды на хозяйственную деятельность ООО «КЦ Медоборы»

Описание фактора	Влияние фактора	Средняя оценка	Оценка с поправкой на вес
Политические факторы			
Работа предприятия ограничена из-за коронавируса	3	1,8	0,14
Поддержка государства	2	1,2	0,06
Кредитование льготами	3	2,8	0,22
Экономические факторы			
Экономическая обстановка находится в нестабильности	3	4,6	0,35
Уровень инвестиций снижен	2	3,2	0,16
Цены на ресурсы и сырье растут	3	4,6	0,35
Курс рубля снижен	2	4,2	0,22
Социальные факторы			
Уровень дохода снижается	3	4,4	0,34
Здоровый образ жизни актуализируется	2	2,4	0,12
Потребительские предпочтения изменяются	3	4	0,31

Описание фактора	Влияние фактора	Средняя оценка	Оценка с поправкой на вес
Потребители продукции в летний сезон увеличиваются	2	3,2	0,16
Технические факторы			
Оборудование изнашивается	3	4,2	0,32
Наблюдение за новшествами на рынке оборудования	2	2,4	0,12
Новые виды продукции разрабатываются и внедряются	3	3,6	0,28
Применяются энергосберегающие ресурсы	3	3,8	0,29
Общий итог:	39		

Далее следует группировка факторов по степени влияния.

Таблица 2. Группировка факторов по степени влияния

Описание фактора	Оценка с поправкой на вес
Экономические факторы	1,09
Технические факторы	1,02
Социальные факторы	0,77
Политические факторы	0,42

Согласно анализу, на эффективность деятельности предприятия именно экономические факторы оказывают наибольшее влияние. Нестабильная экономическая ситуация в стране приводит к значительным колебаниям цен на ресурсы, росту себестоимости и снижению нормы прибыли.

Не менее важен технологический фактор, так как уровень производства увеличивается, труд облегчается при использовании качественного нового оборудования, а также внедрение новых технологий производства, новых уникальных изделий, которых нет у фирм-конкурентов. Социальный фактор: уровень реальных доходов населения оказывает особое влияние, так как при уменьшении доходов население переходит на более дешевые продукты, к которым относится хлеб. При этом происходит переход населения на потребление кондитерских изделий взамен более дорогостоящих продуктов.

Далее составим SWOT-анализ на основе полученных ранее данных. Данный анализ направлен на оценку слабых и сильных сторон предприятия, его потенциальных угроз и возможностей, угроз и возможностей внешней среды [6].

Предприятие обычно проводит работу по нескольким направлениям: реализует сильные стороны; исправляет слабые стороны компании, использует ее сильные стороны; предпринимаем меры для компенсации угроз [3]. — таблица 3.

Матрица БКГ будет являться крайним анализом в данной статье. Матрица БКГ — инструмент стратегического анализа и планирования. Матрица БКГ представляет собой диаграмму, разделенную на четыре сектора, с оригинальными запоминающимися названиями («Звезды», «Дохлые собаки», «Трудные дети» и «Дойные коровы»). Проведем анализ с помощью БКГ матрицы [7]. В таблице 4 представлены пока-

затели выручки по основным товарным позициям предприятия.

Применяя Excel, построим матрицу БКГ.

Как показывает матрица БКГ, торты находятся в сегменте «Звезды». Этот сегмент занимает существенную долю продаж, и приносят стабильную прибыль.

Производство данного вида продукции необходимо продолжать, поскольку данная продукция является визитной карточкой предприятия несмотря на их высокую стоимость. Пирожные находятся в категории «Дойные коровы». Именно данный вид продукции обеспечивает предприятию наибольший доход, что связано с тем, что продукция имеет широкий ассортимент различной ценовой категории. Кроме того, продукция небольшая по объему, что вызывает ее относительно невысокую стоимость, а значит покупатель с любым уровнем доходов может позволить себе такую покупку. Данный вид продукции необходимо наращивать, расширяя при этом ассортимент. Пирог и печенье находятся в зоне «Трудные дети», то есть доля продаж незначительна, однако необходимо инвестировать в развитие данного ассортимента продукции.

Исходя из проведенного анализа внешней и внутренней среды, а также анализа состояния продаж, предприятию необходимо выбрать стратегию удержания позиций на рынке.

В заключение можно выявить, что проведенный анализ показал, что ООО «КЦ Медоборы», являясь одним из наиболее известных кондитерских предприятий города Севастополя, производит широкий ассортимент кондитерской продукции. Предприятие постоянно наращивает объемы производства и реализации продукции, о чем свидетельствует рост выручки. Предприятие эффективно использует свои ресурсы, о чем го-

Таблица 3. SWOT-анализ деятельности ООО «КЦ Медоборы»

	<p>Благоприятные факторы внешней среды (возможности, opportunities)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Преумножение населения Республики Крым и, соответственно, увеличение количества потребителей 2. Рост объема реализации в курортный сезон 3. Отсутствие больших конкурентов 	<p>Неблагоприятные факторы внешней среды (угрозы, threats)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ограничения в связи с коронавирусом 2. Снижение покупательской способности денег 3. Изменение вкусов и предпочтений потребителей 5. Рост цен на сырье и энергоресурсы 6. Присутствие мелких конкурентов
<p>Сильные стороны (strengths)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Современное оборудование 2. Достаточное количество финансовых ресурсов 3. Широкий ассортимент выпускаемой продукции 4. Положительная репутация у покупателей 5. Наличие фирменной сети 	<p>«Сила и возможности». Применение значительных сторон компании с целью извлечения выгоды из способностей, предоставляемых внешней средой.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. выход на новые рынки, преумножение ассортимента позволит обеспечить наличие финансовых средств; 2. утвержденная репутация позволит выйти на новые рынки 3. квалификация персонала и развитие рекламных технологий откроют возможности идти в ногу с развивающейся сферой 4. гибкая ценовая политика обеспечит рост покупателей 5. сформированная стратегия позволит использовать все возможности. 	<p>«Сила и угрозы». Использование силы организации для устранения угрозы.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. карантинные ограничения, усиление конкуренции, политика государства, падение курса рубля, изменение вкусов потребителей повлияют на проведение стратегии; 2. появление большого количества конкурентов создаст дополнительные расходы на рекламу
<p>Слабые стороны (weaknesses)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Отсутствие основной стратегии деятельности предприятия 2. Незначительное количество новых видов продукции 3. Слабая маркетинговая кампания 	<p>«Слабость и возможности». Преодоление имеющихся в организации слабостей за счет появившихся возможностей.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. развитие дополнительных услуг, акции и распродажи позволят увеличить объем реализации 2. программы лояльности позволят удержать потребителей, а также повысить их число 	<p>«Слабость и угрозы». Действия, направленные одновременно на избавление от собственных слабостей и предотвращение угроз.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ухудшение конкурентной позиции в связи с появлением более сильных конкурентов 2. неблагоприятная политика государства может привести к падению объема продаж

Таблица 4. Показатели выручки по основным товарным позициям

Продукция	Выручка		Объем продаж ведущего конкурента	Темп роста рынка	Относительная доля рынка
	2019г	2020г			
Печенье	94769	90807	136398	0,96	0,67
Пирожное	107423	91585	84908	0,85	1,08
Пироги и выпечка	56954	55987	144090	0,98	0,39
Торты	52791	50809	26970	0,96	1,88
Итого	311937	289188	392366	0,93	0,74

ворят высокие показатели рентабельности активов и собственного капитала. Эффективность продаж также высока, о чем говорит высокое значение рентабельности продаж. Миссия ООО «КЦ »Медоборы» заключается в удовлетворении потребностей покупателей в кондитерских изделиях с учетом их

спроса и вкусовых предпочтений с целью повышения уровня дохода и увеличения чистой прибыли предприятия.

Исходя из проведенного анализа внешней и внутренней среды, а также анализа состояния продаж, предприятию необходимо выбрать стратегию удержания позиций на рынке.

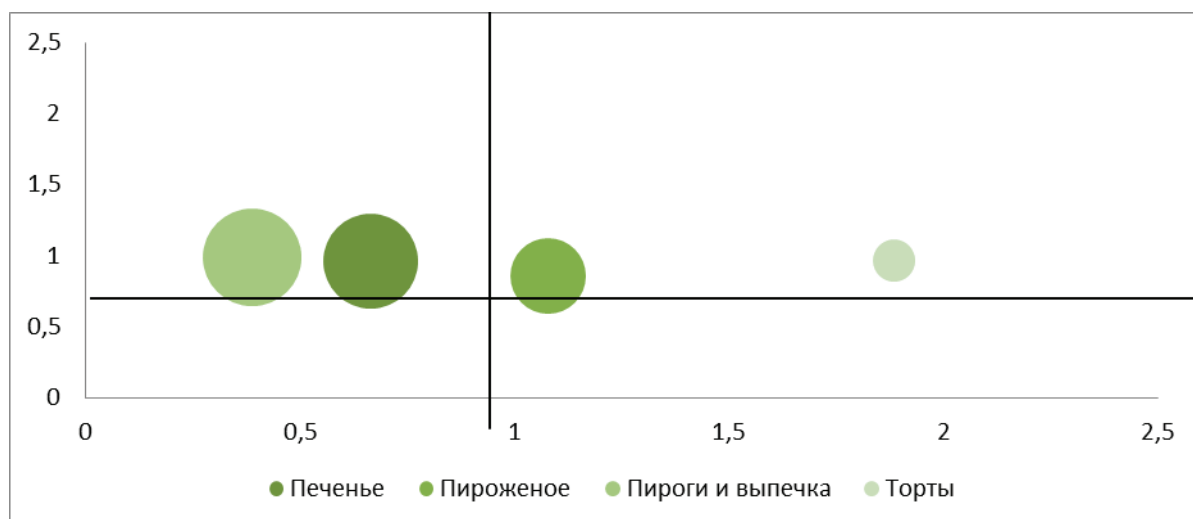


Рис. 1. Матрица БКГ ООО «КЦ Медоборы»

Литература:

1. Гріднев Евгений Сергеевич Применение матрицы БКГ при разработке стратегии предприятия // Экономика и бизнес. 2010. [Электронный ресурс].— Режим доступа — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/primenenie-matritsy-bkg-pri-razrabotke-strategii-predpriyatiya/viewer>
2. Иванова Ирина Витальевна Стратегии повышения конкурентоспособности бизнеса // Экономика и бизнес 2011. [Электронный ресурс].— Режим доступа — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/strategii-povysheniya-konkurentosposobnosti-biznesa/viewer>
3. «Инструкция составления PEST-анализа». [Электронный ресурс].— Режим доступа — URL: <http://powerbranding.ru/biznes-analiz/pest/example/>
4. Карташов Константин Аркадьевич Современное представление о роли и значении конкурентной стратегии предприятия // Общество и право. 2014. [Электронный ресурс].— Режим доступа — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennoe-predstavlenie-o-rol-i-znachenii-konkurentnoy-strategii-predpriyatiya>
5. ООО «КЦ Медоборы»: бухгалтерская отчетность и финансовый анализ // Аудит.ру. URL: https://www.audit-it.ru/buh_otchet/9201007852_ooo-fts.. 12
6. Пол Стребел, Энн-Валери Олссон. Грамотные ходы. Как умные стратегия, психология и управление рисками обеспечивают успех бизнеса.— М.: Олимп-Бизнес, 2013.— 208 с.
7. С. М. Перминов. Дистрибуция. Стратегия и тактика управления компанией.— СПб.: Питер, 2012.— 784 с. 7

Анализ обеспеченности трудовыми ресурсами АПК Амурской области

Сютина Оксана Владимировна., студент магистратуры
 Дальневосточный государственный аграрный университет (г. Благовещенск)

Проблема обеспеченности трудовыми ресурсами как фактора экономического роста занимает одно из главных мест в макроэкономике и микроэкономике. Ее исследование и дальнейшее развитие важно для формирования рыночных отношений в Амурской области. В этой связи исследование вопросов, связанных с влиянием трудовых ресурсов на экономический рост, приобретает особую значимость и актуальность.

Ключевые слова: тенденции развития трудовых ресурсов, агропромышленный комплекс Амурской области, обеспеченность трудовыми ресурсами, эффективности использования трудовых ресурсов, факторы формирования трудовых ресурсов.

В настоящее время обеспеченность предприятий трудовыми ресурсами, их рациональное использование, высокий уровень производительности труда имеют огромное значение для

увеличения объемов продукции и повышения эффективности производства. При анализе обеспеченности трудовыми ресурсами используются данные по категориям персонала, изуча-

ется динамика численности персонала, его состав, структура в сравнении с предшествующим периодом, как в абсолютном, так и в относительном выражении. В процессе анализа необходимо изучить изменение структуры персонала производственного подразделения по тем же параметрам, что и обеспеченность предприятия трудовыми ресурсами.

Особенность обеспеченности трудовыми ресурсами в предприятиях агропромышленного комплекса заключается в том, что здесь формирование трудовых ресурсов осуществляется под воздействием множества факторов, которые принято делить на три наиболее значимые группы: экономические, социальные и демографические. Перечисленные факторы отличаются между собой по содержанию и эффективности воздействия [9, с. 8].

В рыночных условиях значительное влияние на обеспеченность трудовыми ресурсами оказывают экономические условия. Это может быть соотношение показателей оплаты труда в сельском хозяйстве с аналогичными показателями в других отраслях экономики и прожиточным минимумом.

К экономическим факторам можно отнести уровень доходов и безработицы, а также — ресурсы производства, непосредственно влияющие на обеспеченность трудовыми ресурсами. Кроме экономических факторов, не меньшее значение имеют и другие группы факторов, одним из которых является социальная инфраструктура села. При проведении социологических исследований было выявлено, что уровень обеспе-

ченности трудовыми ресурсами заключается в определении обеспеченности села жильем, медицинским обслуживанием, учреждениями образования и объектами социально-культурного назначения, а также газификацией населенных пунктов и наличием асфальтированных дорог. Наличие определенных социальных и экономических условий, инфраструктуры ведет к увеличению рождаемости и уменьшению оттока людей, проживающих в сельской местности [6, с. 36]. Наиболее значимым экономическим фактором при рассмотрении вопроса об обеспеченности предприятия трудовыми ресурсами выступает уровень номинальной и реальной заработной платы.

Социологические исследования подтвердили, что на обеспеченность трудовыми ресурсами большое влияние оказывают такие демографические факторы, как уровень рождаемости, уровень смертности, миграция, доля населения в трудоспособном возрасте в общей численности населения, а также продолжительность жизни. Перечисленные группы этих факторов не должны рассматриваться отдельно друг от друга, так как формирование условий труда обеспечивается взаимодействием и взаимосвязью этих факторов [4, с. 41].

Проведем анализ численности рабочей силы и лиц, занятых и безработных в Амурской области за 2019–2021 годы.

Анализ приведенных данных показывает, что численность рабочей силы в Амурской области сокращается в динамике, в том числе как мужчин, так и женщин. Так общая численность сократилась на 1,5%, мужчин — на 1,2%, женщин — на 1,9%.

Таблица 1. Численность рабочей силы и лиц, занятых и безработных в Амурской области за 2019–2021 годы, тыс. чел.

Показатели	2019 г.	2020 г.	2021 г.	Темп роста 2021 г. к 2019 г., %
Численность рабочей силы, всего	409657	407758	403388	98,5
В том числе:				
мужчины	212515	212575	210022	98,8
женщины	197142	195183	193366	98,1
Занятые в экономике, всего	386882	385880	379355	98,1
В том числе:				
мужчины	198871	200299	199733	100,4
женщины	188011	185581	179622	95,5
Занятые в сельском хозяйстве, всего	17922	18623	19531	108,9
В том числе:				
мужчины	13852	14122	15618	112,7
женщины	4826	4508	4111	85,1
Безработные, всего	22775	21878	24033	105,5
В том числе:				
мужчины	13644	12277	10289	75,4
женщины	9131	9601	13744	150,5
Численность безработных, зарегистрированных в органах государственной службы занятости (на конец года), всего	9809	8551	12990	132,4
В том числе:				
мужчины	4592	4063	5604	121,7
женщины	5217	4488	7386	141,5
из них безработные, которым назначено пособие по безработице	8112	5980	8252	101,7

Численность занятых в экономике сокращается за период за счет женщин. Численность занятых на предприятиях АПК возросло на 8,9%, в том числе мужчин — на 12,7%. На 5,5% увеличилась численность безработных, в том числе среди женщин — на 50,5%. Численность безработных, зарегистрированных в ор-

ганах государственной службы занятости возросло на 32,4%, в том числе мужчин — на 21,7%, женщин — на 41,5%.

Следующим этапом исследования является анализ участия в рабочей силе, уровня занятости и уровня безработицы в Амурской области.

Таблица 2. Уровень участия в рабочей силе, уровень занятости и уровень безработицы в Амурской области за 2019–2021 годы, проценты

Показатели	Уровень участия в рабочей силе	Уровень занятости	Уровень безработицы	Совокупный показатель уровня безработицы и потенциальной рабочей силы	Уровень зарегистрированной безработицы
Всего					
2019 г.	63,2	59,7	5,6	7,9	2,4
2020 г.	63,3	59,9	5,4	8,4	2,1
2021 г.	63,0	59,2	6,0	8,8	3,2
Темп роста 2021 г. к 2019 г., п.п	99,7	99,2	107,1	111,4	133,3
Мужчины					
2019 г.	70,8	66,2	6,4	8,5	2,2
2020 г.	71,1	67,0	5,8	8,6	1,9
2021 г.	70,7	67,2	4,9	7,3	2,7
Темп роста 2021 г. к 2019 г., п.п	99,9	101,5	76,6	85,9	122,7
Женщины					
2019 г.	56,8	54,1	4,7	7,3	2,6
2020 г.	56,5	53,7	4,9	8,2	2,3
2021 г.	56,3	52,3	7,1	10,4	3,8
Темп роста 2021 г. к 2019 г., п.п	99,1	96,7	151,1	142,5	146,2

Проводя анализ данных таблицы, можно отметить, что уровень участия в рабочей силе снижается по годам как мужчин, так и женщин. Так, темп роста 2021 г. к 2019 г. по этому показателю составил 99,7, среди мужчин — 99,9, среди женщин — 99,1 процентных пункта. Уровень занятости населения снижается в основном у женщин. Так, темп роста этого показателя составляет у всего населения 99,2, у мужчин — 101,5, у женщин — 96,7 процентных пункта. Уровень безработицы имеет положительную динамику, особенно у женщин — 151,1 процентных пункта. Уровень зарегистрированной безработицы также возрос за анализируемый период на 33,3, среди мужчин — на 22,7, среди женщин — на 46,2 процентных пункта. Совокупный показатель уровня безработицы и потенциальной рабочей силы возрос на 11,4, в том числе среди женщин — на 46,2 процентных пункта.

В связи с кризисом производства в сельском хозяйстве в последние годы наблюдается массовый отток специалистов из села, что ведет к необратимым катастрофическим последствиям в будущем развитии сельскохозяйственного производства в России. Для стабилизации этой ситуации и улучшения условий привлечения специалистов на село необходимы меха-

низмы регулирования, основанные на современных экономических инструментах.

Основными задачами оценки эффективности использования трудовых ресурсов являются следующие:

- изучение и оценка обеспеченности предприятия и его структурных подразделений трудовыми ресурсами в целом, а также по категориям и профессиям;
- определение и изучение показателей текучести кадров;
- выявление резервов трудовых ресурсов, более полного и эффективного их использования [5, с. 153].

Эффективность использования трудовых ресурсов определяется величиной полученной прибыли на одного работника. Этот показатель связан с производительностью труда, рентабельностью продаж и валовым объемом произведенной продукции.

В соответствии с этим, при анализе обеспеченности трудовыми ресурсами предприятий и организаций можно провести оценку того, сколько рублей полученной прибыли приходится на каждого работника разной квалификации. Наиболее обобщающим показателем производительности труда является

среднегодовая выработка продукции одним работником. Поскольку на формирование прибыли влияет достаточно большое количество факторов, для анализа производительности труда предпочтительнее использовать величину выручки.

Среднегодовая выработка одним рабочим показывает, сколько рублей выручки за год приходится на одного работника. На этой основе установлено, что фактическая числен-

ность работников предприятий формируют значительную часть выручки, несмотря на то что она ниже требуемой численности работников для этой организации. Однако исходя из этих данных невозможно определить индивидуальную выработку на одного работника. В то время как производительность труда есть показатель обратно пропорциональный норме выработки.

Таблица 3. Эффективность использования трудовых ресурсов на предприятиях АПК Амурской области за 2019–2021 гг.

Показатели	2019 г.	2020 г.	2021 г.	Темп роста 2021 г. к%	
				2019 г.	2020 г.
Выручка, тыс. руб.	44736,4	53895,8	66372,5	148,4	123,2
Среднесписочная численность работников, тыс. чел.	17,9	18,6	19,5	108,9	104,8
Средняя выработка одного работника, тыс. руб.	2499,3	2897,6	3403,7	136,1	117,5

Проводя анализ расчетов можно отметить, что за исследуемый период показатель средней выработки одного работника имеет положительную динамику, так в 2021 году по сравнению с 2019 годом он увеличивается на 36,1%, а по сравнению

с 2020 годом — на 17,5%. На это повлияло увеличение выручки от продажи.

Более наглядно сравнительный анализ производительности труда на предприятиях АПК представим на рисунке 1.

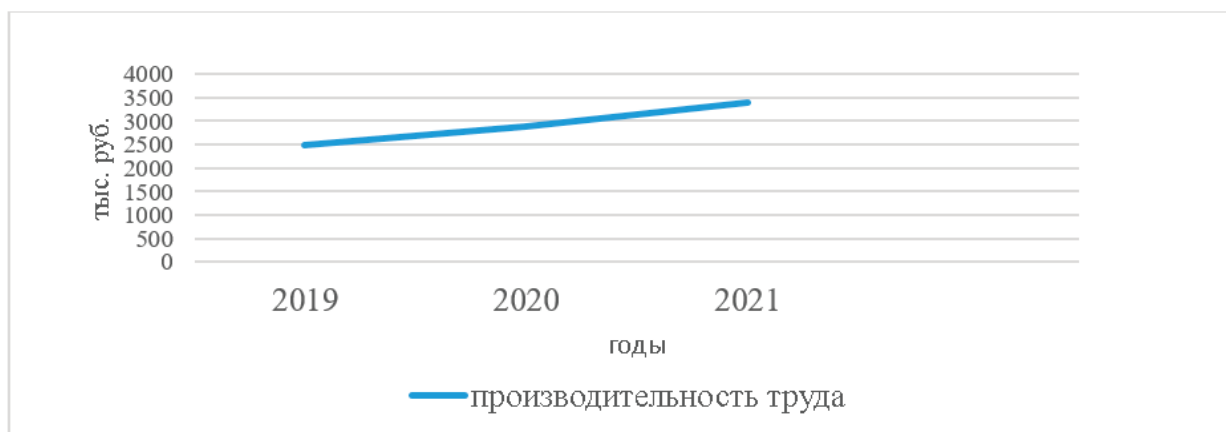


Рис. 1. Динамика производительности труда на предприятиях АПК Амурской области за 2019–2021 годы, тыс. руб.

Трудовые ресурсы в предприятиях и организациях совершенствуют и развивают свои физические и интеллектуальные способности за весь период своей активной жизни. Потребность в труде для человека становится одним из главных трудовых мотиваций. Удовлетворенность трудом, его условиями и содержанием играет все большую роль в повышении эффективности производства, качества работы [6, с. 35].

Нормальный уровень интенсивности труда является основным результативным фактором оценки эффективности использования трудовых ресурсов, которая в свою очередь характеризует общую эффективность регулирования процессов управления трудовыми ресурсами предприятий и организаций.

Необходимым условием экономического роста страны является регулирование трудовых отношений на основе роста социальной защищенности граждан, всестороннего развития

условий жизни и труда, формирования эффективной среды рынка труда, оптимизации потоков экономико-социальной информации, социализации трудовых отношений и обеспечении инвестиционной привлекательности субъектов рыночных отношений.

Кроме того, необходимо увеличить государственное регулирование в сфере формирования условий воспроизводства трудовых ресурсов на селе. Это регулирование должно быть основано на экономических механизмах. Для того чтобы объективно оценить динамику изменения уровня доходов населения с точки зрения их реальной покупательной способности необходимо использование показателя сопоставимой заработной платы, который позволяет нивелировать инфляционные процессы и, одновременно, учесть реальные возможности работника в реализации своих первоочередных потребностей.

Социально-экономические факторы обладают огромными возможностями активного воздействия на результаты производства, так как улучшение условий жизни, развитие всей социальной сферы создают благоприятные условия для формирования трудовых ресурсов и для производительного труда. Поэтому нужны экономические механизмы управления этими факторами, а также необходимо в законодательном порядке гарантировать приоритетность социального развития сельской местности финансовой, экономической, инвестиционной, правовой и социальной политикой.

Рекомендациями по повышению эффективности использования трудовых ресурсов будут являться мероприятия по повышению роста производительности труда.

Также при разработке мероприятий необходимо обратить внимание на внутрипроизводственные резервы. Целью использования отраслевых и внутрипроизводственных резервов является более эффективное использование трудовых ресурсов и как следствие сокращение затрат труда на производство единицы продукции, работ, услуг.

В первую очередь необходимо обратить внимание на кадровый потенциал предприятия. Так как важным направлением улучшения эффективности работы является грамотное планирование персонала на предприятии.

Выявление и реализация мероприятий по повышению эффективности использования трудовых ресурсов — это одно из важнейших направлений в деятельности предприятия.

Литература:

1. Амурская область. Правительство. Программа повышения мобильности трудовых ресурсов Амурской области на 2015–2024 годы: Постановление Правительства Амурской области от 15 июля 2015 г. № 332 / Амурская область. Правительство // Доступ из СПС Гарант (дата обращения 23.05.2022).— Текст: электронный.
2. Амурская область. Правительство. О разработке прогноза баланса трудовых ресурсов Амурской области: Постановление Правительства Амурской области от 24.12.2019 № 759 / Амурская область. Правительство // Доступ из СПС Гарант (дата обращения 23.05.2022).— Текст: электронный.
3. Андреева М. Ю. К вопросу о формировании трудового потенциала территорий опережающего развития Дальнего Востока России / Андреева М. Ю., Вотинцева Л. И.— Текст: непосредственный // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Экономические науки.— 2018.— Т. 11.— № 1.— С. 99–109.
4. Власова В. И. Трудовые ресурсы и их использование в условиях инновационной экономики региона / Власова В. И.— Текст: непосредственный // Наука и образование сегодня.— 2018.— № 7.— С. 38–42.
5. Колесникова С. В. Эффективность использования трудовых ресурсов в организации / С. В. Колесникова.— Текст: непосредственный // Вопросы экономики и управления.— 2019.— № 5.— С. 153–154.
6. Кочелорова Г. В. Анализ трудовых ресурсов предприятия /
7. Кочелорова Г. В.— Текст: непосредственный // Сборник Красноярского государственного аграрного университета.— Красноярск, 2021.— С. 34–37.
8. Мотрич Е. Л. О формировании населения и трудовых ресурсов на Дальнем Востоке России / Мотрич Е. Л., Молодковец Л. А.— Текст: непосредственный // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз.— 2019.— Т. 12.— № 1.— С. 53–69.
9. Новикова И. В. Регулирование занятости населения на Дальнем Востоке Российской Федерации: монография / И. В. Новикова.— Москва: Русайнс, 2017.— 357 с.— Текст: непосредственный.
10. Паронян А. А. Особенности воспроизводства трудовых ресурсов аграрного сектора экономики / А. А. Паронян, Д. Е. Ванин, А. С. Паронян.— Текст: непосредственный // Вестник Курской государственной сельскохозяйственной академии.— 2019.— № 4.— С. 7–12.
11. Самодурова М. Ф. Особенности использования трудового потенциала в аграрном секторе / М. Ф. Самодурова.— Текст: непосредственный // ИнВестРегион.— 2019.— № 3.— С. 53–56.

О роли информации в поведении потребителя

Юдина Юлия Анатольевна, студент

Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» (г. Москва)

В статье автор описывает влияние информации на выбор потребителя.

Ключевые слова: информация, потребитель, выбор.

Поведение потребителей — это важная сила в экономике, определяющая спрос. Факторы, влияющие на поведение потребителей, являются ценной информацией для бизнеса, на

основе которой разрабатываются маркетинговые стратегии. Для того чтобы повлиять на поведение потребителей, необходимо использовать различные инструменты маркетинга и ре-

кламы. Формируется целостная комплексная система, где в качестве средства применяются информационные ресурсы. Информация занимает важную роль в поведении потребителя, формируя и во многом определяя его.

Принимая потребительские решения и делая выбор, люди руководствуются такими понятиями, как собственные интересы и потребности, степень заинтересованности в товаре, выгода от потребления, экономические возможности и цена на товар. Вышеперечисленные понятия могут иметь различный вес при формировании потребительского поведения, при этом они изменчивы.

Одним из факторов, обуславливающих их изменения, является информация. Постоянно поступающий информационный поток может формировать разные посылы к приобретению того или иного продукта. Личные потребности и заинтересованность в каких-то товарах и услугах у людей изменчивы, в том числе под влиянием фактора информации [3].

Поток информации формирует представления потребителей о способности товара удовлетворить определенные потребности. К основным типам информации, создающим мнение о товаре и/или услуге, относятся:

- терминология;
- свойства и функции продукта;
- знания о существовании торговых марок других производителей в данной товарной категории;
- общественное мнение и мнение известных людей [2].

Роль информации в поведении потребителя значительна из-за того, что процесс ее обработки достаточно сложный. Поэтому поступающий к потребителям поток информации трудно проигнорировать. Из-за этого потребители подвержены негативному воздействию в рамках манипулятивных действий злоумышленников.

Бурматова А. Н. утверждает, что производители могут прибегать к определенным видам манипуляций в условиях обострения конкуренции за покупателей. Существует два вида манипуляций: скрытые и явные.

Явные представляют собой открытую конкуренцию «упаковки» продукта с аналогами. Если упаковка условного продукта является более привлекательной, то есть более красочной и интересной, чем у аналогичных производителей, то велика вероятность того, что потребители выберут именно данный продукт. Однако встречаются ситуации, в которых из-за переизбытка схожей информации о продуктах разных компаний потребитель, запутавшись, выбирает первый попавшийся продукт.

Скрытые или новые каналы коммуникации с потребителями акцентируют их внимание на определенных производителях благодаря новизне и незаурядности рекламного подхода. Подобная необычная реклама вызывает интерес потребителей, делая бренд запоминающимся.

Стоит также отметить новый способ рекламы в розничной торговле — нейромаркетинг. Здесь вместо стимулирующей рекламы с вечным призывом к покупке, информация подается особым образом, учитывающим индивидуальные потребности потребителей, подбирается, можно сказать, индивидуальным языком. «Уважительное» отношение к вниманию потребителей

заставляет их делать выбор в пользу компании, которая использует нативную рекламу и нейромаркетинг [1].

Процесс обработки информации начинается с получения информации, поступающей из источников внешней среды, где зачастую встречаются рекламные предложения о тех или иных продуктах. Эта информация интерпретируется на основе опыта, мнения, потребностей, социального и материального положения человека. В случае повышенной заинтересованности в данном продукте, о котором говорится в рекламном сообщении, потребитель может провести поиск дополнительной информации для прояснения своего желания и призыва «купить».

Однако выбор товара или услуги не происходит под влиянием рекламного предложения. Сегодня на рынке представлено бесчисленное количество различных производителей, брендов и торговых марок. Поэтому каждая информация о продукте оценивается и с позиции возможных альтернатив. Проводится оценка соотношения основных критериев при потребительском выборе — цены и качества. И именно вокруг данных факторов часто бывают манипулятивные действия, например:

- цена не высокая, а, наоборот, низкая, поскольку далее она может быть значительно выше;
- качество товара очень высокое, при этом, покупателю трудно проверить достоверность такого заявления.

Можно определить основные положительные и негативные аспекты влияния рекламного сообщения и информации на поведение потребителей с позиции самих компаний, производителей и продавцов.

Так, к положительному влиянию рекламы на потребительское поведение для компании относятся:

- улучшение финансово-экономических показателей;
- рост продаж;
- улучшение конкурентоспособности;
- формирование «сарафанного радио».

К негативному влиянию рекламы на потребительское поведение для компании относятся:

- падение стоимости бренда и оценки имиджа компании;
- ухудшение финансово-экономических показателей;
- потеря «лояльных» потребителей;
- снижение продаж.

Для предприятий рекламное сообщение и информация являются важнейшими инструментами не просто создания позы клиента к приобретению продукции, а эффективным способом управления конкурентоспособностью продаж и бизнеса в целом. Именно поэтому в последнее время активно используются информационные приемы и манипуляции с целью обеспечения конкурентной выживаемости организации на насыщенном конкурентами рынке.

Потребители чаще выбирают «лучшую» марку тогда, когда информация о ней доступна извне, а не когда им приходится вспоминать то, что они видели и слышали раньше. Информационная нагрузка при выборе может быть настолько велика, что потребители не в состоянии её обработать. Это, в свою очередь, влияет на целесообразность и эффективность принимаемых ими решений.

В современном мире исследования поведения потребителей основаны на понимании того, что люди непосредственно вовлечены в информационный процесс. Потребители обрабаты-

вают информацию для принятия дальнейших решений о покупке товаров и услуг. Следовательно, в эпоху цифровизации важная роль отводится маркетингу, позволяющему потребителю экономить время и силы при выборе товаров и услуг.

Таким образом, информация занимает важную практическую роль при формировании поведения потребителей.

Данный аспект влияет на маркетинговую стратегию компаний, которые разрабатывают рекламные предложения и послы, для того чтобы заинтересовать потенциальных клиентов в приобретении их продукции, через использование информации и при помощи создания необходимых информационных потоков.

Литература:

1. Бурматова А. Н. Роль информации в поведении потребителя // Молодой ученый.— 2023.— № 11 (458).— С. 134–136.— URL: <https://moluch.ru/archive/458/100729/>
2. Войтов А. Г. Экономическая теория: Учебник — М.: Дашков и К, 2015.
3. Микроэкономика: учебник для бакалавров / под ред. А. С. Булатова.— М.: Юрайт, 2014.

Первичные результаты внедрения системы управления надёжностью в Шуртанском ГХК

Юсупов Равшанбек Аминбаевич, кандидат экономических наук, доцент;
Курбанов Акбар Чутбаевич, студент магистратуры
Высшая школа бизнеса и предпринимательства (г. Ташкент, Узбекистан)

В статье приводятся первичные данные по оценке уровня зрелости производственной системы технического осмотра и ремонта оборудования (ТОРО), а также оценка показателей эффективности производственных процессов Шуртанского ГХК.

Ключевые слова: Шуртанский ГХК, ИЭПВ, ИТЭ, ИЭ, ТОРО.

Введение

Шуртанский газо-химический комплекс (Шуртанский ГХК) расположен в юго-западной части Узбекистана, в пустынной зоне Каршинской степи, и основан на базе газоконденсатных месторождений Шуртан.

Целью строительства являлось эффективное использование компонентов природного газа, расширения путей производства импортозамещающей и экспортно-ориентированной продукции в нефтегазовой отрасли Республики Узбекистан.

Решение о строительстве такого крупного комплекса было принято в соответствии с постановлением Кабинета Министров Республики Узбекистан № 395 от 11 ноября 1996 года, после чего между НХК «Узбекнефтегаз» и консорциумом в составе «ABB Lummus Global» (Германия), «ABB Soimi» (Италия), «Mitsui & Co. Ltd», «Nissho Iwai Corp». и «Toyo Engineering Co». (Япония) был подписан ЕРС контракт на проектирование, производство и поставку оборудования, строительство и запуск комплекса на условиях «под ключ».

Официальная сдача комплекса в эксплуатацию с завершением строительно-монтажных и началом пуско-наладочных работ состоялась 20 декабря 2001 года, а первый «узбекский» полиэтилен с товарным знаком UzClear® был выпущен 15 августа 2002 года.

Материалы и методы

Материалом исследований является оценка уровня зрелости производственной системы технического осмотра и ремонта оборудования (ТОРО), а также сравнительная оценка показателей эффективности производственных процессов Шуртанского ГХК по отношению к лучшим мировым практикам.

Оценка уровня зрелости производственной системы ТОРО осуществлялась по общепризнанному циклу PDCA. Каждый критерий оценивался по 3-балльной шкале, где 1 балл — не реализовано, 2 балла — реализовано частично и 3 балла — полностью реализовано.

В процессе планирования учитывались следующие критерии:

- наличие технической политики;
- проведение категоризации оборудования;
- качество планирования ремонтов;
- ресурсное планирование персонала и товарно-материальных ценностей;
- планирование бюджетирования;
- наличие положения о системе ТОРО.

В процессе действия учитывались следующие критерии:

- выполнение ремонтов;
- диагностика оборудования;
- мониторинг технического состояния оборудования;
- система распределения загрузки ремонтного персонала;
- оснащённость специальным инструментом.

В процессе контроля учитывались следующие критерии:

- оформление паспортов и формуляров;
- наработка оборудования;
- ключевые показатели (KPI);
- регистрация простоев, дефектов и отказов;
- пооперационный контроль;
- анализ трендов по данным АСУ ТП.

В процессе корректировки учитывались следующие критерии:

- методики / процедуры;
- корректировка бюджета;
- корректировка графиков ремонтов;
- пересмотр ремонтных стратегий;
- поиск корневых причин отказов;
- разработка мероприятий по митигации.

При оценке показателей эффективности производственных процессов рассчитывались индекс эффективности производственного времени (ИЭПВ) производства полиэтилена, индекс технологической эффективности (ИТЭ), индекс энергоёмкости (ИЭ) процессов производства товарного газа и полиэтилена.

Индекс эффективности производственного времени (ИЭПВ) рассчитывался отношением объема произведенной качественной продукции с первого раза, к объему продукции, который может быть произведен за расчетное время:

$$\text{ИЭПВ} = \frac{\text{Объём произведённой продукции (tn)}}{\text{МДП (tn/h)} * \text{Фонд рабочего времени (h)}} * 100$$

где: МДП — максимально достижимый выпуск продукции.

Индекс технологической эффективности (ИТЭ) рассчитывался для товарного газа и определялся соотношением доли продукта, фактически произведенного из сырья, к наилучшей (эталонной) доле производства продукции:

$$\text{ИТЭ} = \frac{\text{Доля произведённого продукта (\%)}}{\text{Эталонная доля произведённого продукта (\%)}} * 100$$

Индекс энергоёмкости (ИЭ) определялся отношением фактического энергопотребления на единицу продукта к наилучшему (эталонному) энергопотреблению на единицу продукта и рассчитывался для процессов производства полиэтилена и товарного газа:

$$\text{ИЭ} = \frac{\text{Фактическое энергопотребление (kg у. т./tn или m}^3\text{)}}{\text{Эталонное энергопотребление (kg у. т./tn или m}^3\text{)}} * 100$$

Результаты и их обсуждение

Оценка уровня зрелости производственной системы ТОРО до начала внедрения системы управления надёжностью показала результат, равный 39 из 69 баллов (рис. 1).

По состоянию на начало 2023 года в результате внедрения системы управления надёжностью уровень зрелости производственной системы ТОРО Шуртанского ГХК составил 54 балла из 69 (рис. 2).

Индекс эффективности производственного времени (ИЭПВ) производства полиэтилена на конец 2019 года составил 91,1%, а на конец 2022 года — 84,9%.

Индекс технологической эффективности (ИТЭ) на конец 2019 года составил 99,4%, а на конец 2022 года — 98,4%.

Индекс энергоёмкости (ИЭ) процессов производства товарного газа и полиэтилена на конец 2019 года составил соответственно 102,6% и 104,8%, а на конец 2022 года — 103,6% и 111,5%.

Как видно из полученных расчётов индексов, все показатели за 2022 год ухудшились. Это связано с тем, что 25 января 2022 года произошла крупная авария в единой энергосистеме Центральной Азии, в результате которого мощность производства была ниже ожидаемой в течение определённого времени.

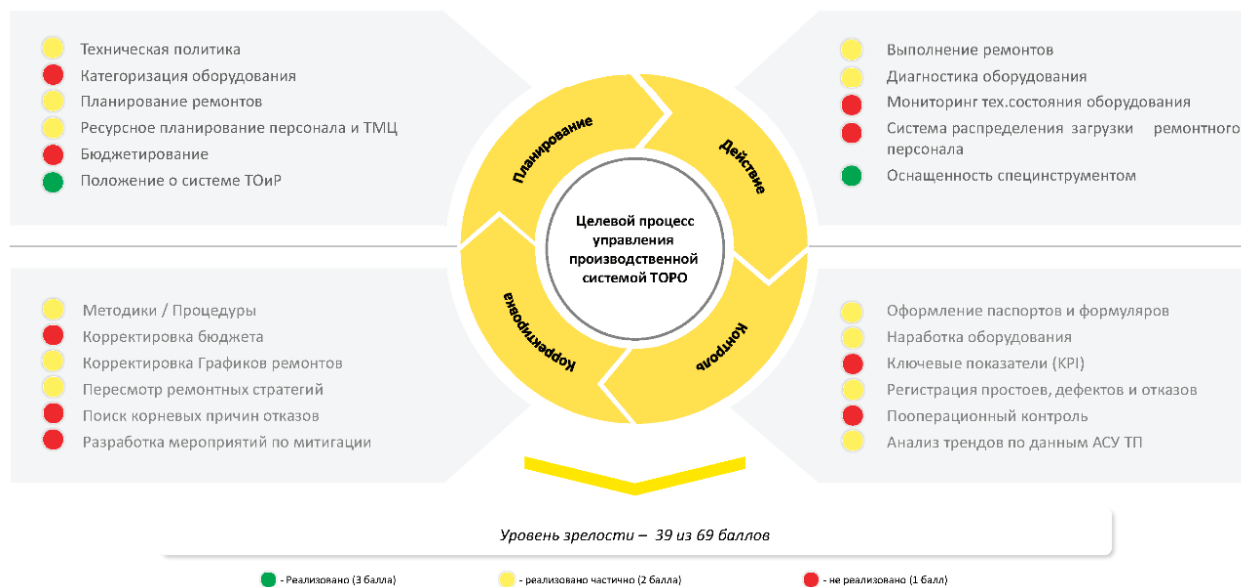


Рис. 1. Уровень зрелости производственной системы ТОРО Шуртанского ГХК до начала внедрения системы управления надёжностью

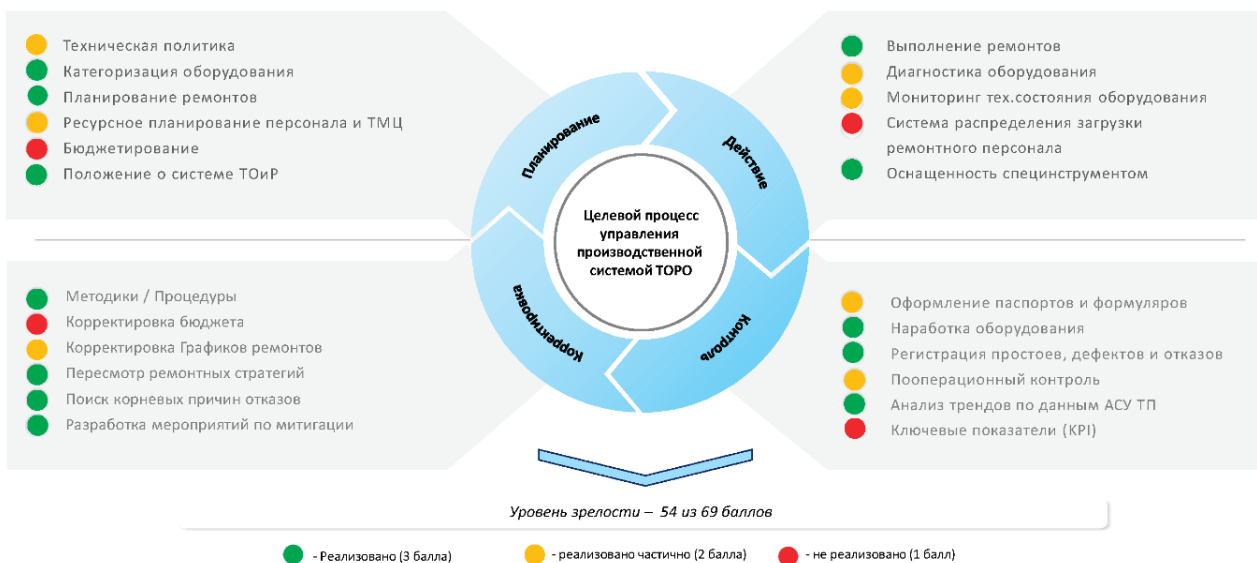


Рис. 2. Уровень зрелости производственной системы ТОРО Шуртанского ГХК после внедрения системы управления надёжностью

Выводы

В целом, внедрение системы управления надёжностью привело к значительным улучшениям в плане стандартизации и планирования процессов управления производством и ТОРО, а также за 2022 год достигнут экономический эффект в сумме эквивалентной 5,061 млн долларов США. В частности, в результате стандартизации времени замены ножей подводного гранулятора полиэтилена достигнут экономический эффект в сумме эквивалентной 0,995 млн долларов США, в результате сокращения времени простоев при техническом обслуживании и ремонте оборудования — 4,961 млн долларов США.

Литература:

1. Отчёт по этапу 1 проекта «Повышение операционной эффективности и надёжности производственных процессов АО «Узбекнефтегаз»». — Ташкент, 2020.
2. Сводный отчёт по реализованным инициативам по повышению операционной эффективности и оптимизации затрат в ООО «Шуртанский ГХК». — Карши, 2023.

МАРКЕТИНГ, РЕКЛАМА И PR

Яндекс.Директ как инструмент рекламы

Беляева Юлия Алексеевна, студент;

Мухина Ольга Дмитриевна, студент

Санкт-Петербургский университет технологий управления и экономики

В работе представлено описание сервиса для продвижения продуктов или услуг — Яндекс.Директ, который имеет огромное количество настроек для абсолютно разных видов рекламы. Приведено сравнение с похожим видом продвижения — SEO. Описаны преимущества сервиса и основные характеристики.

Ключевые слова: реклама, Яндекс.Директ, виды рекламы, контекстная реклама, SEO.

Введение

Сначала обратимся к тому, что есть реклама. Реклама — форма неличного представления и продвижения идей, товаров, услуг от имени какой-либо компании. Это коммуникация целью которой является привлечение внимания целевой аудитории к объекту продвижения. Иначе говоря — любая информация, которая должна убедить или заставить потребителей сделать то, что нужно компании. В зависимости от цели рекламной компании: купить продукт, зарегистрироваться на вебинар, подписаться на рассылку или запомнить бренд.

Сейчас реклама предлагает различное множество инструментов и сервисов, однако действительно рентабельных достаточно мало. Одним из таких полезных сервисов является Яндекс.Директ — особая система размещения рекламы в Интернете, которая заточена под интересы конкретного пользователя. Допустим, вы ищете некий товар в Интернете, для этого забиваете в строку поиска определенный запрос. Система запоминает, какими товарами, услугами или темами вы интересовались, а затем помогает вам быстрее найти то, что нужно.

Яндекс.Директ и SEO — это два дополняющих друг друга инструмента, и полноценное продвижение сайта должно использовать оба инструмента.

Рекламная сеть Яндекса (РСЯ) — это система размещения рекламы на сервисах Яндекса и площадках партнеров. РСЯ открывает рекламодателям Директа доступ к аудитории более чем 50 000 площадок: сайтов, мобильных приложений и приложений Smart TV. Партнеры Рекламной сети получают доход за размещение рекламы, а рекламодатели — приток трафика и клиентов.

Помимо Рекламной сети Яндекса, объявления Директа могут быть показаны на тематических площадках внешних партнерских сетей.

Яндекс.Директ

Яндекс.Директ — это инструмент, который размещает контекстную рекламу в интернете. Помимо этого, есть сервисы, которые помогут тщательно изучить как именно настроить рекламу прибыльно:

- Медийная реклама;
- Яндекс.Аудитории;
- Яндекс.Метрика;
- CRM-система.

Поисковая реклама хорошо работает для большого количества проектов: объявления показываются в ответ на прямой запрос пользователя, который решил, что ему нужен продукт, и ищет, где его купить.

Чем отличается Яндекс.Директ от SEO?

1. Оплата за рекламу. Оплата за SEO услуги начисляется конкретному рекламному агентству, оказывающему такие услуги, а вот финансы за контекстную рекламу получает поисковая система Яндекс.

2. Оплата за клики. Яндекс.Директ снимает денежные средства за переход на ваш сайт, чем больше переходов (кликов), тем пропорционально больше расход бюджета. Услуга же SEO-продвижения может оплачиваться и за конечный результат, то есть за достигнутые позиции по поисковым запросам, при этом количество переходов на сайт, как правило, не влияет на стоимость.

3. Время появления рекламных объявлений. Яндекс Директ показывает вашу рекламу сразу после оплаты, это означает, что потенциальных клиентов можно получить уже на начальном этапе размещения, в то время как SEO сам по себе достаточно инертный инструмент, которому могут потребоваться месяцы, а то и больше для того, чтобы добиться хороших позиций по

конкурентным запросам. Однако, этот минус закрывается тем, что, как правило, стоимость посетителя с органической выдачи в разы ниже, чем стоимость посетителя с рекламы.

Правила составления рекламного объявления в Яндекс.Директе

Чтобы составить объявление в Директе правильно, для начала стоит разобраться в видах рекламных кампаний, которые предлагает Яндекс. От этого зависит конверсионность.

Рекламу можно запустить автоматически через «Мастер кампаний», но для большей эффективности лучше настроить ее вручную.

Виды рекламы в Яндекс.Директе

- Текстово-графические объявления;
- Смарт-баннеры;
- Динамические объявления;
- Мобильные приложения;
- Медийно-контекстные баннеры;
- Медийная реклама;
- Ретаргетинг;
- Геореклама.

Чтобы выбрать формат рекламы в Яндекс.Директе, для начала нужно определить цель рекламной кампании. Возможные варианты постановки целей рекламы:

— Повышение узнаваемости компании или бренда. Для этого лучше всего подойдет медийная реклама: баннеры на поиске и главной, а также другие медийные объявления.

— Увеличение CTR. Лучше всего использовать текстово-графические объявления — простой, но эффективный инструмент.

— Реклама онлайн сервиса или интернет-магазина. Для демонстрации десятков и сотен товаров потенциальным покупателям подойдут смарт-баннеры и динамические объявления.

Общие преимущества таких видов рекламы:

- возможность прорваться сквозь баннерную слепоту благодаря демонстрации объявлений людям, заинтересованным в вашем продукте;
- быстрое привлечение целевого трафика — можно получить клиентов с первого дня существования проекта;
- эффективный принцип оплаты — вы тратите средства только на переходы пользователей на сайт;
- гибкое таргетирование аудитории — можно публиковать объявления, например, о ремонте телевизоров в Астрахани исключительно для жителей этого города;

Литература:

1. Игорь Ашманов Оптимизация и продвижение в поисковых системах. — 4-е издание изд. — Санкт-Петербург: Питер, 2019. — 513 с.
2. Инструменты платформы «Яндекс.Директ» // Yandex: сайт. — URL: <https://yandex.ru/adv/prices-common> (дата обращения: 14.10.2022)
3. Ретаргетинг в Яндекс.Директе // Реклама на Яндекс: сайт. — URL: <https://yandex.ru/adv/products/targeting/retargeting> (дата обращения: 23.12.2022)

— публикация объявлений на качественных сайтах — «Яндекс» более строго модерировать сайты-партнеры, чем это делал Google;

— возможность запустить рекламную кампанию в течение часа — не нужно подписывать договор, утверждать макеты и согласовывать публикацию объявлений;

— простое управление рекламными кампаниями.

Примеры

Одним из успешных кейсов — 19% покупателей в розничных магазинах Холодильник.RU видели медийную рекламу в Яндекс.Директе.

Запуск охватной кампании положительно повлиял на омни-канальные продажи Холодильник.RU: 19% покупок в офлайн-магазинах и 25% онлайн-заказов сделали пользователи, которые контактировали с рекламой.

При этом средний чек у покупателей, увидевших рекламу, оказался на 6,7% выше, чем у покупателей, которым не показывали баннер.

Заключение

В Яндекс.Директе используют многоуровневую защиту от фрода. В защите используют как автоматические, так и ручные методы фильтрации. На каждом уровне система отсеивает недобросовестные конверсии, клики и показы — скорее всего, вы даже не заметите их.

Значительная доля мошеннического трафика не учитывается в отчетах статистики Директа, и средства за них не списываются. Если же специалисты обнаруживают фрод уже после того, как деньги списались, Яндекс.Директ компенсирует средства на счет по итогам проверки и улучшает систему безопасности.

В Директе стоимость клика не фиксирована. Она определяется на аукционе между рекламодателями. Заказчик самостоятельно выбирает, сколько готов заплатить за клик для своей кампании. Минимальная ставка — 30 копеек (без НДС). На цену влияют ставки других рекламодателей, кликабельность и качество объявления. Меняя объявление, меняется и стоимость клика.

Поддержка Яндекс.Директа отвечает круглосуточно. Быстрее и удобнее всего написать в чат поддержки Директа в личном кабинете.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что на сегодняшний момент Яндекс.Директ и все его внутренние сервисы — это хороший инструмент для того, чтобы сделать рекламу эффективной и измеряемой.

4. Яндекс Директ: сайт.— URL: https://direct.yandex.ru/?utm_source=yandex&utm_medium=search&utm_campaign=main-direct_brand_desktop_0106_exp_b&utm_content=none&яндекс%20директ®ion=67®ion_name=Томск&etext=&yclid=3493363845186511226 (дата обращения: 13.10.2022)

Проблемы и перспективы развития телемаркетинга в банковской сфере

Сопрунова Анастасия Андреевна, студент магистратуры
Омский государственный университет имени Ф. М. Достоевского

Статья содержит исследования проблем и перспектив развития телемаркетинга банковских услуг.

Ключевые слова: банковский маркетинг, технологии продаж, телемаркетинг, система телемаркетинга, проблемы телемаркетинга, перспективы телемаркетинга.

Актуальность исследования разработки технологии персональных продаж услуг с использованием системы телемаркетинга обусловлена тем, что в настоящее время конкуренция между кредитными организациями имеет слишком высокий уровень. За последнее время банковская сфера значительно расширилась. С каждым днем появляется все больше и больше коммерческих банков, которые составляют друг для друга существенную конкуренцию.

Основная проблема маркетинга банковских услуг заключается в том, что, по сути, все банковские продукты идентичны по своей стоимости — как депозитные, так и кредитные предложения. Банки в силу ограниченности возможностей не в состоянии повысить или понизить процентные ставки по продуктам, зато всегда есть возможность предложить какие-то особые условия, хотя и они не сильно отличаются. Основной инструмент управления маркетингом услуг — это конечно же выход на потенциального потребителя и поиск оптимальных каналов для продажи банковского продукта. Чем качественнее управление сбытом банковских услуг, тем выше показатели деятельности самого банка, которые обеспечиваются за счет притока вкладов. Чтобы хоть как-то выделиться среди конкурентов банков необходимо использование определенных технологий, которые позволят предоставлять клиенту наиболее полную информацию, приводящую его к решению воспользоваться тем или иным банковским продуктом. Одним из таких инструментов как раз и является система телемаркетинга [2, с. 77].

Система телемаркетинга — это вид прямого маркетинга без посредников, при котором общение продавца и покупателя происходит с помощью средств телефонии. Преимущество системы телемаркетинга таковы, что данная система при правильном построении аудиоинформации позволяет предоставить клиенту потенциальному или уже реальному, более широкий спектр информации, что не всегда может сделать банковский работник посредством телефонии. Сложность применения данной системы состоит именно в построении аудио информации и ее структурированности, а именно от того какую информацию и в какой последовательности получает клиент зависит им принятие решений о покупке банковских услуг [1, с. 32].

Основной целью телемаркетинга является осуществление продаж по телефону. Выделяют входящий и исходящий виды

телемаркетинга. Основную роль в реализации телемаркетинга играют исходящие обращения к покупателям.

Он дает следующие преимущества [3, с. 368]:

— обеспечивает прямой контакт с клиентом, что позволяет в режиме реального времени ответить на все вопросы потребителя, распознать потребности, заинтересовать его, предложить альтернативный вариант.

— предоставляет возможность выбора потенциальных клиентов до осуществления звонка, что экономит значительное количество времени.

— позволяет экономить время при работе с большим количеством потенциальных клиентов.

— с помощью программного обеспечения можно контролировать процесс продаж, имея доступ ко всем записям телефонных разговоров.

Что касается недостатков телемаркетинга, то, в основном, это связано с недостатком профессиональных навыков сотрудников и их недостаточной мотивацией.

На современном этапе телемаркетинг чрезвычайно развит. Каждый уважающий себя банк для использования прямых продаж использует технологии телемаркетинга. Но несмотря на то, что каждый день технологии телемаркетинга совершенствуются продавать банковские продукты по мнениям экспертов становится на самом деле все сложнее и сложнее. На это влияют ряд факторов [3, с. 369]:

1. Во-первых технологии телемаркетинга используются активно, не только самими банками, но и мошенниками. Рост мошенничества в сфере банковских услуг вырос за последние 10 лет в 5–6 раз, по сравнению с 2010 годом. То есть на каждые 10 преступлений в сфере мошенничества именно 6–8 преступлений приходится на преступления совершенные с использованием телефонии. Такая ситуация существенно подорвала доверие покупателей банковских продуктов к телефонным обращениям.

2. Рост компаний занимающихся телемаркетингом за последние 10 лет вырос примерно в 10 раз. Подобные компании активно привлекают клиентов для осуществления рекламы и холодных звонков. Соответственно на потребителей сыпется огромное количество предложений от различных кредитных организаций, что негативно влияет на восприимчивость к предложениям в банковской сфере.

3. Развитие технологий в сфере защиты от спама. Данные технологии работают как система защиты от «спама». Если пользователь устанавливает данную систему у себя на телефоне, то технологии телемаркетинга идентифицируются данным устройством и не пропускают подобные звонки к пользователям. С одной стороны это позволяет защитить пользователя мобильной сети от нежелательных звонков, с другой стороны полностью блокирует возможность доступа банком к потенциальным клиентам через телефон.

4. Телемаркетинг стал не живым. Многими клиентами банков отмечается, что они не могут связаться с живым сотрудником банка или входящий звонок осуществляет автоматическая система дозвона при которой в автоматическом режиме доносится набор определенной информации. В этом случае потенциальные клиенты не обращают никакого внимания на входящую информацию и зачастую на первых трех секундах прослушивания аудиосообщения прекращают связь с банком.

5. В телемаркетинге зачастую заложены приемы психологического давления, что вызывает ряд негативных откликов, среди клиентов воспользовавшихся продуктами банка посредством телефонии. Технология телемаркетинга должна учитывать психологические основы продаж, но не являться средством давления на клиента или использоваться таким образом, чтобы как-то оказать давление на клиента.

В отношении прогнозов развития телемаркетинга можно сказать, что он будет развиваться в сторону полного ухода от живого общения с клиентами банков, что, по мнению экспертов является крайне негативной тенденцией. Почему управление банковской сферы идет в сторону подобной трансформации понять не сложно. Общество с каждым днем все более и более информатизируется, бизнес-процессы упрощаются. В Банках уже практически не встретить больших очередей, так как все депозитные услуги уже давно можно оформить удаленно и большинство кредитных продуктов одобряются по этому же принципу [4, с. 67].

Телемаркетинг оказывает наибольшее воздействие на функционирование и развитие финансовых институтов и на рынок

дистанционных банковских услуг, в результате чего финансовые институты перешли к новой форме международного банкинга — электронному банкингу, что способствовало расширению видов и повышению качества банковских услуг, оказываемых населению. Поэтому и сам маркетинг услуг должен быть нацелен именно на эти тенденции. В период пандемии 2019 года процессы трансформации в сферу удаленного оказания банковских услуг значительно ускорились и многое усовершенствовалось. Соответственно современный руководитель отдела маркетинга должен все эти изменения учитывать и понимать, что работать старыми методами уже будет как минимум неэффективно.

Что же касается будущего, то ситуация финансово-банковской системе будет зависеть от того, как будет развиваться вся экономика — мировая, российская, региональная. Для банковской системы России в последнее время характерно усиление роли государства. Ужесточаются требования к размерам уставного капитала коммерческих банков, это несет в себе необходимость реорганизации. Конкурентная же борьба за клиентов обострилась — выигрывать будет тот, кто предоставит более выгодные условия по своим продуктам и качественное обслуживание. Для сохранения жизнеспособности банки вынуждены применять маркетинговую стратегию, разработанную с учетом развития факторов макросреды, поведение потребителей и конкурентов. То есть банковский маркетинг должен учитывать еще и эффективность, которую он приносит. В общем виде эффективность маркетинга определяется как отношение объема дополнительных продаж банковских услуг к расходам на проведение маркетинговых мероприятий в банке. Анализ доходности маркетинга позволяет оптимизировать выделение и распределение ресурсов на развитие банка в целом. Сложность заключается в инициировании процесса изменений во всех структурах банка, начиная от фонд — офисных подразделений и заканчивая центральным аппаратом банка. Таким образом банковский маркетинг не так прост, и это управление от начальной до конечной точки, где можно понять эффективность его проведения.

Литература:

1. Кушу, С. О. Банковский менеджмент и маркетинг [Электронный ресурс]: учебное пособие для бакалавров, обучающихся по направлению подготовки 38.03.01 «Экономика»/ С. О. Кушу — Электрон. текстовые данные.— Краснодар, Саратов: Южный институт менеджмента, Ай Пи Эр Медиа, 2017.— 72 с.
2. Мансуров Р. Е. Технологии маркетинга. — Практикум.— М.: Инфра-Инженерия, 2017. 182 с.
3. Романенко Е. В. Специфика банковского маркетинга / Е. В. Романенко, К. В. Шипинова // Экономика и социум.— 2015.— № 1–4 (14).— С. 368–371
4. Шарков Ф. И. Коммуникология: основы теории коммуникации. Учебник для бакалавров, 4-е изд.— М.: Дашков и К, 2017. 488 с.

Реклама и ее роль в экономике

Шведов Глеб Сергеевич, студент

Научный руководитель: Макушева Ольга Николаевна, кандидат экономических наук, доцент
Московский государственный институт культуры (г. Химки)

Ключевые слова: экономика, реклама, рекламная деятельность, функции рекламы.

В соответствии с Федеральным законом «О рекламе», реклама — это информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

Реклама стимулирует продажи и в первую очередь формирует спрос, тем самым способствуя повышению оборота товаров и услуг, а значит и производства. В экономически развитых странах высокий уровень жизни основан на системе массового производства, а данная система, в первую очередь, зависит от системы массового маркетинга.

Среди функций рекламы в экономике выделяют экономические и социальные.

Понимание каждой функции рекламы в экономике очень важно, т.к. в современном мире они являются одними из самых используемых инструментов.

Реклама является важным инструментом в любом бизнесе и в первую очередь в экономике. Каждый человек сталкивается с рекламой постоянно и не может не реагировать на нее. Реклама существенно влияет на бизнес-систему и российскую экономику каждый день. «Рекламщики» способны показать любой товар с максимально выгодной стороны, чем до рекламы. Каждый день реклама существенно влияет на торговую систему и экономику России.

Роль рекламы в экономике огромна: реклама контролирует и порождает конкуренцию, стимулирует производство новых товаров и услуг, с помощью рекламы появляются новые рабочие места, исследуя спрос на массовые продукты. В настоящее время реклама финансирует основную часть в сфере развлечений, особенно музыку и спорт. При отсутствии рекламы журналы и газеты были бы недоступны для большинства

людей и количество печатных изданий было бы существенно меньше. Для общества экономически выгодно существование недорогих средств массовой информации.

Противники рекламы считают, что она отвлекает человеческие и материальные ресурсы от других областей, которые более остро нуждаются в средствах. Существуют значительные внешние издержки, связанные с рекламой: происходит увеличение монополий. Немалая часть рекламы владеет тенденцией нейтрализовать себя, в результате чего компании не могут увеличить долю рынка, а реклама только увеличивает производственные затраты.

Однако у рекламы есть и свои сторонники, утверждающие, что реклама дает информацию, помогающую потребителю сделать осознанный выбор. Компании, чтобы получить прибыль, стараются информировать целевую аудиторию о появлении новых или изменении старых товаров или услуг.

Инструментом смягчения экономических кризисов может стать реклама, которые возникают из-за нестабильности в коммерческой деятельности. Например, если производители товаров и услуг нуждаются в заказах, то многие из них могут увеличить свою рекламную активность при ослаблении экономики. Так как экономика циклична и любой пиковый период в дальнейшем приводит к росту инфляции и безработицы, то реклама в таком случае рассматривается как полезный инструмент, который может повлиять на экономическую стабильность. Основная особенность заключается в том, что многие компании свой бюджет на рекламу прикрепляют к доле от уровня продаж, т.е. повышают активность производимой рекламы при высоком уровне дохода и наоборот снижают при его уменьшении.

Реклама является важной частью творческой индустрии и вносит ценный вклад в эффективный экономический рост. Восприятие и роль медиакоммуникаций в обществе ради-

Таблица 1. Функции рекламы в экономике

Экономические функции рекламы	Социальные функции рекламы
Информационно-коммуникативная	Образовательно-воспитательная
Дифференциация товаров	Формирование ценностей и традиций
Формирование, стимулирование и управление спросом	Обеспечение независимости средств массовой информации
Распределение продукции	Повышение жизненных стандартов
Ускорение оборота капитала	Влияние на развитие искусства
Долгосрочные инвестиции	
Содействие экономическому развитию	
Ценообразование	
Поддержание конкуренции	

кально меняются. И для того, чтобы привлечь еще больше участников в эту сферу, АКАР, как подлинный центр индустрии, активно поддерживает развитие креативного кластера и рекламной индустрии в стране. Незаменимой и активной частью комплексной системы маркетинга стала реклама. Неожиданное затруднение сбыта и рост конкуренции сделали маркетинг конкурентным фактором, но не менее важным, чем достижение господства на рынке за счет снижения себестоимости продукции или использования новейших технологий. Практически единственным инструментом воздействия на рынок стала именно реклама.

Чтобы максимально эффективно решать стратегические рекламные задачи, необходимо четко понимать функции и роль рекламы в экономике, особенности продукта, знать слабые и сильные стороны компании, владеть информацией о рынке — знать возможности, которые она предлагает, и представлять себе проблемы этого рынка. Рекламная кампания должна быть четко спланирована с точки зрения используемых в кампании рекламных носителей, рекламного бюджета и т.д. Взаимоотношения между поставщиком и потребителем услуг в сфере сервиса раскрывают существенные черты личности обеих сторон. Современный рыночный механизм представляет собой сложную систему взаимоотношений.

Реклама — это инструмент рынка. По сути, этот инструмент дает возможность продать информацию потенциальному потребителю о продукте или услуге. Таким образом, чтобы покупатель предпочитал этот товар или услугу перед всем другими. В целом, можно сказать, что реклама соответствует настроению и требованиям общества, а значит соответствует состоянию этого общества и его стандартам. Особенность современной экономики заключается в том, что на сегодняшний день на рынке для потребителя представлены, в основном, товары широко известных брендов и в таком случае в рамках одной ценовой категории необходимо выбирать товары с весьма схожими характеристиками. Чаще всего выбор бренда выступает как средство показания принадлежности к определенному социальному классу. По этой причине в рекламе замечается тенденция использования эмоциональных мотивов.

Реклама отражает культурные особенности нации и способствует формированию образа жизни и стереотипов. Эффективная реклама появляется тогда, когда создатели рекламы осознают специфические особенности национального менталитета и выявляют особенности и отличия потребителя.

Реклама не только информирует потребителей о товаре, пользующемся спросом на рынке, но и формирует этот спрос, особенно на развивающихся рынках.

Литература:

1. Федеральный закон «О рекламе» от 13.03.2006 N38-ФЗ (ред. от 28.09.2018 № 243-ФЗ) «О рекламе». — М.: Норматика. — 2019. — 53 с.
2. Беквит Г. Четыре ключа к маркетингу услуг. / Г. Беквит — М.: Альпина Паблишер, 2017. 14 с.
3. nielsen [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.nielsen.com/ru/ru/>
4. akarussia.ru [Электронный ресурс]: Ассоциация Коммуникационных Агентств России: АКАР. Режим доступа: <https://www.akarussia.ru/>
5. Годин А. М. Маркетинг. Учебник для бакалавров, 12-е изд. / А. М. Годин — М.: Дашков и К, 2017. — 10 с

РЕГИОНОВЕДЕНИЕ

Политическая самоидентификация французских басков

Ярук Алёна Михайловна, студент

Научный руководитель: Магомедов Арбахан Курбанович, доктор политических наук, доцент
Московский государственный лингвистический университет

«Страна Басков» — это территория, разделенная между Испанией и Францией. Это разделение оставило континентальную Страну Басков на севере, традиционно зависимую от Франции, в то время как полуостровная Страна Басков, в свою очередь, зависит от испанского государства. Хотя на баскской территории, контролируемой Францией, постоянно предъявлялись требования об автономии, французское правительство никогда не уступало ни в какой степени политического контроля.

Ключевые слова: французские баски, Страна Басков, идентичность, политическая самоидентификация.

Political self-identification of the French Basques

Yaruk Alyona Mikhaylovna, student

Scientific adviser: Magomedov Arbakhan Kurbanovich, doctor of political sciences, associate professor

The «Basque Country» is a territory divided between Spain and France. This division left the continental Basque Country in the north, traditionally dependent on France, while the peninsular Basque Country, in turn, depends on the Spanish state. Although there were constant demands for autonomy in the Basque territory controlled by France, the French government never relinquished any degree of political control.

Keywords: French Basques; Basque country; identity; political self-identification.

Проблема этнических национализмов во Франции и в особенности баскского терроризма рассматривалась в целом ряде работ отечественных ученых. Однако степень изученности проблемы идеологии баскского национализма следует признать явно недостаточной.

Гипотеза: самоидентификация испанских и французских басков как отдельных групп с различной культурной и исторической идентичностью находится под сильным влиянием исторических и политических факторов.

В определенной степени сами баски присвоили и интерпретировали этот образ и этот статус. Он изображает их как долгосрочных европейцев, но разных особенно из-за неиндоевропейские природы Эускары и тайны, окружающей древнюю историю местного населения. Это академическое разделение способствовало развитию процесса культурного различия и в то же время неявно оправдывало и идеологически гарантировало отсутствие политического учета баскской этнокультуры. С семнадцатого века и по сей день — особенно в течение девятнадцатого века — значительное количество работ о происхождении басков касалось того, что значит быть баском и/или того, что, по-видимому, характеризует страну басков и ее жителей. Путешественники, ученые и романисты описывали эту страну и ее народ в не-

скольких отчетах, которые иногда были очень противоречивыми, но вдохновляли друг друга. Независимо от времени и текста появляется общая черта — чувство неизменности баскского мира. Баскский народ — один из тех своеобразных народов, людей-островов, которые мы можем найти на Земле, которые полностью отличаются во всех аспектах от окружающих их людей [1, с. 412].

По сей день неразборчивая интерпретация баскского социального мира с точки зрения уникальности очень распространена, независимо от области — научной, литературной или журналистской. Такие термины, как раса или этническая принадлежность (которые относятся к эссенциалистскому представлению о культурной принадлежности), используются в сочетании со словом баскский, и, что удивительно, они не вызывают возмущения, даже если научный статус этих терминов был поставлен под сомнение (как в случае с этнической принадлежностью), признан недействительным, политически раскритикован и считается табуированным после Второй мировой войны (в отношении расы) — до такой степени, что Жан-Поль Сартр (который считает расу сконструированной расизмом) говорит о баскской этнической принадлежности как о «всегда характеризующейся биологическими особенностями, которые сохранились нетронутыми и по сей день» [2, с. 208].

Более того, эссенциалистская интерпретация басков косвенно препятствует устремлениям различных баскистских течений, которые считают Эускару основой баскской культуры. В этом идеологическом контексте Баскская националистическая партия пытается дистанцироваться от этого явления. Фактически, с политической точки зрения эссенциалистское представление баскского мира выгодно тем, кто хочет сохранить лингвистический институциональный статус-кво, и косвенно обрекает баскистских активистов на обвинение в этническом взгляде на социальный факт. Аргументы тех, кто выступает против институционального признания Эускары, имплицитно основаны на эссенциалистской репрезентации баскской идентичности — репрезентации, постулирующей первобытную чистоту, первобытное состояние.

Кроме того, в то время как оппоненты рассматривают требование совместной официализации Эускары как «этническую» цель, их собственная позиция основана на интерпретации социального мира, который сам по себе является этническим, поскольку он вытекает из вневременной (и, следовательно, этнической) репрезентации идентичности. Их аргумент исходит из полигенетических идей и тесно связан с (ранее подвергавшейся критике) верой в эссенциалистскую природу баскской этнической принадлежности. В этом смысле этот аргумент просто отражает, в обратном порядке, саму модель, которую он хочет осудить — модель, которая считается расистской.

Здесь законное использование понятия этнической смеси является неотъемлемая часть построения академических категорий (таких как этническая принадлежность), возникших в ходе развития национального государства. Он неотделим от исторической этнологизации баскского мира, который был вызван неспособностью науки определить происхождение баскского языка и древней истории. Кроме того, этот аргумент ежедневно способствует стигматизации баскского культурного движения, а также, неявно, современного чувства баскской принадлежности. Но такая позиция легитимируется только консенсуальным характером национального представительства идентичности, которое устанавливает иерархию между так называемыми «региональными» культурами, считающимися строго фольклорными, и национальной культурой, которая считается структурно связанной с гражданством [3, с. 29]. Культурное разнообразие французского населения — это факт. Республика уделяет приоритетное внимание «сообществу граждан», разделяя идентичность и гражданство. Для ряда противников институционализации баскского языка аспекты, лежащие в основе баскской идентичности, являются таковыми только из-за семьи, родства, господства и наследственности, а также потому, что баскская идентичность интерпретируется как основанная на наследии, а не на территории и гражданстве [4, с. 89]. В 2000-х годах движение «Демократия для страны Басков» во время своего визита в город, чтобы оправдать свою оппозицию совместной официализации баскского языка [3, с. 29].

Аргумент против институционализации Эускары исходит из органической интерпретации баскского вопроса: страна басков частично состоит из «басков», рассматриваемых как отдельный этнос. В данном случае понятие этнической принадлежности относится к чувству непроницаемости и вневременности баск-

ского народа. Это представление не учитывает субъективную природу идентичности, а также сложность и разнообразие современных баскских идентичностей — независимо от того, горю ли кто-то по-баскски или имеет баскское происхождение.

Таким образом, концепция баскской этничности сегодня представляет собой теоретическую основу для различия между «обществами без государства» (как в баскском примере) и «обществами с государством» (Французская Республика), а также для синонимичного различия между «обществами без истории» и «обществами с историей» [5, с. 197]. Позиция «против баскского лингвистического активизма» порождает неразрешимую дилемму, с которой сталкиваются все институциональные требования, претендующие на принадлежность к баскскому языку: как можно привести аргумент в пользу претензии, не будучи обвиненным в «этнизме» [6, с. 24].

Баскистские движения осведомлены о потенциальной враждебной реакции на требование о совместной официализации Эускары и уточняют, что будет означать ее достижение. Баскское культурное движение в целом рассматривает систематическое преподавание баскского языка как социальную модель, которая позволила бы эускаре стать языком всех людей, живущих в стране, а не только тех, кто там родился и / или происходил из баскоязычных и / или аберцальских семей. В этом смысле баскский язык воспринимается (вместе с французским) как один из официальных языков «Территории страны Басков», чему способствует программа развития, инициированная государственными службами по итогам территориального обзора «Страна Басков 2010» [2, с. 210].

В статье в двухнедельном издании *Erbata* Жан-Ноэль Этчеверри (под названием «Txetx»), представитель абертзале для ведомственной платформы *Batera* — утверждает, что обязательное преподавание Эускары имеет то преимущество, что оно является требованием, которое люди сразу понимают; оно также вводит истинную проблему, которая, по его мнению, заключается в следующем вопросе: «Действительно ли мы хотим спасти Эускару и готовы ли мы предоставить себе средства для этого?» Он считает необходимым ответить на этот вопрос, который касается «всех будущих жителей всей территории страны Басков» [5, с. 215]. В северной стране Басков, в самом сердце баскистского мира, этот тип отношений с Эускарой возник относительно недавно, поскольку аберцализм долгое время оставался верным аргументу о праве на различие. Требование совместной официализации Эускара является частью более широкого дискурса утверждения равенства.

В некотором смысле утверждение права на различие означает следование интерпретации мира, вытекающей из построения французского республиканского национального государства, которое установило иерархию между национальной темпоральной культурой и региональной атемпоральной культурой. Чтобы превратить «различие» в право, повторяется оппозиция — производная от оппозиции между государственным и частным — между так называемой «политической» и «этнической» сферами [7, с. 407]. И наоборот, в случае притязания на равенство легитимность нормы, исторически вытекающей из властных отношений между нацией и регионом, ставится под сомнение. Претензия на равенство направлена на справед-

ливый институциональный режим двух местных языков. Это равенство зависит от того, войдет ли Эускара в общественную сферу. Таким образом, что касается языка, то право на равенство соответствует праву и обязанности каждого обучаться чтению и письму на родном языке или на историческом языке страны Басков.

Наконец, требуя институционализированной двуязычной модели, баскское культурное движение пытается актуализировать идею «территориальной идентичности», или, другими словами, пытается республиканизировать баскский язык, восстанавливая символическое значение эускальдуны референт как социокультурная норма [8, с. 71]. С этой территориальной логикой баскисты принимают логику, которая далека от любого коммунитаризма. Семантическое преимущество этой позиции основано на том факте, что Эускара является и объективной данностью, и источником субъективности; она избегает идеи атемпоральности, даже если она находится у источника ее развития. Фактически, с одной стороны, она поддерживает связь между современным баскским активизмом и местной космологической традицией, а с другой — структурирует необходимые условия для того, чтобы баскская культура отделилась от мифа о непроницаемости Баскская этническая принадлежность.

Самоидентификация французских басков и испанских басков во многом различается, отражая различные исторические, культурные и политические контексты, в которых они развивались. Во Франции баскская идентичность часто связана с чувством региональной гордости и прочной связью с баскским языком, культурой и историей. У французских басков есть свои уникальные традиции, музыка, танцы и кухня, и многие из них яростно гордятся своим баскским наследием. Культурная самобытность басков также тесно связана со Страной Басков, регионом, охватывающим Францию и Испанию.

Напротив, в Испании баскская идентичность часто связана с чувством политической независимости и стремлением

к большей автономии от центрального правительства в Мадриде. Испанские баски имеют сильные традиции политической активности, и многие считают себя отдельной и отличной нацией со своей собственной уникальной историей, культурой и языком. Стоит отметить, что эти различия не являются абсолютными и что внутри баскских общин во Франции и Испании существует много совпадений и различий. Тем не менее самоидентификация французских и испанских басков отражает различные исторические, культурные и политические контексты, в которых они развивались.

Кроме того, различные политические и исторические контексты во Франции и Испании также повлияли на статус баскского языка в каждой стране. Во Франции баскский признан региональным языком и находится под защитой французского правительства. Также предпринимаются усилия по продвижению его использования и возрождению языка. В Испании баскский язык имеет более высокий уровень официального признания и используется в школах и государственных учреждениях, хотя за последнее столетие его использование сократилось, и предпринимаются усилия по возрождению языка.

На разницу в самоидентификации между французскими и испанскими басками также могут влиять исторические события, такие как Гражданская война в Испании и диктатура Франко в Испании, а также разделение Страны Басков между Францией и Испанией после Пиренейского договора в 1659. Эти события сформировали политический и культурный ландшафт баскского региона и оказали длительное влияние на баскскую идентичность и самоидентификацию.

В целом самоидентификация французских и испанских басков отражает уникальный исторический, культурный и политический контекст, в котором они развивались. Хотя между двумя сообществами есть сходство и частичное совпадение, различия в самоидентификации отражают уникальный опыт и проблемы, с которыми столкнулось каждое сообщество.

Литература:

1. Маринченко А. В. Геополитика: Учебное пособие для бакалавров / А. В. Маринченко. М.: Инфра, 2016. 429 с.
2. Куралесина Е. Н. Региональные языки в современной Франции (на примере баскского и эльзасского языков) // Новая наука: Теоретический и практический взгляд. 2016. № 117–3. С. 208–213.
3. Осташова Я. В. Французский интеграционный проект как фактор региональной напряженности // Панорама. 2021. № 39. С. 28–35.
4. Владимирова М. П. Россия и Евразийский экономический союз: геополитика, экономика, безопасность. М.: Русайнс, 2018. 153 с.
5. Елацков А. Б. Общая геополитика. Вопросы теории: Монография. М.: Инфра-М, 2019. 251 с.
6. Эпштейн В. А., Меньшиков П. В., Вильчинский А. С. Баскский национализм: основные этапы эволюции и современное состояние // Общество: политика, экономика, право. 2019. № 4(69). С. 23–30.
7. Стариков Н. В. Геополитика: как это делается. СПб.: Питер, 2019. 407 с.
8. Василенко И. А. Геополитика современного мира: Учебник для бакалавров. М.: Юрайт, 2013. 420 с.

СЕЛЬСКОЕ ХОЗЯЙСТВО

Химические средства защиты озимой пшеницы от возбудителя бурой ржавчины

Соколов Иван Антонович, студент магистратуры

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Российский государственный аграрный университет-МСХА имени К. А. Тимирязева»

Агапова Валерия Денисовна, аспирант, младший научный сотрудник

Федеральное государственное бюджетное научное учреждение «Федеральный научный центр биологической защиты растений»

*Бурая ржавчина (*Puccinia triticina*) является одним из вредоносных заболеваний пшеницы во всем мире. Гриб располагается хаотично в виде пустул (уредины) на листьях и влагалищах растений. При эпифитотийном развитии болезни потери урожая могут достигать 20%. Одним из важных элементов фитосанитарной стабилизации агроценоза является научное обоснованное применения химических фунгицидов. Проведена оценка биологической эффективности двух фунгицидов против возбудителя бурой ржавчины пшеницы. Исследования проводили на опытных полях ФГБНУ ФНЦБЗР на умеренно восприимчивом к патогену сорте Гром. Препараты испытывали однократно в фазу выхода в трубку. Фунгициды Прозаро, КЭ и Абакус Ультра, СЭ показали высокую биологическую эффективность — 96,6% и 95,2% соответственно. Масса 1000 зерен и урожайность с 1 га показали прибавку в варианте с Прозаро, КЭ — 2,8 г (8,8%) и 7,2 ц/га (14,0%) соответственно; в варианте с Абакус Ультра, СЭ — 2,6 г (8,2%) и 7,0 ц/га (13,6%) соответственно.*

Ключевые слова: бурая ржавчина, пшеница, фунгицид, эффективность.

В настоящее время сельское хозяйство ежегодно увеличивает темпы возделывания земель и наращивает объёмы производства. Объяснить причины данного процесса можно резким повышением потребности в продовольствии для быстрорастущего населения планеты и стремительным развитием технологий и науки. Мировой демографический «взрыв» привёл к тому, что с начала 20 века численность населения выросла с 1,6 миллиарда в 1900 году до 8 миллиардов в 2022 [1]. В связи с чем вопрос о повышении показателей производства сельскохозяйственной отрасли является приоритетным и жизненно необходимым для всех жителей планеты.

В мировом земледелии зерновые культуры занимают в сравнении с другими культурами наибольшую площадь — около 55% всей пашни. Значение зерновых культур огромно и разнообразно в продовольственном, кормовом и агротехническом отношении [2]. Среди озимых хлебов особое место занимает озимая пшеница, зерно которой находит широкое применение благодаря своим высоким качествам.

Защита растений является одним из основополагающих направлений в сельском хозяйстве, позволяющем получить высокие и стабильные урожаи. При благоприятных условиях развития патогена эпифитотии не являются редкостью и могут привести к потерям более половины объёма урожая, что может катастрофически сказаться на продовольственной безопасности целых стран и привести к голоду. К примеру, в 1999, 2013 и 2014 гг. вспышки эпифитотии стеблевой ржав-

чины были в горной местности Эфиопии, в 2008 г. в Кении на необработанных фунгицидами полях отмечалось снижение урожая пшеницы до 60–70% [3]. Говоря о территории Российской Федерации, можно вспомнить сильное развитие бурой ржавчины в Западной Сибири, в период 2005–2012 гг. высокое её развитие происходило в 2005 и 2007 гг., умеренное — 2008, 2010 и 2011 гг., слабое — 2006, 2009 и 2012 гг. [4]. В годы эпифитотийного развития этой болезни урожайность снижается до 30%, по Омской области потери составляли около 660 млн по региону 1 500 млн тонн [5]. На вредоносность бурой ржавчины влияет степень проявления и сроки: при поражённости листьев яровой пшеницы в начале формирования молочной спелости зерна на 10–25% потери не превышают 4,5%, в период колошения на 50–75% достигают 18,5–27,9%, в начале трубкования — 36,0–47,2% [6].

Таким образом, на данный момент конкурентно противостоять вредным организмам, которые способны наносить колоссальный ущерб и привести к катастрофе, можно исключительно благодаря комплексной защите, в том числе пестицидам. Но недостаточно простого, бездумного применения препаратов. Это приведёт к более тяжёлым последствиям. Поэтому на примере возбудителя бурой ржавчины озимой пшеницы в данной статье представлена информация о фунгицидах и их особенностях с целью научно-обоснованного применения, а также снижения токсической нагрузки на пахотные земли и сельскохозяйственную продукцию.

Обзор химических препаратов против возбудителя бурой ржавчины

Первоочередно необходимо понимать и знать биологию самого возбудителя бурой ржавчины для эффективной защиты культуры. Им является гриб *Puccinia triticina* из отдела Базидиомикота [7]. У данного возбудителя есть две формы: Сибирская, образует эцидиальное спороношение на лещице (*Isopyrum*

fumarioides) и Европейская, образует эцидиальное спороношение на василистнике малом и жёлтом (*Tralictum minus* L. и *T. flavum*) [8]. Бурая ржавчина в большинстве развивается по неполному циклу в европейской части России, потому что урединиогрибницы перезимовывают на всходах озимых. Среди симптомов заболевания можно выделить сначала бурые хаотично расположенные пустулы (уредины) на листьях (верхняя, иногда нижняя сторона) и влагилицах растений (рис. 1) [9].



Рис. 1. Лист озимой пшеницы, пораженный бурой ржавчиной (ориг.)

По ходу развития болезни они становятся чёрными с гляцевым оттенком (тели). Внешний вид урединиопустул на поверхности листа по форме овальные или круглые. Иногда вокруг урединий образуются некротические и хлоротичные зоны. Перезаражение происходит с помощью урединиоспор ветром, а источником инфекции являются всходы падалицы, злаковые сорняки и промежуточные хозяева. Инкубационный период составляет 5–18 дней. Оптимальной температурой для заражения считаются 15–25 °С и капельножидкая влага.

Понимание основных особенностей заболевания и биологии возбудителя помогает при подборе фунгицидов, а также сроках их применения.

На данный момент система интегрированной защиты растений зерновых культур против болезней грибной этиологии, такой как бурая ржавчина пшеницы, включает в себя севооборот, пространственную изоляцию озимых зерновых от яровых, уничтожение растений-хозяев в радиусе 500 метров, своевременную уборку, лущение стерни, посев в оптимальные сроки, использование устойчивых сортов и обязательным элементом является обработка посевов фунгицидами [3]. В настоящее время препараты обладают довольно широким спектром действия и на рынке представлен целый ряд химических групп, успешно применяемых в производстве. Среди основных химических классов являются триазолы, стробилурины и оксалины.

Триазолы — самая большая группа системных фунгицидов, ингибиторов синтеза стерина. К этому классу, эффективно подавляющий развитие бурой ржавчины пшеницы

можно отнести флутриафол, эпоксиконазол, пенконазол, пропиконазол, тетраконазол, триадимефон и тритикиназол [3]. Препараты, относящиеся к группе триазолов используют в основном для протравливания семян перед посевом или на ранних фазах развития болезни. Триазолы характеризуются наличием защитного куративного эффекта что позволяет использовать их на любой стадии инфекционного процесса [10].

Стробилурины — контактные фунгициды с лечащим действием и частичным системным эффектом (передвигаются в пределах листа). Препараты этой группы наиболее эффективны при применении в ранние сроки стадии развития инфекции, так как подавляют прорастание спор и конидий, первоначальный рост мицелия и предупреждают спорообразование [3]. Наиболее активные аналоги стробилурина представлены метоксиакрилатами (азоксистробин) и метоксииминоацетами (кредоксим-метил и трифлуксистробин).

Одни из сильных сторон фунгицидов группы стробулиринов является длительный защитный эффект (до шести недель) и успешное подавление развитие популяций грибов, устойчивых к фениламидам, бензимидазолам и ингибиторов синтеза стерина. К сожалению, широкое применение веществ данной группы приводит к очень быстрому накоплению в популяции устойчивых к стробилуринам генотипов. С целью предотвращения появления приобретённой резистентности разрешается проводить только до двух обработок (в отдельных случаях — три) в течение одного сезона с интервалом 14–16 дней и применять следует с препаратами только в системе че-

редования фунгицидов с отличным от стробилуринов механизмом действия.

Оксатиины повышают полевую всхожесть семян и обеспечивают увеличение продуктивного стеблестоя, в то время как триазолы в отдельных случаях снижают полевую всхожесть семян [11].

Рассмотрев ключевые химические классы пестицидов, применяемые от возбудителя *Puccinia triticina* и задачи, которые

они выполняют, стоит ознакомиться с рядом фунгицидов от бурой ржавчины пшеницы, доступных на рынке (табл. 1).

Цель нашего исследования — оценка эффективности применения химического метода защиты растений против бурой ржавчины пшеницы. Для выполнения данной задачи были выбраны два химических фунгицида Абакус Ультра, СЭ (д.в. пираклостробин + эпоксиконазол) и Прозаро, КЭ (д.в. протиоконазол + тебуконазол).

Таблица 1. Ассортимент фунгицидов для защиты от возбудителя бурой ржавчины пшеницы (Каталог пестицидов, 2022)

Название препарата	Действующие вещество	Норма расхода препарата, л/га	Дата окончания срока регистрации
Балий, КМЭ	Пропиконазол, 180 г/л + азоксистробин, 120 г/л	0,6–0,8	30.03.2030
Колосаль, КЭ	Тебуконазол, 250 г/л	0,5	12.03.2030
Колосаль Про, КМЭ	Пропиконазол, 300 г/л + тебуконазол, 200 г/л	0,3–0,4	10.02.2031
Ракурс, СК	Эпиксиноназол, 240 г/л + ципроконазол, 160 г/л	0,2–0,3 (опрыскивание в фазу конец кущения — начало выхода в трубку) 0,3–0,4 (опрыскивание в фазы появление флагового листа — начало колошения)	12.03.2030
Спирит, СК	Азоксистробин, 240 г/л + эпоксиноназол, 160 г/л	0,5–0,6	20.04.2024
Талант, СК	Хлороталонил, 500 г/л	2,5	18.04.2027
Азорро, КС	Карбенлазим, 300 г/л + азоксистробин, 100 г/л	0,8–1,0	08.04.2028
Титул 390, ККР	Пропиконазол, 390 г/л	0,26	09.04.2028
Титул ДУО, ККР	Пропиконазол, 200 г/л + тебуконазол, 200 г/л	0,25	10.12.2029
Триада, ККР	Пропиконазол, 140 г/л + тебуконазол, 140 г/л + эпоксиноназол, 72 л/г	0,5–0,6	30.03.2024
Авиаль, КЭ	Тебуконазол, 125 г/л + триадимефон, 100 г/л	0,8–1	28.03.2032
Амистар Экстра, СК	Азоксистробин, 200 г/л + ципроконазол, 80 г/л	0,5–1	28.01.2029
Цимус Прогресс, КЭ	Пропиконазол, 250 г/л + ципроконазол, 80 г/л	0,4–0,5	15.11.2031

Материалы и методы исследования

Полевые эксперименты проводили на базе Федерального государственного бюджетного научного учреждения «Федерального научного центра биологической защиты растений» (ФГБНУ ФНЦБЗР), г. Краснодар в вегетационный сезон 2020–2021 годов. Климатические условия были благоприятными, как для развития культуры, так и возбудителя.

Исследование проводили на искусственном инфекционном фоне бурой ржавчины пшеницы на умеренно восприимчивом сорте Гром [12]. Опытные делянки располагались рандомизированным образом в 4-х кратной повторности, площадью 10 м². Закладка опыта, учеты, определение эффективности фунги-

цидов проводили согласно Методическим указаниям по регистрационным испытаниям фунгицидов в сельском хозяйстве [13].

С целью оценки эффективности и рациональности применения средств защиты растений против возбудителя *Puccinia triticina* на озимой пшенице были взяты два химических фунгицида: Абакус Ультра, СЭ (62,5 г/л пираклостробина + 62,5 г/л эпоксиконазола) и Прозаро, КЭ (125 г/л протиоконазола + 125 г/л тебуконазола). Препараты относятся к двум основным химическим классам — стробилурины и триазолы. Для проведения оценки химических фунгицидов была изучена их биологическая и хозяйственная эффективность в сравнении с контролем (без обработки). Учеты болезни проводили через

7 дней после обработки, затем вели мониторинг каждые 10–14 дней. Для фиксирования степени поражения использовали шкалу СИММУТ [6].

В фазу выхода в трубку была проведена однократная обработка опытных участков препаратами Абакус Ультра, СЭ и Прозаро, КЭ.

Для расчёта биологической эффективности фунгицидов использовали формулу Аббота ($E = (A-B) / A \cdot 100$) [3]. Статистическую обработку данных проводили по Б. А. Доспехову [14].

Результаты исследования

В ходе проведения научно-исследовательского опыта были получены результаты биологической эффективности двух химических фунгицидов в сравнении с участком без обработки. Для Абакус Ультра, СЭ при норме применения 1,5 л/га и Прозаро, КЭ при норме применения 0,8 л/га против бурой ржавчины пшеницы, на дату последнего учета биологическая эффективность составила 95,2% и 96,6% соответственно при значительном развитии болезни в контроле (без обработки) 20,8% (табл. 2). Полученные результаты свидетельствуют о высокой их эффективности в подавлении возбудителя *Puccinia triticina*.

Обоснованием целесообразности применения фунгицидов является анализ структуры урожая (табл. 3). Такие параметры, как масса 1000 зерен и урожайность с 1 га показали прибавку в варианте с Абакус Ультра, СЭ при норме применения 1,5 л/га — 2,6 г (8,2%) и 7,0 ц/га (13,6%) соответственно; в варианте с Про-

заро, КЭ при норме применения 0,8 л/га — 2,8 г (8,8%) и 7,2 ц/га (14,0%) соответственно. Статистически достоверной разницы по показателям структуры урожая между вариантами с фунгицидами не выявлено. Тем самым, развитие болезни не достигает экономических порогов вредоносности, урожайность культуры повышается. Это является основным показателем эффективности применения данных фунгицидов как для производителя, так и потребителя, который не испытывает дефицит и повышения цены, благодаря достаточному количеству предложений на рынке (табл. 3).

Обязательным при использовании химических средств защиты растений является контроль резистентности возбудителя. В связи с чем необходимо обоснованно выбирать препараты, учитывая действующее вещество, механизм действия и т.д.

Таким образом, на данный момент химические средства являются неотъемлемой частью защиты растений, сохраняющие и увеличивающие урожайность, а также в глобальном плане предотвращающие резкое развитие какой-либо болезни, способной привести к значительным потерям урожая. Поэтому, осознавая важность и ответственность за принятие решения об обработках и возможных способах борьбы с вредными организмами, требуется научно обоснованно подходить к подбору пестицида, начиная со своевременного анализа обстановки на полях и выбора препаратов, до методов и условий их применения, чтобы в конечном итоге было возможным добиться поставленных целей по получению качественной, безопасной сельскохозяйственной продукции.

Таблица 2. Биологическая эффективность препаратов Прозаро, КЭ и Абакус Ультра, СЭ против бурой ржавчины на пшенице озимой (сорт Гром), опытное поле ФГБНУ ФНЦБЗР, г. Краснодар, 2021 г.

Вариант опыта	Норма применения препарата, л/га, кратность	Развитие, %	Б.Э. *, %
Прозаро, КЭ (125+125, г/л)	0,8 1-кратно	0,7	96,6
Абакус Ультра, СЭ (62,5+62,5 г/л)	1,5 1-кратно	1,0	95,2
Контроль (без обработки)	-	20,8	-
*Б.Э. — биологическая эффективность, %			

Таблица 3. Хозяйственная эффективность препаратов Прозаро, КЭ и Абакус Ультра, СЭ против бурой ржавчины на пшенице озимой (сорт Гром), опытное поле ФГБНУ ФНЦБЗР, г. Краснодар, 2021 г.

Вариант опыта	Норма применения препарата, л/га, кратность	Масса 1000 зёрен, г	Урожайность	
			ц/га	% к контролю
Прозаро, КЭ (125+125 г/л)	0,8 1-кратно	34,5	58,5	114,0
Абакус Ультра, СЭ (62,5+62,5 г/л)	1,5 1-кратно	34,5	58,3	113,6
Контроль (без обработки)	-	31,7	51,3	100
НСР ₀₅	-	1,9	4,7	-

Литература:

1. Примерная расчётная численность населения мира в текущий момент.— Текст: электронный // Worldometers — real time world statistics: [сайт].— URL: <https://www.worldometers.info/world-population/>. (дата обращения: 02.02.2023).
2. Вьюшков, А. А. Пшенице высокое качество / А. А. Вьюшков, С. Н. Шевченко // Земледелие, 2000.— № 4.— С. 17.
3. Попов с. Я., Дорожкина Л. А., Калинин В. А. Основы химической защиты растений // М.: Арт-лион.— 2003.— Т. 280.— С. 3.
4. Актуальные направления развития аграрной науки: Сборник научных статей, посвященный 50-летию селекционного центра ФГБНУ «Омский АНЦ / — Омск: изд-во ИП Макшеевой Е. А., 2020.— 548 с ил.
5. Зыкин В. А., Шаманин В. П., Белан И. А. Экология пшеницы.— 2000. С. 15–18.
6. Койшыбаев М. Болезни пшеницы // Анкара: ФАО.— 2018.— 394 с.
7. Белошапкина О. О., Гриценко В. В., Митюшев И. М., Чебаненко С. И. Защита растений: фитопатология и энтомология: Учебник. Ростов-на-Дону: Феникс, 2017.— 477 с.
8. Шкалик В. А. Защита растений от болезней / В. А. Шкалик, О. О. Белошапкина, Д. Д. Букреев и др.; Под ред. В. А. Шкалика.— 2-е изд., испр. и доп.— Москва: КолосС, 2013.— 255 с.
9. Дьяков, Ю. Т. Общая фитопатология: учебное пособие для вузов / Ю. Т. Дьяков, С. Н. Еланский.— Москва: Издательство Юрайт, 2020.— 238 с.
10. Волкова Г. В., Кремнева О. Ю., Попов И. Б. Эффективность химических фунгицидов против возбудителя желтой пятнистости листьев пшеницы // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета.— 2015.— № 112.— С. 154–163.
11. Гришечкина Л. Д., Ишкова Т. И., Кунгурцева О. В. Фунгицид для защиты озимой пшеницы от комплекса инфекций // Защита и карантин растений.— 2013.— № 6.— С. 46–49.
12. Анпилогова Л. К., Волкова Г. В. Методы создания искусственных инфекционных фонов и оценки сортообразцов пшеницы на устойчивость к вредоносным болезням (фузариозу колоса, ржавчинам, мучнистой росе) ВНИИБЗР. Краснодар.— 2000.— 28 с.
13. Долженко В. И. Методическим указаниям по регистрационным испытаниям фунгицидов в сельском хозяйстве / Санкт-Петербург.— 2009.— 375 с.
14. Доспехов Б. А. Методика полевого опыта (с основами статистической обработки результатов исследований).— 5-е изд., доп. и перераб.— М.: Агропромиздат, 1985.— 351 с.

ФИЛОСОФИЯ

Взгляд Эриха Фромма на проблему современного человеческого существования

Тиунова Ксения Борисовна, студент

Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» (г. Москва)

В статье автор пытается определить основные взгляды философа Э. Фромма на проблему существования современного человека.

Ключевые слова: современное общество, человеческое существование, обладание, Эрих Фромм, Франкфуртская школа.

Немецкий социолог, психоаналитик, философ, один из ярчайших представителей Франкфуртской школы, основатель неотрейдиизма и фрейдомарксизма Э. Фромм оказал колоссальное влияние на современную философскую мысль. В его работах было рассмотрено множество проблем общества XX века, с учетом становления европейской цивилизации и религиозной мысли (особенно Реформации), а также научными революциями промышленной эры. Его идеи оказали значительное влияние на множество проблем современного общества, как и многих философов Франкфуртской школы. Из этих проблем можно выделить: влияние политики на человеческое общество, угроза новых разрушительных войн в XX–XXI вв., альтернативы развития цивилизации, влияние идеологий на отчужденность человека, свобода и ответственность в современном обществе, глобальные вызовы человечества в современную эпоху.

Исходя из данного ряда проблем, автором была предпринята попытка рассмотреть философию Фромма и её актуальность, параллельно используя исследования других выдающихся деятелей. Стоит также отметить, что во многих работах Фромма созвучны с исследованиями многих других авторов, таких как М. Фуко, Г. Дебор, А. Швейцер, К. Юнг, З. Фрейд, К. Маркс, Ж. Леви-Стросс, М. Лютер, Ж. Бодрийяр, Г. Маркузе, Т. Адорно и т.д.

Сами работы Фромма оказали одно из колоссальных влияний на всю историю научной мысли XX века. Прежде всего стоит отметить его отношение к исследованиям Фрейда. Во-первых, в своих работах Фромм не противопоставлял биологические и культурные факторы личности. Во-вторых, он рассматривал человека не как закрытую систему, а как открытую систему, которая очень сильно взаимосвязана с окружающим миром, в его работах доминировала именно идея социальной психологии. В-третьих, Фромм и его последователи считали, что человеческие поступки не всегда зависят от корыстных побуждений, а могут вполне быть связаны с идеалами человека. В-четвертых, мнения Фрейда и Фромма расходятся в понимании нужды и изобилия, если у первого нужда

была двигателем действий человека, то у второго имели место быть действия, которые во многом связаны с изобилием [1, с. 280].

Можно сказать, что Фромм, в отличие от многих предшественников, не сводил сущность человека только к биологии, он пытался проследить его эволюции в целостности, узнать причины тотальных изменений человека в XX веке. Важна также и мысль Фромма о позитивной и негативной свободе, оказавшая важнейшее значение на изучение современного общества. Наследие самого ученого оказало доминирующее влияние на саму философскую мысль, а его идеи до сих пор актуальны как никогда. В данном исследовании автор подробно остановится на проблеме человеческого бытия в ключевых работах Э. Фромма.

Ещё одна важная проблема в философии Фромма заключается в анализе сущности человеческого существования, прежде всего этот вопрос рассматривался в работе «Иметь или быть». Основной проблемой данной работы является выявление двух форм человеческого существования в конусе «быть» или «иметь». Отрицательной формой человеческого существования является трактовка обладания. Эта форма наиболее популярна в современную эпоху, люди стремятся к обретению материальных благ, они готовы потреблять, а сам человек — это прежде всего набор его материально-имущественных благ. Самой главной основой обладания является общество потребления, которое ярко описывается в работе Ж. Бодрийяра «Общество потребления». Человек в современном обществе стремится к постоянному изобилию, потребление доводится до степени Абсолюта, а крупные торговые центры становятся олицетворением современного общества [2, с. 4–19]. Также такие идеи можно отметить и в работе Г. Маркузе «Одномерный человек», потребности в данном случае разделяются на истинные и ложные. Ложные потребности навязываются человеку извне, они приносят ему краткосрочное удовлетворение, но создают и дополнительную зависимость от тягостного труда, нищеты и несправедливости. По сути, такие потребности только скрывают человека, но не дают ему возможности распознавать

«недуг целого и находить пути к его извлечению». Определение же истинных потребностей целиком зависит от автономного, независимого индивида, который может решить, что ему действительно необходимо [3, с. 6–10]. Истинные потребности, напротив, прежде всего соотносятся с модусом бытия, ложные — с модусом обладания.

Сам же модус обладания связан прежде всего с частной собственностью — человек постоянно стремится к получению новых вещей. В буддизме такую форму поведения называли «ненасытностью», в иудаизме и христианстве — «алчностью». В итоге само понятие обладание кардинально меняется — человек становится зависим от мира вещей и даже любовь (как и другие чувства) человек подменяет обладанием. Сам человек постепенно создает себе рамки, у него становится меньше возможностей для самореализации.

Положительной стороной человеческого существования, по мнению Фромма, является установка «быть», т.е. жить без внешнего воздействия материального мира, не зависеть от окружающих вещей.

Сам Фромм так описывает модус бытия:

«Модус бытия имеет в качестве своих предпосылок независимость, свободу и наличие критического разума. Его основная характерная черта — это активность не в смысле внешней активности, занятости, а в смысле внутренней активности, продуктивного использования своих человеческих потенций. Быть активным — значит дать проявиться своим способностям, таланту, всему богатству человеческих дарований, которыми — хотя и в разной степени — наделен каждый человек. Это значит обновляться, расти, изливаться, любить, вырваться из стен своего изолированного «я», испытывать глубокий интерес, страстно стремиться к чему-либо, отдавать» [4, с. 136].

Исходя из этого, мы уже можем проследить важнейшее отличие бытия от обладания — человек не зависит от вещей, он

готов отдать, он свободен в позитивном смысле этого слова, и он активно самореализует свою личность.

Сам Фромм очень ярко описывал идею о противоестественности модуса бытия и обладания. Например, он обращался к ветхозаветным текстам, а именно к главе «Исход», ярким выражением модуса обладания выступает в данном сюжете именно сцена, связанная с поклонением перед золотым тельцом скитающимися евреями, Моисей же, напротив, предлагал им отказаться от неутомимого влечения к обладанию. Жизнь в пустыне, без имущества и собственности приводит только к тому, что евреи из рабов превращаются в господ и кардинально не изменяют мироустройство. Но справедливости ради, стоит отметить, что именно из их среды выходят новые лидеры, которые выступали против уз собственности и высвобождению — «они были бескомпромиссны и предсказывали, что народ снова будет изгнан и утратит землю, если будет тянуться к ее материнскому лону в кровосмесительном желании обладания» [4, с. 81–84].

Исключая множество подробностей в изучении данного интересного феномена, стоит отметить, что обладание как таковое характерно было не только для западного общества, ярким выражением которого становится «душа Фауста», а в принципе для народов разных культур, различие состоит в устойчивости людей к миру вещей.

Итогом изучение проблемы «обладания» и «бытия» Фромма становится выдвижение тезисов, которые напрямую связаны с появлением человека нового типа. Постепенно общество должно отказаться от обладания, человек должен «быть», а не иметь. Нужно также исключить идолопоклонство, проявлять любовь и уважение к жизни, освободиться от нарциссизма, всесторонне развивать свою личность, воображение, стремиться не обманывать других, учиться понимать свободу не как произвол, а как возможность быть самим собой.

Литература:

1. Фромм Э. Бегство от свободы / Эрих Фромм; [пер. с англ. А. В. Александровой].— Москва: Издательство АСТ, 2020.
2. Бодрийяр Ж. Общество потребления. Его мифы и структуры / Пер. с фр., послесл. и примеч. Е. А. Самарской.— М.: Республика: Культурная революция, 2006.
3. Маркузе Г. Одномерный человек.— М.: «REFL-book», 1994.
4. Фромм Э. Иметь или быть? / Эрих Фромм; [пер. с нем. Э. Телятниковой].— Москва: Издательство АСТ, 2020.

ТЕОЛОГИЯ

Исламское образование в Индонезии после обретения независимости

Насырьянов Альберт Баязитович, студент магистратуры
Казанский (Приволжский) федеральный университет

Динамика развития исламского образования в Индонезии отличается в определенные периоды, начиная от истоков его становления, голландского и японского колониального периода, и, наконец, периода после обретения независимости. Данное исследование посвящено исламскому образованию в Индонезии после обретения независимости в 1945 г.

Ключевые слова: Индонезия, ислам, исламское образование.

Развитие религиозного образования после обретения Индонезией независимости правительство формально поручило Министерству религии и Министерству образования и культуры. Из этого мы видим, что официально в Индонезии существует дуализм в управлении образованием. С другой стороны, развитие исламского образования тесно связано с ролью Министерства религии, которое было официально создано 3 января 1946 г. Утверждается, что одной из задач Министерства религии являлось проведение религиозных уроков в государственных и частных школах, предоставление общих знаний в медресе, проведение религиозного педагогического образования и государственного исламского судейского образования. Р. Шах полагает, что на этом этапе медресе еще не рассматривались как часть национальной системы образования, а были учебными заведениями, подчиненными министру религии [1, с. 6].

В 1967 г. правительство открыло возможности для национализации медресе на всех уровнях. Однако это положение действовало только в течение трех лет из-за ограниченности средств и возможностей. Таким образом, указ министра религии № 213 1970 г. больше не существует. Политика национализации была восстановлена в 2000 г.

В 1975 г. в медресе произошли значительные изменения, а именно был издан так называемый «Совместный указ трех министров». Тремя министрами являются министр религии, министр образования и культуры и министр внутренних дел. На этом этапе в медресе произошла смена ориентации от учреждений, сосредоточенных на религиозных науках, к учреждениям, сосредоточенным на общих знаниях. Ограничением «Указа трех министров» являлось то, что религиозные предметы должны были составлять не менее 30% в дополнение к общим предметам.

По словам представителей Министерства религии, этот указ появился на фоне того, что каждый гражданин Индонезии имеет право на равные возможности получить работу

и достойную жизнь. И еще одна вещь, которая укрепляет позиции медресе в «Указе» — это то, что сертификат медресе имеет ту же ценность, что и диплом государственной школы, выпускники медресе могут продолжить обучение в государственных школах на уровень выше, студенты медресе могут перейти в государственные школы того же уровня. Развитие религиозных предметов осуществляется министром религии, а руководство и надзор за общеобразовательными предметами в медресе осуществляется министром культурного образования совместно с министром религии и министром внутренних дел. «Указом трех министров» медресе были признаны правительством как часть национальной системы образования, причем наравне с другими государственными школами.

С принятием Закона № 22 от 1999 г. и закона № 32 от 2004 г. управление образованием и культурой передано регионам, что является хорошей новостью для развития общего образования, поскольку вопросы образования в регионах будут в большей степени контролироваться региональным правительством. Однако это не относится к медресе, находящимся в ведении Министерства религии, поскольку все дела, связанные с медресе, по-прежнему находятся в руках этого министерства.

Положение медресе с принятием Закона № 22 от 1999 г. о региональном правительстве становится менее выгодным и превращается в дилемму, так как, будучи образовательным учреждением, оно должно иметь возможность быть автономным в соответствии с законом. Однако, в отличие от медресе, эти учебные заведения не являются автономными и не встречают теплого приема со стороны местных органов власти. Исходя из этого, министр религии издал письмо № МА/402/2000 от 21 ноября 2000 г., в котором говорится, что полномочия по управлению религиозным образованием в государственных школах и медресе передаются районным/городским властям, что включает в себя оперативные аспекты реализации, разра-

ботку учебных программ, предоставление педагогического персонала, предоставление помещений и инфраструктуры, а также выделение бюджета. Между тем, другие органы власти в области образования, упомянутые в Постановлениях Правительства, а также органы власти провинций и/или регентств/городов как автономных регионов, если они связаны с религией и религиозным образованием, по-прежнему находятся в ведении центрального правительства.

Исламское образование на этом этапе начинает находить для себя возможности благодаря политике правительства через Закон о национальной системе образования № 2 от 2003 г. Если рассматривать положение медресе и исламских школ-интернатов как подсистемы национального образования, как подчеркивается в Законе № 2 от 2003 г., то ясно видно, что они играют важную роль в реализации целей национального образования, а именно «в создании индонезийского народа, имеющего веру и благочестие перед Всемогущим Богом, добродетельного, честного, квалифицированного и ответственного». Этого можно добиться благодаря тому, что в медресе и исламских школах-интернатах обязательными предметами являются такие дисциплины, как Коран, хадисы, моральное вероучение, фикх, история исламской культуры. Эти предметы являются ключом к воспитанию характера учащихся. Форма государственного признания исламских учебных заведений указана в статье 17 параграф 2, а именно: базовое образование в форме начальных школ и медресе Ибтидайя или других эквивалентных форм, а также младших средних школ и медресе Цанавийя или других эквивалентных форм. Кроме того, в пункте 3 статьи 18 говорится, что среднее образование осуществляется в форме старшей средней школы, медресе Алия. Это одна из статей, которые подтверждают положение исламского образования в национальной системе образования [2, с. 180].

Более того, исламское образование в Индонезии прогрессирует. В Индонезии появляется все больше исламских учебных заведений с отличным оснащением и качеством. Благодаря увеличению численности индонезийского мусульманского среднего класса за последние три десятилетия, все больше и больше исламских благотворительных фондов используются для развития исламского образования. Этот прогресс произошел только в пезантренах (исламских школах-интернатах) [3, с. 58].

В своем развитии метод обучения в пезантренах превратился в классический, с большим количеством лекций от учителя. В наше время в обучении также используются информационные технологии, так что учителя больше не являются единственными источниками информации и знаний [4, с. 3]. Изменения или развитие методов обучения, которые предполагают более широкий доступ к информации и знаниям, имеют определенные последствия. Теперь ученики могут также получить много знаний из «цифрового мира». Но, конечно, роль учителя остается очень важной как пример личности. Изменение научного содержания пезантренов — одно из самых значительных событий, произошедших с начала 1970-х гг. [5, с. 115].

Обновление в институтах пезантрен сегодня происходит очень быстро. Пезантрен — это альтернативное учебное заве-

дение, не только воспитывающее умственный, духовный и благородный характер, но и дающее современные знания и навыки, которые позволяют выпускникам быть принятыми в ведущие исламские университеты, как в стране, так и за рубежом. Пезантрены распространены не только в сельской местности, но и в городах. В настоящее время выпускники пезантренов ориентированы на представителей высшего среднего класса, которые живут в городах [6, с. 44].

Абуддин Ната говорит, что в настоящее время существует восемь видов пезантренов, а именно:

- 1) салафийская исламская школа-интернат, в которой преподаются только исламские религиозные знания;
- 2) салафийская исламская школа-интернат, оснащенная медресе Диния;
- 3) исламские школы-интернаты, оснащенные медресе государственных школ с исламскими характеристиками;
- 4) исламские школы-интернаты, оснащенные государственными школами;
- 5) исламские школы-интернаты, оснащенные исламскими религиозными колледжами;
- 6) исламские школы-интернаты, оснащенные общими университетами;
- 7) исламская школа-интернат Махад Али, как в высших учебных заведениях; и
- 8) виртуальные исламские школы-интернаты [7, с. 97].

Очень ярким событием сегодня является то, что З. Лубис называет термином «сантринизация» индонезийского мусульманского общества с появлением элитных мусульманских школ. [8, с. 120] Это не лишено оснований, поскольку школу можно назвать элитной с академической точки зрения; только лучшие ученики могут быть приняты в школу через конкурсный вступительный экзамен. Учителя, соответствующие требованиям, принимаются на преподавание в школу, имеют гораздо лучшее и полное оснащение и инфраструктуру, как библиотеки, лаборатории, мастерские, мечети, спортивные сооружения, так и мультимедийные залы [9, с. 490].

Наиболее конкурентоспособными элитными исламскими школами являются Insan Cendekia в Серпонге, Южном Тангеранге, Бантене, и Горонтало. Средняя школа Insan Cendekia была основана группой мусульманских ученых и интеллектуалов, известной как Агентство по оценке, развитию и применению технологий, которое когда-то возглавлял Би Джей Хабиби. Неудивительно, что среди мусульман школа Insan Cendekia известна как «школа Хабиби».

Следующим интересным моментом является появление интегрированных исламских школ. В последнее время также наблюдается развитие исламских государственных школ (исламская начальная школа, младшая средняя школа и старшая средняя школа), которые пользуются большим спросом у мусульман среднего класса, желающих, чтобы их дети обладали академическими способностями и прочной исламской основой [10, с. 5].

Даже во время пандемии COVID-19, по сравнению с другими школами, исламские школы-интернаты являются самыми лучшими учебными заведениями, которые проводят обучение в автономном режиме, конечно, при соблюдении строгих сани-

тарных протоколов. Перед поступлением в пезантрен все учащиеся проходят тест на COVID-19, а во время учебного процесса в пезантрен не допускаются посторонние [11, с. 32].

Исламское образование в Индонезии переживает постепенную трансформацию. Как медресе, так и исламские школы-интернаты в качестве исламских учебных заведений на

своем пути могут адаптироваться к потребностям общества, идя в ногу со временем. Для повышения качества исламских учебных заведений необходимо совершенствовать все элементы, участвующие в развитии, как в плане управления, так и в плане учебной программы, методов, финансирования, помещений и инфраструктуры и так далее.

Литература:

1. Shah R. Education and social change in post-conflict and post-disaster Aceh, Indonesia / R. Shah, C. M. Lopes // *International Journal of Educational Development*. — 2014. — № 38. — P. 2–12.
2. Wajdi F. Globalization and Transnational Islamic Education: The Role of Turkish Muslim Diaspora in Indonesian Islam / F. Wajdi // *Jurnal Adabiyah*. — 2018. — № 18. — P. 176–186.
3. Alfauzi A. U., Choiriyah S. A character building effort for students in Barokah Nandan Sukoharjo Boarding School through three success programs: Alim faqih, Akhlakul karimah and Mandiri / A. U. Alfauzi, S. Choiriyah // *Journal of Educational Management and Instruction*. — 2021. — № 1. — P. 50–61.
4. Purwati D., Silvia A. Indonesian learners in Australian education environment: perceptions, challenges, and resilience / D. Purwati, A. Silvia // *Journal of Educational Management and Instruction*. — 2021. — № 1. — P. 1–8.
5. Edyar B. Islamic Dynamics in Indonesia / B. Edyar // *Academic Journal of Islamic Studies*. — 2016. — № 2. — P. 109–130.
6. Amrin A. Students' interest in Arabic language learning: the roles of teacher / A. Amrin // *Journal of Educational Management and Instruction*. — 2021. — № 1. — P. 40–49.
7. Abuddin N. H. The Policy of Islamic Education and General Educational in Indonesia / N. H. Abuddin. — Depok: Raja Grafindo Persada, 2021. — 258 p.
8. Lubis Z. H. The Dynamics of Contemporary Islamic Thinking and The Role of Education: Islamic Fundamentalism, Opponents, and Hybrid Thought / Z. H. Lubis // *Al-Tahrir: Jurnal Pemikiran Islam*. — 2021. — № 1. — P. 105–133.
9. Jaschok M., Chan H. M. Education, gender and Islam in China: The place of religious education in challenging and sustaining 'undisputed traditions' among Chinese Muslim women / M. Jaschok, H. M. Chan // *International Journal of Educational Development*. — 2009. — № 5. — P. 487–494.
10. Supriyanto S. Religion and State in the Perspective of Islamic Thought / S. Supriyanto // *Jurnal Dakwah dan Pengembangan Sosial Kemanusiaan*. — 2020. — № 2. — P. 1–13.
11. Wardani A. A., Suharto T. Optimizing the role of informal learning in the perspective of Islamic education during the Covid-19 pandemic / A. A. Wardani, T. Suharto // *International Journal of Educational Development*. — 2021. — № 1. — P. 28–39.

ПРОЧЕЕ

Расширение практики graduate recruitment на международный рынок в современных условиях

Губанова Мария Владимировна, студент магистратуры

Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации (г. Москва)

Кембриджский словарь определяет понятие «graduate recruitment» как работу, план трудоустройства или программу обучения, которые предоставляются компаниями студентам, недавно окончившим колледж или университет [1]. В отдельных источниках отмечается, что указанное понятие распространяется также на тех, кто в скором времени окончит колледж либо университет [2].

В контексте набора выпускников (graduate recruitment) широко известен британский термин «milkround». Концепция «milkround» не менялась в течение достаточно продолжительного времени. Компании отправляют уполномоченных сотрудников в различные образовательные учреждения по всей Великобритании, как правило, такие разезды осуществляются в период с октября по февраль. Представители компаний устраивают презентации, приемы, встречи, сессии, а также ярмарки вакансий.

В ходе milkround студенты могут встретиться с представителями компании, узнать об имеющихся возможностях и узнать о программах обучения. Неформальный характер встреч не исключает возможности, при которой сотрудники могут заметить наиболее понравившихся кандидатов.

Основной целью программ набора выпускников является отбор наиболее перспективных выпускников учебных заведений, например, посредством прямых конкурсных испытаний. В качестве этапов набора выпускников исследователи выделяют отбор студентов выпускных курсов по представленной программе, проведение дополнительного корпоративного обучения, оказание помощи в адаптации, оценивание по результатам комплекса испытаний, принятие решения о приеме на работу [3].

Крупные работодатели ежегодно проводят набор выпускников, это, как правило, отлаженный организованный процесс. Выделяются следующие положительные аспекты набора выпускников. Во-первых, так называемое когнитивное разнообразие, которое заключается в привлечении к работе в команде людей, которые мыслят по-разному (различный ракурс или метод обработки информации). Команда из разносторонних выпускников может привнести новые способы мышления, существенно повысить общую производительность, чаще по-

давать свежие, нестандартные идеи. В одном из исследований McKinsey&Company сделан вывод, что компании с более разнообразной рабочей силой работают лучше в финансовом отношении [4]. Во-вторых, набор выпускников приводит к большей экономии средств (его можно считать выгодным вложением). Исследование, проведенное британским профессиональным объединением ISE показало, что порядка 57% выпускников остаются работать по истечении 5 лет (данный показатель выше на 3-летнем отрезке) [5]. Отдельно стоит отметить, что на оплату труда выпускников, как правило, уходит меньше затрат, при том, что производительность их труда может быть довольно высока в силу стремления себя проявить. В-третьих, привлечение выпускников — это часть стратегического кадрового планирования. Вполне возможно, что тот или иной выпускник в будущем станет лидером компании. Также к моменту ухода того или иного сотрудника ранее нанятый выпускник уже будет обладать всеми необходимыми навыками, что исключит затраты времени и средств на поиск нового сотрудника. Не стоит забывать, что проще научить талантливого выпускника под какие-либо узкие направления деятельности, чем переучивать более взрослого сотрудника со сложившимися способностями. В одном из исследований работодатели указывали на то, что привлечение выпускников создает позитивный бренд для работодателя, который может занести в свой актив «выращивание талантов» [6].

Есть и негативные аспекты привлечения выпускников на работу. Среднестатистический выпускник практически не имеет опыта работы, поэтому его резюме на самом деле мало что может рассказать о его потенциале. Более того, ежегодно выпускается огромное количество студентов, а рекрутеру необходимо выявить среди различных заявок лучшие.

В исследовательской литературе отмечается, что практика отбора выпускников существенно зависит от размера организации, масштабов их усилий по набору выпускников, истории найма (есть ли успешные кейсы привлечения выпускников), должностей, на которые приглашают выпускников.

Практика graduate recruitment, которая давно востребована в передовых странах, получает все большее распространение в России. Интенсификация данной деятельности свя-

зана с пониманием необходимости планировать и видеть перспективу, работать с молодежью, формировать кадровый потенциал. Расширение практики включает в себя разработку программ прохождения практик и стажировок, участие в ярмарках карьеры. Исследователи отмечают, что не все работодатели пришли к пониманию необходимости внедрения рассматриваемой практики, но и среди молодежи есть скепсис в отношении подчас неоплачиваемых, но перспективных стажировок. В результате работодатели теряют потенциальных сотрудников, а выпускники фактически теряют еще не приобретенную квалификацию и возможность работать по специальности [7].

На российском рынке труда активно развивают практики graduate recruitment VK, Тинькофф, Яндекс, СБЕР, Лаборатория Касперского, Газпромнефть, ДОМ.РФ, Райффайзен. Так, к примеру, Тинькофф развивает проекты для школьников в виде образовательных курсов, подготовки к олимпиадам, мероприятий, летних лагерей. Для студентов и выпускников, начинающих специалистов открыты бесплатные образовательные курсы, и оплачиваемые стажировки. Совместно с вузами (МФТИ, НИУ ВШЭ, МГУ) реализуются специальные курсы, кафедры по аналитике и разработке, проектные лаборатории. Яндекс развивает проект Young&&Yandex, в рамках которого организованы годовые и летние стажировки, а также программа Deep Dive в формате bootcamp. Яндекс также сотрудничает с вузами, в числе которых НИУ ВШЭ, ИТМО, МФТИ, СПбГУ, РЭШ.

Важным маркером развития системы graduate recruitment следует считать возможность привлечения и трудоустройства иностранных студентов. Исследования показывают, что возможность трудоустройства напрямую влияет на выбор иностранными студентами страны и образовательного учреждения для прохождения программы высшего образования. В связи с этим, большая часть вузов зарубежных стран выстраивает комплексное управление процессом трудоустройства иностранных абитуриентов с целью обеспечения позиционирования в такой конкурентной борьбе. Немаловажное значение играет политика стран по созданию правовых условий для трудоустройства абитуриентов из других государств, по организации мониторинга удовлетворенности трудовой деятельностью, по оценке экономического эффекта.

Зарубежные авторы предложили модель факторов push-pull, которыми руководствуются иностранные студенты при выборе региона или страны обучения [8]. Выбор региона может быть обусловлен факторами, которые как бы «выталкивают» студента из страны, к которым относятся отсутствие карьерных перспектив, слабый уровень социально-экономического развития, низкое качество образования. В «втягивающим» факторам относятся качество образования, репутация государства и принимающего университета, перспективы трудоустройства. Например, Россия привлекает студентов из стран СНГ в силу наличия «выталкивающих» факторов в этих государствах. В то же время для студента из Великобритании обучение в России вряд ли будет привлекательным.

Трудоустройство во время обучения в другом государстве позволяет студентам получить компетенции работы в интер-

национальном контексте, а также развить «softskills», которые особо ценятся на современном этапе [9]. Исследования интернационализации образования в США показали, что ожидается увеличение спроса на специалистов, которые обладают межкультурным опытом и способны работать в кросс-культурном контексте [10].

Многие развитые страны осуществляют государственное регулирование непосредственно либо способствует процессу трудоустройства иностранных студентов. Например, в Австралии уполномоченный орган осуществляет мониторинг удовлетворенности иностранных студентов карьерными возможностями, также ведется статистика, учитывающая влияние трудоустройства студентов из других стран на внутренний рынок трудовых ресурсов [11]. В Великобритании проводится анализ факторов, на основании которых студенты выбирают страну обучения. В Канаде осуществляется оценка экономических эффектов, связанных с обучением, проживанием, трудоустройством иностранных студентов на территории страны [12]. Исследователи отмечают, что трудоустройство студентов в зарубежных странах поддерживается на государственном, региональном, местном и локальном (университет) уровнях.

В Российской Федерации имеется комплекс проблем, с которыми сталкиваются иностранные студенты при трудоустройстве. Это нормативно-правовые проблемы, касающиеся миграционного и трудового законодательства, это налоговые проблемы (высокий уровень НДФЛ), а также проблемы организационного (нет инфраструктуры взаимодействия работодателей, вузов, студентов), мотивационного характера. Данные проблемы могут быть решены комплексом всесторонних мер на федеральном, региональном и местном уровне, среди которых ослабление нормативно-правового регулирования, предоставление налоговых преференций, выстраивание инфраструктуры сопровождения студентов. Именно такие меры позволят привлекать талантливых студентов из передовых стран, которые могут быть востребованы в дальнейшем передовыми российскими компаниями.

Следует рассмотреть и возможность привлечения филиалами российских компаний за рубежом талантливых студентов вузов. Так, например, компания «Ozon» открыла логистический центр в Астане [13], а в Киргизии маркетплейс открыл сортировочный центр и офис [14]. Компания «Яндекс» приняла решение открыть офис в Турции, который будет заниматься развитием сервисов на рынке [15]. РБК отмечает, что у компании «Яндекс» есть филиалы в Шанхае, Алматы, а также офисы в Праге и Тель-Авиве.

Работа со студентами и выпускниками может быть выстроена посредством реализации следующих этапов:

1. Изучение потенциальных партнеров среди образовательных организаций на местном уровне, выявление вузов, в которых организовано обучение по необходимым работодателю специальностям.

2. Подготовка программ стажировок и практик, которые можно будет предложить студентам и выпускникам, принятие необходимых управленческих решений для организации таких программ.

3. Направление предложений руководству вузов для организации встреч с выпускниками и студентами старших курсов.

4. Организация общения с выпускниками и студентами старших курсов посредством проведения ярмарок вакансий, митапов, хакатонов.

5. Проведение оценки заинтересованных кандидатов, проведение психологических и поведенческих тестов.

6. Организация стажировок и практик, направленных на возможно скорое освоение студентами необходимых компетенций.

7. Направление предложений наиболее успешным кандидатам.

Следует отметить, что организация взаимодействия с вузами в регионе может быть выстроена посредством привлечения профессиональных объединений, студенческих объединений, организаций, которые осуществляют деятельность в сфере трудоустройства и стажировок выпускников и студентов. Выстраивание привлекательного для выпускников брендов может потребовать значительное количество финансовых и организационных издержек.

В рассматриваемом вопросе необходимо учесть несколько основных трендов, связанных со всей сферой подбора персонала. Во-первых, пандемия коронавирусной инфекции обусловила бурное развитие цифровых методов взаимодействия с потенциальными кандидатами. Например, в России и за рубежом используются такие инструменты, как роботы-рекрутеры, чат-боты, виртуальные каналы привлечения, продажа вакансии — продающие описание вакансий, таргетированная

реклама вакансий, цифровые сервисы — инструменты по оценке кандидатов, стажировки онлайн [16]. В качестве отдельного направления необходимо выделить работу в социальных сетях.

Вторым трендом, который обуславливает развитие международного взаимодействия в рамках graduate recruitment — это текущая геополитическая обстановка. В условиях санкционного давления, ухода зарубежных компаний наносится вред образовательным связям российских вузов с зарубежными университетами, налаженным академическим контактам [17]. В таких условиях работа российских вузов с зарубежными компаниями может быть переориентирована в сторону тех организаций, головные офисы которых расположены в дружественных государствах. В то же время и работа российских компаний за рубежом также может развиваться только в дружественных государствах.

Таким образом, расширение практики graduate recruitment на международном уровне возможно посредством как привлечения талантливых иностранных студентов в российские компании, так и организацией рекрутинга зарубежными представительствами российских компаний. Для привлечения талантливых иностранных студентов требуется выстраивание инфраструктуры, создание налоговых преференций, послабление в рамках миграционного и трудового законодательства. Рекрутинг зарубежными представительствами российских компаний возможен посредством выстраивания многоэтапной деятельности. Отдельного внимания заслуживает использование цифровых сервисов в практиках graduate recruitment и ориентация на дружественные государства.

Литература:

1. Graduate recruitment // Cambridge Dictionary. URL: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/graduate-recruitment> (дата обращения: 18.03.2023).
2. Graduate recruitment // Arctic shores. URL: <https://www.arcticshores.com/glossary/graduate-recruitment> (дата обращения: 18.03.2023).
3. Казакова М. И., Шурмина Т. В. Прелиминаринг как метод привлечения персонала в малом бизнесе // Вестн. Том. гос. ун-та. Экономика. 2019. № 48. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/preliminaring-kak-metod-privlecheniya-personala-v-malom-biznese> (дата обращения: 18.03.2023).
4. Diversity wins: How inclusion matters // McKinsey&Company URL: <https://www.mckinsey.com/~media/mckinsey/featured%20insights/diversity%20and%20inclusion/diversity%20wins%20how%20inclusion%20matters/diversity-wins-how-inclusion-matters-vf.pdf> (дата обращения: 18.03.2023).
5. Is your development programme stuck in a rut? // ISE website URL: <https://insights.ise.org.uk/development/blog-is-your-development-programme-stuck-in-a-rut/> (дата обращения: 18.03.2023).
6. Understanding Employers' Graduate Recruitment and Selection Practices: Main report // INSTITUTE FOR EMPLOYMENT STUDIES URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/74379837.pdf> (дата обращения: 18.03.2023).
7. Громова Н. В., Самойлов В. А. Актуальные тренды рынка труда и их влияние на HR-менеджмент в российских компаниях // Вестник евразийской науки. 2015. № 1 (26). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/aktualnye-trendy-rynka-truda-i-ih-vliyanie-na-hr-menedzhment-v-rossiyskih-kompaniyah> (дата обращения: 18.03.2023).
8. Mazzarol T., Soutar G. N. (2002) «Push-pull» factors influencing international student destination choice // International Journal of Educational Management. Vol. 16. Iss.: 2. P. 82–90. <https://doi.org/10.1108/09513540210418403>.
9. Jones E. J. (2014) Graduate employability and internationalization of the curriculum at home // International Higher Education. Vol. 78 P. 6–8. URL: <http://ejournals.bc.edu/ojs/index.php/ihe/article/view/5799/5169>.
10. Ripmeester N. (2015) The value of global experience // Expertise in labour mobility. URL: <http://www.labourmobility.com/the-value-of-globalexperience>.
11. Foster G. (2012) The impact of international students on measured learning and standards in Australian higher education // Economics of Education Review. Vol. 31. Iss. 5. P. 587–600. <https://doi.org/10.1016/j.econedurev.2012.03.003>.

12. Calder M. J., Richter S., Mao Y., Burns K. K., Mogale R. S., Danko M. (2016) International Students Attending Canadian Universities: Their Experiences with Housing, Finances, and Other Issues // Canadian Journal of Higher Education. Vol. 46, No. 2. P. 92–110. URL: <https://www.questia.com/library/journal/1P3-4199202321/international-students-attending-canadian-universities>.
13. Ozon открыл центр в Астане и пообещал сократить сроки доставки в Россию // РБК. URL: <https://www.rbc.ru/rbcfree-news/63ec92a09a7947665b3232c5> (дата обращения: 18.03.2023).
14. Ozon открыл офис и сортировочный центр в Киргизии // Интерфакс. URL: <https://www.interfax.ru/business/880449> (дата обращения: 18.03.2023).
15. «Яндекс» решил открыть собственный офис в Турции // РБК. URL: <https://www.rbc.ru/rbcfree-news/63dd1c279a7947592246c4af> (дата обращения: 18.03.2023).
16. Евсеева О. А., Евсеева С. А., Зверев С. А. Тренды рынка найма персонала: международный опыт и российская практика в условиях цифровизации // Дискуссия. 2020. № 3 (100). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/trendy-rynka-naйма-personala-mezhdunarodnyu-opyt-i-rossiyskaya-praktika-v-usloviyah-tsifrovizatsii> (дата обращения: 24.03.2023).
17. Экономисты оценили долю ушедших из России западных компаний // РБК. URL: <https://www.rbc.ru/business/20/01/2023/63ca017e9a7947d74aaa11bf> (дата обращения: 18.03.2023).

МОЛОДОЙ УЧЕНЫЙ КАЗАҚСТАН

Далалық арамсою — карантиндік шөп

Амренов Нұрлан Адылқанұлы, магистрант;
Закиева Арайлы Аленхановна, PhD докторы, аға оқытушы
Семей қаласының Шәкәрім атындағы университеті (Қазақстан)

Мақалада авторлар Шығыс Қазақстан облысы аумағында (Бородулиха ауданы) карантиндік нысан — далалық арамсоюдың дамуы мен таралуының фитосанитарлық жағдайына жүргізілген мониторинг бойынша нәтижелерді берген. Арамсоюдың дамуының биологиялық ерекшеліктеріне тоқталған.

Кілт сөздер: карантиндік нысан, мониторинг, арамшөптен зақымдану.

Полевая повилка — карантинная трава

Амренов Нурлан Адылканович, студент магистратуры;
Закиева Арайлы Аленхановна, доктор PhD, старший преподаватель
Университет имени Шакарима города Семей (Казахстан)

В статье авторами представлены результаты по проведенному мониторингу фитосанитарного состояния развития и распространения карантинного объекта — полевой повилки на территории Восточно-Казахстанской области (Бородулинский район). Остановились на биологических особенностях развития повилки.

Ключевые слова: карантинный объект, мониторинг, заражение сорняками.

Арамсою *Cuscuta S.P.* — бір жылдық паразит шөп, Қазақстанның барлық жерінде таралған. Арамсоюдың дамуы негізгі үш түрлі сатыдан тұрады: 1-тұқымнан өскен өскіндердің пайда болуы, 2-арамсою өскіндерінің тұқымдағы қоректік заттарды пайдаланып өсуі, 3-паразиттік өмір сүру кезеңі. 3 — ші кезең бірнеше бөлімнен тұрады: 1 — түтіктердің пайда болуы, олардың басқа өсімдіктерге жабысып қоректік заттарды соруы, 2 — арамсою сабағының өсіп дамуы, 3 — шашақтану кезеңі, 4 — гүлдену, 5 — тұқым беру.

Паразит шөп 200-ден астам ауыл шаруашылық дақылдарына зиянын тигізеді. Мысалы, далалық арамсою басқан қант қызылшасы өнімінің 80%-і, пияз-сәбіз-85%; жоңышқа тұқым өнімдері 95%-ке азаяды. Арамсоюдың тұқымын жоңышқа тұқымынан ажырату қиын, осы себепті аюар өндірушілердің көп өнімдері сатуға жарамсыз болып зиян шегіп отыр.

Арамсоюдың зияндылығы мынада, олар мәдени дақылдардағы зат алмасуды бұзады, түтікше тамырлары арқылы мәдени дақылға жабысып, ондағы органикалық, органикалық емес заттарды сорып алып, дақылды әлсіретеді, біртіндеп дақыл өсуін тоқтатып, құрайды.

Зерттеудің мақсаты — далалық арамсоюдың даму және таралу дәрежесін анықтау, экологиялық жағдайлардың далалық арамсоюдың өсіп-өнуіне әсерін зерттеу (топырақ типтері, температура, топырақ ылғалдылығы, жарық т.б.).

Зерттеу әдістері

Арамсоюдың мәдени дақылдарда өсіп-өну фенологиясын анықтау Балашовтың [1] әдістері бойынша, өнімді математикалық жолмен баптау Доспехов Б. А. [2] әдістемесі бойынша жүргізілді. Арамшөптер мен өнімді есептеу бүкіл одақтық өсімдік қорғау институты әдістерімен бойынша жүргізілді [3]. Арамсоюдың тұқым қорын анықтау үшін, дақылдарды себер алдында топырақ қабаттарынан 0–10 және 10–20 см топырақ үлгісі алынды. Далалық арамсою тұқымдарының тіршілік қасиеті мен өнгіштігі КОХ тостғаншасында анықталды. Әртүрлі терендіктен — 0: 1: 2: 3: 4: 5: 6 және 7 см арамсою тұқымдарының өсіп шығуын тексеру үшін тәжірибелік ыдыстарда қойылды.

Ауыспалы егістікте гербицидтермен қатар агротехникалық шаралардың арамсоюды жоюдағы міндеті есептелінді. Ауаның және топырақтың температурасын, арамсоюдың дақылға жабысу кезеңдерін бақылап отырдық.

Зерттеу нәтижелері

Арамсою тұқымнан өседі, тарайды. Бір тұқымнан өскенде тұқымдағы қоректік заттарды пайдаланып 10–13 см биіктікке көтерілгеннен кейін, тұқымдағы қоректік зат бітеді. Арамсою топырақпен байланысын жояды, осы кезде оның сабақтары

шыркөбелек айналып, қасында басқа шөптер болса, соған жабысып шашақтану тамыршықтары арқылы қоректі заттарды жабысқан шөптерден сорып алып, өсіп-дамы береді. Арамсоюдың улық қасиеті гүлденген, тұқым пайда болған кезде көп болады. Осы кезде арамсоюда алколоид-кускутин және глюкозид, конвольвулин көптеп жинақталады. Арамсою араласқан мал азығы шірі бастайды, өзінің бағалы нәрлілігін жоғалтады. Сонымен қатар, жануарлардың ауруына жол береді [4].

Жылудың далалық арамсоюдың дәнінің өсіп-өнуіне әсерін зертхана жағдайында есептедік. Тұқымның 20 данасын тұрақты ылғалдылықта өсірдік. Арамсоюдың ұзындығы 17°C гр 0,7 см, ал 27–32° С жылықта 6,2 см болды.

Ал ылғалдылықтың арамсою тұқымына әсерін тексергенде, 60 және 80% толық далалық сиымдылықта өсті. Бұл жағдайда арамсою тұқымдары 60–62 және 70–73%-ке өсті. Ал ылғалдылық 20% болғанда тұқымның тек 5%-ғана, ал топырақты 100% қанықтырғанда арамсою тұқымының өнгіштік қасиеті азайды.

Арамсоюдың көгі жарықта жақсы өседі, ал көленкеде даму кезеңдерінде аздап өседі, көгінің салмағы аз болады, тұқым беру қаблеті азаяды.

Арамсоюдың топырақ қабатында өнгіштік қасиеті 0–2 см тереңдікте (50,0–56,0%) жеңіл топырақта және 0–1 см тереңдіктен (65,0–58,0%) механикалық құрамы орташа топырақта болады.

Зертхана жағдайында болған нәтиже далалық жағдайда да болды.

Арамсоюдың өсуі сәуірдің аяғында болады. Бұл кездерде ылғал (жауын-шашын) жылулық көбейе бастайды. Ал көпшілік тұқым мамыр айында жер бетіне шығады. Дала жағдайында

арамсоюдың өсуі 46 күнге созылады. Сондықтан арамсоюмен күресуді мамыр айынан бастау керек.

Далалық арамсоюдың өсуі қолайлы жылулық пен топырақта ылғал болған жағдайда орта есеппен 10–15 күнге созылады. Ал 25°C температура мен жоғары ылғалдылық жағдайында 10 күн ішінде арамсоюдың сабақтарының ұзындығы 10 см-ге жетіп, 12-ші күні өсуін тоқтатты, жойылды. Арамсоюдың тіршілік ету қаблеті 18–20°C жағдайында жақсы өсті. Арамсоюдың өсу барысы 20-шы күні ұзындығы 7 см-ге жетті. Бірінші онкүндікте бір тәулікте ұзындығы 1–1,2 см өсіп отырды, ал 12-ші күні өсуі бәсеңдеді, 17–18-ші күні өсуі тоқталды, ал 20-шы күні толық жойылды.

Арамсою ошақтарын анықтау бойынша мониторингтік тексерулер 2022 жылдың 4 шілдеде ауаның орташа тәуліктік температурасы +22,5°C және тиімді температура жиынтығы 1044,5°C кезінде жүргізілді.

Арамсоюды анықтау бойынша мониторингтік тексерулер елді мекендерде, жайылымдарда, ауыл шаруашылығы дақылдарының егістіктерінде, автожолдар бойында және өзге де жерлерде жүргізілді. Аудан бойынша есепті күнге барлығы — 1800,0 га тексерілді, арамсою таралған жерлер — 11,56 га, ал ошақтары жайылған жерлер — 4,66 га. Тексерулер 24.08.22 ж. аяқталды. 1 — ші суретте арамсоюмен зақымданған қызылша егістігі көрсетілген.

Егістікті арамсоюдан арылту үшін қолданылатын қажетті шаралар — агротехникалық шаралардың жиынтығын қолдану керек, яғни ауыспалы егістіктерді дұрыс қолдану, уақытында, сапалы жер өңдеу, тұқым себу мерзімі, дақылды күтіп баптау, тиімді гербицидпен бүрку болып табылады [5].



Сур. 1. Арамсоюмен зақымданған қызылша егістігі

Әдебиет:

1. Балашов Л. Л. Учет и наблюдения в полевых опытах в период вегетации. — Сельхозгиз. — М. 1959. — С.
2. Доспехов Б. А. Методика полевого опыта. — М. «Колос». — 1985. 350 с.
3. Методика и техника учета сорняков. — Научные труды НИИСХ юго-востока. — Вып. 26. — Саратов. — 1969. — С.
4. Жарасов Ш. У., Бадаев Е. А., Баядилов К. О. Карантинные сорняки Казахстана. — Химический метод защиты растений: Состояние и перспективы повышения экологической безопасности. — Санкт-Петербург. — 2004. — С. 113–115.
5. Госсен Э. Ф., Баядилов К. Усовершенствование мер борьбы с горчаком ползучим //Наука — производству. — № 8. — 2004. — С. 17–18.

МОЛОДОЙ УЧЕНЫЙ О'ЗБЕКISTON

Кичик дозадаги ионлантирувчи нурларнинг инсон организмга таъсири

Абдукадирова Лола Кабуловна, тиббиёт фанлари номзоди, доцент;
Насимов Сирож Илхамович, магистратура талабаси
Тошкент тиббиёт академияси (Ўзбекистон)

Ушбу мақолада инсоннинг ионлантирувчи нурлар билан нурланиш даражаси, унинг келиб чиқиш эҳтимоли биринчи навбатда ионлантирувчи нур билан касбий алоқада бўлиши мумкинлиги, ҳамда атроф мухитнинг радиоактивлик даражасига боғлиқлиги хақида суз кетади. Кичик дозадаги ионлантирувчи нурларнинг таъсир этиши даражаси инсон организмга секин асталик билан таъсир этиши илмий мушоҳада қилинган.

Калит сўзлар: ионлантирувчи нур, доза, радиация, авария, рентген.

Влияние малых доз ионизирующего излучения на организм человека

Абдукадирова Лола Кабуловна, кандидат медицинских наук, доцент;
Насимов Сирож Илхамович, студент магистратуры
Ташкентская медицинская академия (Узбекистан)

В данной статье рассматривается степень облучения человека ионизирующим излучением, вероятность возникновения которого зависит в первую очередь от профессионального контакта с ионизирующим излучением, а также от степени радиационной активности окружающей среды. Степень воздействия малых доз ионизирующего излучения на организм человека оценивается в научных исследованиях.

Ключевые слова: ионизация, доза, излучение, авария, рентген.

The effect of low doses of ionizing radiation on the human body

Abdukadirova Lola Kabulovna, candidate of medical sciences, associate professor;
Nasimov Sirozh Ilkhamovich, student master's degree
Tashkent Medical Academy (Uzbekistan)

This article examines the degree of human exposure to ionizing radiation, the probability of which depends primarily on professional contact with ionizing radiation, as well as on the degree of radiation activity of the environment. The degree of exposure of small doses of ionizing radiation to the human body is evaluated in scientific research.

Keywords: ionization, dose, radiation, accident, X-ray.

Инсоннинг ионлантирувчи нурлар билан нурланиш даражаси, унинг келиб чиқиш эҳтимоли биринчи навбатда ионлантирувчи нур билан касбий алоқада бўлиши мумкинлигига, ҳамда атроф мухитнинг радиоактивлик даражасига боғлиқдир. Аҳолининг ИНМ билан алоқасининг эҳтимоллиги ва даражасини ҳисобга олиб, бутун аҳолини 3 тоифадаги нурланувчи шахсларга булш мумкин: А — Ионлантирувчи нур манбалари билан бевосита ишловчи шахслар ёки ходимлар; В — аҳолининг

чекланган қисми, яъни ИНМ билан касбий алоқада булмаган, аммо унинг таъсир зонасида булувчилар; В — бутун вилоят ва республика аҳолиси. Биз ўрганмоқчи бўлган тадқиқот ишида асосан «А» тоифасига қирувчи ходимлари — врач учун тиббий амалиётда ионлантирувчи нурланиш манбаъларидан фойдаланганда санитар-дозиметрик назорат ва радиацион химояланиш принципларига доир билимлар жуда зарурдир, чунки бунда ҳам ходимларнинг саломатлиги ва ҳам пациентларнинг

асосиз нурланишлардан химоялашга боғлиқ эканлигини ва шу билан бирга ходимларнинг шахсий нурланиш дозаларини хисобга олган ҳолда уларнинг саломатлик кўрсаткичларини баҳолашдан иборатдир. Ушбу тадқиқот ишлари ЎзРеспубликасида жуда кам ўрганилган [1].

Радиактив объектларда ишловчи ходимларнинг нурланиш дозалари ҳақида юқорида келтирилган таъриф ва тавсифлар, мазкур нурланиш дозаларини паст тоифага таалуқли бўлган гуруҳга киритиш мумкин дейишга имкон беради. Аммо, бундай нурланишнинг ходимлар саломатлиги учун аҳамияти қандай деган савол мунозаралидир.

РХХҚ (МКРЗ) нинг расмий хужжатларида ионлантирувчи нурланишнинг бўсағасиз таъсири гипотезаси қабул қилинган. Шунга мувофиқ, ҳарқандай дипозондаги доза радиацияси зарарли, чунки у жуда кичик дозаларда ҳам ҳавфли ўсмаларни келтириб чиқариши ва генетик бузилишларни содир этиши мумкин. Шунинг учун аҳолининг асосий радиацион химоялашда шахсий ва жамоа тарзида олинadиган нурланиш дозаларни ҳисобга олиш асосида умумий нурланиш дозасини максимал даражада пасайтириш бўйича энг аҳамиятли доза ҳосил қилувчи омилларни рўёбга чиқариш, нурланишни камайтириш учун энг илғор йўналишларни аниқлаш ҳисобланади. Аммо, мазкур позиция ҳамма тадқиқотчилар томонидан бир маънода баҳоланмайди. Ҳаттоки, айрим маълумотлар бўйича табиий радиацион фон билан таққослаганда, ИНМ нинг кичик дозаларини организмни стимуловчи ижобий омил сифатида қараш керак деган фикрлар ҳам мавжуд. Бу гоёни иммун ва эндокрин тизими, ҳамда ДНК репарациясининг ферментатив тизими билан боғлайдилар [2].

Шу билан бирга, кичик дозаларнинг «чизикдан юқори самараси» («сверхлинейном эффекте») ҳақидаги фикрлар ҳам мавжуд бўлиб, бу фикрга мувофиқ катта доза таъсирига қараганда, кичик доза бирлигининг ҳавфи юқоридир.

Тадқиқотчиларнинг фикри бўйича, биринчи навбатда қандай нурланиш дозаларини «кичик доза» киритиш мумкинлигини белгилаш керак. Масалан, кичик нурланиш дозасини қуйидагича таърифлаш мумкин: кичик доза — бу 0,1 Зв кам бўлган бир марталик эквивалент доза паст доза — бу йилига 0,1 Зв ва ундан кам бўлган эквивалент доза қуввати; ҳаёт учун паст эквивалент дозанинг чегараси — 1 Зв. Унинг фикрича, паст даражадаги нурланишнинг саломатликка зарарли таъсир белгилари ҳақидаги савол, ҳозирча жавобсиз қолмоқда. Бунинг учун нурланиш дозасининг жамият учун изарари ва шахсий саломатликка зарари фикрларини фарқлаш зарур. Жамият саломатлигига зарари реал бўлиши мумкин қачон-ки, агар популяцияга оид саломатлик кўрсаткичларида дозага боғлиқ ҳолда қандайдир статистик ишончли ва корреляцион боғлиқлик борлиги аниқланган маълумотлар бўлса. Шахсий саломатликка зарари эса, детерминистик самарага доир ўзгаришлар асосида ишончли бўлаолади. Кичик дозалар учун бундай самара йўқ, бироқ ховотирланишга бошқа турдаги самаралар хизмат қилиши мумкин, чунончи, ҳам кичик дозадаги нурланиш, ҳам бошқа омилларнинг таъсири: қон кўрсаткичларининг ёмонлашуви, сперматозоидлар концентрациясининг пасайиши, эндокрин органлар секретлари концентрациясининг ўзгариши ва б.қ. [3].

Кичик доза таъсирида кўрсатилган самараларнинг аниқланиши тажриба (моделли) шароитида ҳам, инсон популяцияларини текширишда кузатилиши мумкин. Бор бўлган маълумотларга қараганда, ҳаттоки унча катта бўлмаган нурланиш дозаси ҳам у ёки бу оқибатларга олиб келиши мумкинлигидан гувоҳлик беради.

Ионлантирувчи нурланишларнинг муҳим стохастик таъсир самараси қаторига ҳавфли ўсмаларнинг келиб чиқиш мумкинлиги ҳавфининг кўпайишини киритиш мумкин. Ўсмаларнинг ривожланиши асосида, қоида бўйича хужайравий пролиферация ва дифференцияланиш механизмларининг биологик бузилиши ётади. Ўсма хужайраларини нормал хужайралардан фарқлашда нормал ферментатив аппарат, метаболик ўзгаришлар, дифференциянинг йўқолиши, юқори инвазионлигининг бузилишини назарда тутиш керак.

Ўсма хужайраларининг фенотипик экспрессияси нормал хужайралардан фарқланмайди, аммо пролиферацияланишнинг турли босқичларида қон айланиш тизимида бўладиган айрим биологик бирикмалар миқдори кўпайиши мумкин (ферментлар, зардоб оқсиллари, гормонлар, метаболитлар). Бу ҳолат ҳавфли ўсмаларни ташхислаш учун «ҳавфли ўсма маркерлари» деб номланувчи атамадан фойдаланишга асос бўлди. Ҳавфли ўсма маркерлари — трансформацияланган хужайралар метаболизмининг ўзгариши билан боғлиқ ҳолда ҳосил бўладиган моддалардир, шунинг учун ўсма ҳосил бўлишида уларнинг миқдори ортиб кетади [4].

Охирги йилларда айрим тадқиқотчилар ўсмали маркерларни ҳавфли ўсмаларнинг нафақат келиб чиқиши мумкин бўлган кўрсаткичлари, балки ҳавфли ўсмаларнинг юзага келишига организмнинг онкопатогенли тайёргарлиги кўрсаткичи сифатида фойдаланмоқда. Бу кўпгина ўсмали маркерларнинг оддий шароитларда минимал миқдорларда аниқланиши билан боғлиқ бўлиб, жараён давомида эса пролиферация хужайраларининг миқдори эса кўпаяди (ракли-эмбрионал антигени, альфа-фетопротеин, сквамозли хужайра антигени ва б.қ.). Онкооқсилларнинг аниқланиши (онкологик маркерлар) тахмин қилиш, жумладан яширин онкологик жараён ҳақида баёнот бериши мумкин деб ҳисобланади.

Паст даражадаги нурланишларни текширишдаги таъсир самарасини аниқлаш мумкин бўлган доза чегарасини рўёбга чиқаришдир. Кичик дозадаги нурланишлар таъсир этганда у ёки бу биологик самаранинг пайдо бўлиш мумкинлиги белгиловчи дозанинг пастки чегараси катта доирада баҳоланади. Бунда, материяни ҳосил қилиш даражаси қанчалик кичик бўлса, юзага келадиган самарани кузатиш шунчалик енгил бўлади. Мас., Ф. И. Саломова ва ҳаммуаллифлар нинг маълумотида кўра, хужайра даражасидаги ўзгаришларни аниқлаш бир неча мГр даражадаги доза таъсирида ҳам аниқланиши мумкин. Хромосом аппаратидаги ўзгаришлар бир неча ўн мГр ларда ўлчанадиган нурланиш таъсир этганда рўёбга чиқарилади; қалқонсимон безининг радиацион-индуцирланган раки эса, 0,09 Гр доза таъсир этганда юзага келиши мумкин. Эквивалент доза 0,2 Зв дан кам бўлган ҳолларда ҳавфли ўсмаларнинг ҳечбир тури бўйича ўлим даражасининг ишончли тарзда ортиши аниқланган эмас. Ҳомиладор аёлларни нурлантирганда ҳомиланинг бош миясини жароҳатланиш мумкинлигини ўрганиш шундан далолат

беради-ки, 0,1 Гр дан паст бўлган нурланиш дозаларида оғир кўринишдаги ақлий заифликлар сонининг ортиши статистик ишончсиз ўзгаришга эгадир [3].

Аҳолининг саломатлик кўрсаткичларига кичик дозаларнинг таъсир этиш мумкинлиги радиацион-эпидемиологик текширишлар асосида баҳоланиб, унинг ўзига хос хусусиятлари мавжуд. Бошқа турдаги касалликларнинг эпидемиологиясидан фарқли ўлароқ, ионлантирувчи нурланиш билан боғлиқ бўлиши мумкин бўлган бундай стохастик самара хозиргача аниқлангани йўқ. Аслида нурланиш таъсирини рўёбга чиқариш учун бир-бирдан фарқланмайдиган, аммо улардан бирини ортиқча нурлантириш билан икки гуруҳдаги тадқиқот натижаларини таққослаш зарур бўлади. Сабаб-оқибат боғлиқлигини ўрнатиш учун «тўсқинлик қилувчи омилларни» (ўзига хос овқатланиш, турмуш тарзи, кимёвий омиллар, касбий зарарлар ва б.қ.) ўрганиш зарур, аммо бунда охириги сўз нурланиш дозасига боғлиқ ҳолда ҳавфли ўсмаларнинг қайди қилиниш тезлиги аниқлашга таалуқли бўлиб қолади [5].

Радиацион-эпидемиологик тадқиқотларда фақат формал-статистик натижаларгина эмас, балки икки гуруҳдаги натижаларни таққослаш ва таҳлил қилиш, сўнгра мантикий тўғри режалаштиришни амалга ошириш катта аҳамиятга эга.

Радиацион-эпидемиологик текширишларни юқорида кўриб чиқилган барча талаблар асосида ташкил қилиш жуда муаммолидир, шунинг учун бундай тадқиқотларнинг кўпчилик қисми кичик дозаларда касбий нурланиш олган шахсларнинг саломатлигидаги ўзгаришларни қайд қилиш билангина чекланади. Бу йўналишда шуни айтиш лозим-ки, тиббий ҳодимлар камдан-кам ҳолларда илмий тадқиқотчиларнинг диққат-эътиборини бу муаммога жалб қиладилар. Бу ҳақда, жумладан муҳокама қилинаётган масалада тиббий ҳодимларнинг касбий нурланишини шарҳлашга бағишланган таҳлилга минимал эътибор қаратилганлиги орқали ҳам фикр юритиш мумкин. Бироқ, айрим тадқиқотчилар радиологлар организмдаги ўзгаришларни келтирадилар. Мас., тиббий радиологларнинг (55 киши) айрим иммун ҳолати кўрсаткичлари текширилганда ионлантирувчи нурларнинг кичик дозалари таъсирида узоқ муддат давомида бўлишлари натижасида (РЭД дан кам) Т-лимфоцитлари миқдорининг пасайиши аниқланган бўлиб, муаллифларнинг фикрича бу ҳолат ҳодимларнинг ёши ва иш стажини билан белгиланади. Бироқ, уларнинг келтирган амалдаги маълумотлари бўйича фикр қилсак, агар ёши 40 дан ошган ва иш стажини 11–15 йилдан иборат бўлган шахсларда Т-лимфоцитларининг миқдори 34,2–42,3% ташкил қилса (меёрда 55–74%), шу ёшгаги РЭД нинг 1/3 қисмидан паст даражада нурланиш дозасида бу қиймат 37,9% ташкил қилади, РЭД нинг 1/2 ва ундан ортиқ нурланиш дозасида — 31,9% тенг, демек нурланиш дозасининг мазкур кўрсаткич қиймати учун унинг аҳамияти инкор қилинмайди [7].

Кичик дозаларнинг аҳамияти ҳақида Хироосима ва Нагасаки шаҳарларига атом бомбаси ташлангандаги, Чернобыл АЭС аварияларининг оқибатлари, айрим саноат корхоналарида ишлагандаги касбий нурланишларнинг таҳлиliga асосланган катта ҳажмдаги текшириш натижалари мавжуд.

Атомли бомбардимонларда кичик нурланиш дозасига учрайдиган шахсларда қон, суяк кўмиги ва теридаги лимфо-

цитларда хромосомли абберацияларнинг қайталаниши ортади. Хроосомли абберациялар ҳам, генли мутацияларнинг кузатилиши ҳам ўз-ўзидан саломатлик ҳолатига таъсир этмайди, бироқ кейинчалик саломатликка зарар келтириши мумкинлигини кўрсатади (ҳавф гуруҳлари). Ҳисобланишича, охириги ярим аср давомидаги кузатишлар бўйича кичик дозаларнинг наслга узатилиш самараси аниқланмаган [7].

Чернобыл АЭС авариясидан кейинги 10 йилда кичик нурланиш дозаларининг бош миянинг функционал ҳолатига таъсирини ўрганиш мақсадида авария оқибатларини бартараф қилишда қатнашган 96 та эркак жинсидаги ишчиларда бош миянинг ҳолати ва неврологик патологияларнинг тарқалганлиги ўрганилган. Текшириш натижаларининг кўрсатишича, электроэнцефалографияда бир қатор полиграфик кўрсаткичларда (соғлом шахслар билан таққослаганда), ҳамда катта миқдорларда цереброваскуляр патологияларнинг тарқалганлигида ишончли ўзгаришлар аниқланган [5]. Муаллифлар бу ҳолатларни ҳам радиацион фон ва ҳам стрессли вазиятлар билан боғлайдилар.

Келтирилган самараларнинг мумкинлиги дозага боғлиқ бўлиши мумкин деб тахмин қилинади: 0,02–0,08 Гр — саломатликда ўзгаришлар кузатилмайди, 0,08–0,3 — умумсоматик касалликларнинг ортиш мумкинлиги, 0,3–0,6 — нурланишга боғлиқ ва бошланиши мумкин бўлган касалликларнинг кўпайиши [5].

Кўпчилик тадқиқотларда салбий самараларнинг йўқлиги, ёки кичик дозаларнинг ижобий самараси ҳақида баён қилинади.

Мас., Чернобыл АЭС авариясини бартараф қилувчиларда нурланишнинг узоқ муддатлардан сўнгги оқибатларини текшириш натижалари бўйича 0,1 Гр дан кам дозада унинг саломатликка тўғридан — тўғри салбий таъсири тасдиқланмаган. Саломатликдаги айрим муаммолар касалликлар спектринигина кўрсатиб, радиацияга боғлиқ эмаслиги ҳақида маълумот берилади [7].

Организмга кичик дозадаги нурланиш таъсирини (0,05–0,2 Гр) катта дозалар таъсири билан таққослаганда парадоксал реакциялар кузатилган — нурланишнинг стимулловчи самараси (лимфоцитоз, Т-хелперлар сонининг ортиши ва қон зардобиди иммуноглобулинлар концентрациясининг кўпайиши). Аммо, узоқ муддатдан сўнг кичик дозадаги нурланишнинг радиацион гермесис ҳодисаси кузатилмайди, ҳудди шундай 0,3 Гр дан ортиқ дозалар таъсирида ҳам [3].

Аниқланишича, ўткир нурланиш шароитида популяциянинг ўртача умр кўриш муддати 1 Гр ва ундан ортиқ дозада, тўпланиш дозаси 2 гР ва ундан ортиқ бўлган сурункали нурланишда кузатилади. Тажриба шароитида критик органларда 10–12 Зв дозани яратаоладиган миқдорда радионуклидларнинг организмга тушиши умр кўриш муддатига таъсир кўрсатмайди ёки унинг кўпайишини келтириб чиқаради [7].

Умумий меҳнат фаолияти давомида (5–14 йил) 0,35 сЗв доирасидаги касбий нурланиш дозаси аёлларда ҳатто меҳнат унумдорлигини оширган, жумладан ўз-ўзидан бола ташлаш (аборт) ҳолларини 2 мартага пасайтирган. Умуман, паст нурланиш даражаларининг (НУО) таъсир самарасини тавсифлаш (йилига 0,1 Зв дан кам) бўйича, Ю. С. Рябухин, қуйидаги хулосаларни чиқаради [6]:

— паст даражадаги нурланиш доирасида нурланган шахслар ўртасида ҳавфли ўсмалар, генетик оқибатлар, оғир те-

ратогенли самараларнинг кўпайиши тасдиқловчи статистик ишончли маълумотлар йўқ;

— паст даражадаги нурланиш доирасида саломатлик ҳолатининг ёмонлашишини кўрсатувчи функционал ва лаборатор кўрсаткичлар далилари келтирилмаган;

— паст даражадаги нурланиш доирасида ижобий кўришига эга бўлган самаралар мавжуд,— иммун тизимининг яхшиланишидан тортиб, то спонтан даражага нисбатан ҳавфли ўсмалар ҳавфининг пасайишигача.

Кичик дозалардаги самара бўйича ягона фикр бўлмаганлиги туфайли РХХК (МКРЗ) томонидан ҳодимларнинг РЭД

нурланиш доза қийматларини 50 дан 20 мЗв/йил гача пасайтирилиши кераклиги ҳақидаги қонуни халқаро мунозараларнинг келиб чиқишига сабабчи бўлди. Жумладан, кўрсатилган РЭД қийматини критик нуқтаи — назар қаровчи тадқиқотчиларнинг [3, 4] ҳисоблашича, аҳолида радиофабияга доир ваҳималар, юқори нурланишга қараганда кўпроқ зарар келтиради. «Бир умрлик шахсий доза чегараси» тушунчасини кiritиш, бу чегарадан паст нурланишни олиш — ҳавфсиз деб ҳисобланиши керак, ҳамда ҳодимлар учун бутун умр учун 2,5 зВ «муаллақ доза»ни, 18–30 ёшлик одамлар учун 30 мЗв/йил ва қолган йиллар учун 50 мЗв/йил дозани ўрнатиш тавсия этилган.

Адабиёт:

1. Абдукадирова, Л.К. (2022). Shifokor radiologlarning salomatlik xolatini tibbiy ko'rik natijalari asosida baxolash.
2. Саломова, Ф.И., Ёкубов, М.С., Жоханов, Ж.Ф., Турабаева, З.К., Кудияров, И.А., & Алланазаров, А.Р. (2018). Состояние здоровья и обеспечение радиационной безопасности персонала рентгеновских кабинетов лечебно-профилактических учреждений г. Ташкента. In EUROPEAN RESEARCH (pp. 127–130).
3. Абдукадирова, Л.К., & Абдурахмонов, Б.О. (2019). Радиология бўлими хоналаридаги нурланиш доза даражасини аниқлаб баҳолаш. Интернаука, (3–3), 30–31.
4. Абдукадирова, Л.К. (2022). Radiatsion ob'ektlarni joylashtirish va hududlarni zonalashtirish qoidalari.
5. Зарединов Д. А., Дравских И. К. К вопросу о радиационной безопасности персонала и пациентов при осуществлении традиционных методов лучевой диагностики //Журн. Патология.— Ташкент, 2000.— № 2.— С. 73–75.
6. Рябухин, Юрий Сергеевич. Ядерные реакции и активация на нейтронах реактора в медицине [Текст]: Автореферат дис. на соискание ученой степени доктора биологических наук. (091) / Центр. науч.-исслед. рентгено-радиол. ин-т.— Ленинград: [б. и.], 1972.— 28 с.
7. Данилова Т.В. Заболеваемость и смертность от злокачественных новообразований предстательной железы в России Гормонозависимые опухоли. Матер. IX Всерос. конф. онкологов.— СПб, 2002.— С. 35–37.

Basketbolchilarda o'yin taktik tayyorgarligini olib borish

Tashtayev Sharofiddin Djumabayevich, katta o'qituvchi
Islom Karimov nomidagi Toshkent Davlat Texnika Universiteti (Toshkent)

Maqolada basketbolchilarning o'yinga taktik tayyorgarligi turlari, uni guruhli hamda yakka tartibda amalga oshirish usullari, qoidalari va standartlari, maydonda harakatlanish strategiyalari haqida batafsil ma'lumot berilgan.

Kalit so'zlar: basketbolchi, sport kurashi, taktik tayyorgarlik, ishtirok xaritasi, harakatlanish xaritasi, shartli raqib, strategik tayyorgarlik.

Тактическая подготовка баскетболистов

Таштаев Шарофиддин Джумабаевич, старший преподаватель
Ташкентский государственный технический университет имени Ислама Каримова (Узбекистан)

В статье представлена подробная информация о видах тактической подготовки баскетболистов к игре, способах, правилах и нормативах ее проведения в группах и индивидуально, стратегиях передвижения по полю.

Ключевые слова: баскетболист, спортивная борьба, тактическая подготовка, карта участия, карта движения, условный противник, стратегическая подготовка.

Вasketbolchilarning taktik va strategik tayyorgarligi odatda, sport kurashini o'zlashtirish uslublarini eslatadi. U har qanday malakali sportchidan musobaqa holatida mavjud sharoitni aniq va tez tahlil qila olish, keskinlik bilan qaror qabul qilish va uni o'z vaqtida

sheriklariga tushuntirib, tashkillashtira olish qobiliyati bilan chambarchas bog'liq [2].

Sportchilarning taktik tayyorgarligini mustahkam tarzda tashkillashtirish uchun esa jismoniy tarbiyada qo'llaniladigan barcha

turdagi mustaqil harakat turlaridan majburiy foydalanish darkor. Basketbolchi hakamlar va musobaqa qoidalarini mukammal o'zlashtirishi, shaxsiy musobaqa tajribalarini tahlil qila olishi va uni takomillashtirib borishi zarur. Boshqa tomondan, ma'lum vaqtlarda sportchiga o'zi va guruh bo'lib musobaqalarda qo'llashi uchun aniq ishtirok «xaritasi» ni mustaqil ravishda tuzishga ruxsat berish lozim. Mana shu hollardagina sportchi o'z shaxsiy tajribasi, foydalanilgan vosita, usul hamda sport kurash shakllaridan foydalangan holda raqibning ustunlik va kamchiliklarini hisobga olib, ma'lum bir reja yoki «harakatlanish xaritasi» ni shakllantirishi mumkin. Ammo, bu taktik tayyorgarlik «xarita» si murabbiy bilan kelishilgan va to'ldirilgan (tuzatilgan) holda amalga oshirishi zarur [3].

Taktik tayyorgarlik ishlarida bir-biri bilan o'zaro chambarchas bog'langan to'rtta uslubiy vazifalar mavjud [5]:

1. Sportchilarda murakkab harakatlarni amalga oshirishda tezlik darajasi, diqqat, mo'ljal olish, keyingi holat, jarayon va harakatlarni taxmin qila olish, ijodiylikni rivojlantirish;

2. Himoya va hujumda guruhli harakatlarning asosiy tizimlari bilan tanish bo'lish, guruhda ishlay olish va uni «his etish» ni takomillashtirish;

3. O'z holati, kuchi, vositalari, tashqi shart-sharoit va raqibning qarshilik kuchini hisobga olgan holda o'rganilgan taktik materiallarni qo'llay olish, ulardan zarur vaqtda samarali foydalana olish qobiliyatini shakllantirish;

4. Musobaqa vaqtida bir tizimdan ikkinchisiga guruhli holatda tezlik bilan o'ta olish iqtidorini tizimlashtirish [8].

Yuqorida keltirilgan birinchi ikki vazifa o'yin taktikasini o'rganib olishda qo'l kelsa, keyingi ikki vazifani qisqa vaqt ichida o'zlashtirishning deyarli imkoni yo'q: uni faqatgina guruhli holatda bir-birini tushungan tarzda uzoq vaqt mashg'ulot o'tkazgan o'yinchilargina yillar davomida yig'ilgan tajribalaridan foydalanib amalga oshirishlari mumkin. Ya'ni, guruh ilk marta tashkil topgan vaqtda ko'proq taktik mashg'ulotlar o'tkazish, uning samaradorligini oshirish uchun sportchilar asosiy harakatlar jamlanmasini yaxshi bilishi, mashg'ulot soatlarini uzaytirish orqali esa guruh bo'lib ishlash xususiyatini rivojlantirishi mumkin.

Guruhni bu kabi uzoq vaqt bir-biriga uyg'unlashtirish imkoni bo'lmagan vaqtda esa mashg'ulotlarga qo'shimcha sharoitlar qo'shib, sun'iy murakkabliklar yaratiladi. Masalan [5]:

A) O'yinchilar qisqa vaqt ichida himoya yoki hujum tizimini o'zgartirishda guruh sifatida birga harakat qilishi uchun vizual (ko'rish) yoki ovoqli signallar berish (qo'l harakatlari bilan biror uslubni tushuntirish yoki ovozdan foydalangan holda yangi tizimga kirishish zarurligini yetkazib berish);

B) Makon va zamonda to'plar miqdori, mo'ljal vositalari yoki to'siqlar sonini oshirish;

C) Sherigining harakat yo'nalishidan qat'i nazar, harakatlanuvchi sportchi uning yo'nalishiga mos keluvchi murakkab harakatlar jamlanmasini oldindan tanlab qo'yishi va zarur vaqtda osonlik bilan zarar keltirmagan holda joyini o'zgartira olishi kerak;

D) Shartli «raqib» ning aktiv va passiv qarshiliklariga mos javob bera olish usulini tanlash va amalga oshirish.

Ammo, shuni unutmaslik kerakki, tanlangan joy, shartlar (makon va zamon), murakkablik va tizim sportchilar jismoniy va ruhiy rivo-

lanishiga salbiy ta'sir qilmasligi, ko'nikma hosil qilish jarayonini to'xtatib qo'ymasligi zarur.

Sportchi taktik tayyorgarlik vaqtida o'zining guruhdagi vazifasi va qobiliyatlarini uyg'unlashtira olishi va ularni takomillashtirish yo'lida izlanishi zarur. Bunda eng avvalo hujumdagi shaxsiy harakatlari e'tibor qaratish zarur, chunki, basketbolda hujum strategiyalar ichida birinchi ahamiyatga ega bo'lgan taktikalardan biridir. Shaxsiy taktik tayyorgarlik o'tkazayotganda harakatlar ketma-ketligiga quyidagicha rioya qilinadi [4]:

1. Himoyachi to'sig'idan qutulish va bo'sh joyga chiqib olish (himoyachidan qutulib, «ochilish»);

2. To'pni raqibsiz ilib olish va uzatish;

3. To'pni savatga tashlash yoki uni tashkillashtirishda ishtirok etish;

4. To'pni olib borish va raqibni chalg'itish;

5. To'p qabul qilib olishlar va harakatlar jamlanmasini maydondagi joyni to'g'ri tanlagan holda amalga oshira olish.

Himoyada sportchining o'z shaxsiy harakatlarini o'zlashtirish hujumdagi harakatlarni o'zlashtirish bilan birgalikda amalga oshiriladi. Musobaqada esa bu ko'nikmalar murabbiy nazorati ostida raqibning faol qarshiligi yoki o'quv mashq-o'yinlarida qo'llaniladi.

Basketbolda guruhli o'yinlar himoya hamda hujumda ikki-uch sportchining birgalikda harakat qilishi bilan izohlanadi. Guruhda birga harakat qilish uchun o'yinchilar va ularning maydondagi faoliyatini moslashtirish, o'zaro bir-birini tushunib olishini tashkillashtirish to'p bilan texnik ishlash va chalg'itishlar usullarini qo'llay olish bilan birga o'tkaziladi. Bu ko'nikma va tajriba sportchilar uchun osonlashgandan keyingina har bir sportchining o'z qobiliyati, vazifasidan kelib chiqqan holda maydonda ularni qayta joylashtirishva o'yin tamoyillaridan kelib chiqqan holda maxsus taktik mashqlarni qo'llash ishlarini amalga oshirish mumkin. Natijada esa o'yinchilar har qanday vaziyatda ham guruh uchun o'ziga xos usulda shakllantirilgan asosiy taktik kombinatsiyalar va hujum usullarida bir-birini o'zaro anglagan holda harakat qila olishi yuzaga keladi.

Sportchilar o'yin mohiyatini o'z vazifalaridan kelib chiqqan holda tushunib olganidan so'ng esa mashg'ulotlar orasiga qo'shimcha himoyachilar yoki uning majburiyatlarini qo'shib borish mumkin. Ishtirokchilar soni tenglashtirilib, himoyachilarning passiv qarshiligi sharoitida mashg'ulotlar yana takrorlanadi. Bunda himoyachilar «raqib» ga qarshi holatda oldini olish yoki o'rin almashish usullarini emas, faqatgina to'sish usullarini qo'llash mumkin. Passiv holat o'rganilganidan so'nggina himoyachilarga faol qarshilik qilish uchun buyruq berilishi mumkin [1].

Har bir basketbolchi kamida bir yarim-ikki yillik mashg'ulotlar mobaynida to'pni ikki qo'lida barobar olib yurishi, ikki tomonlama chalg'itish usullarini o'zlashtirishi, joyida turgan yoki yugurgan holatida, savatga yaqin, o'rta va uzoq masofalardan to'pni tushira olishi, o'yinda himoya uslublarini o'z tajribasidan kelib chiqqan holda o'rganishi shart. Har bir sportchi savat oldida ham, maydon ichkarisida ham o'z jismoniy tuzilishi hamda qobiliyatidan qat'i nazar, baland yoki past bo'lyli tez harakatlanuvchi raqibini «to'sa olishi», o'zining maydonini mustahkam himoya qila olishi va uzluksiz hujumni amalga oshira olishi lozim. Basketbolchi mazkur ko'nikmalarni o'zlashtirganidan keyingina galdagi bosqich — o'yinda o'z ixtisosligi ustida ishlash darajasiga o'tishi maqsadga muvofiqdir.

Adabiyot:

1. Арсентьев, Д. В. Анализ американской модели студенческого спорта / Д. В. Арсентьев // Физическая культура, спорт и здоровье студенческой молодежи в современных условиях: проблемы и перспективы развития: материалы региональной студенческой научно-практической конференции, 6 апреля 2016 г., г. Екатеринбург. — РГППУ. — Екатеринбург, 2016. — С. 15–19
2. Ассоциация студенческого баскетбола [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://pro100basket.ru/> (дата обращения: 10.04.2018)
3. Бабушкин, Г. Д. Влияние развития интеллектуально-психологических качеств на развитие операционально-технических качеств юных баскетболистов. / Г. Д. Бабушкин, Р. Д. Салахов // Омский научный вестник. — 2010. — № 3 (88). — С. 173–176.
4. Баскетбол: учебник для вузов физической культуры // под ред. Ю. М. Портнова. — М: Физкультура и спорт, 1997. — 480 с.
5. Витман, Д. Ю. Программирование тактико-технической подготовки квалификационных баскетболистов с использованием средств дополненной реальности / Д. Ю. Витман, В. В. Козин // Научно-спортивный вестник Урала и Сибири. — 2018. — № 3(19). — С. 28–34.
6. Гомельский Е. Я. Техничко-тактическая подготовка баскетболистов 15–17 лет / Е. Я. Гомельский // Спорт в школе. — 2008. — № 24. — С. 39–47.

Voleybolchilarda masofaviy va vaqt bo'yicha mo'ljal olishni takomillashtirish usullari

Xudoyberganov Zokir Karimovich, o'qituvchisi
Islom Karimov nomidagi Toshkent Davlat Texnika Universiteti (Toshkent)

Voleybolchilar harakatlari texnikasini takomillashtirish sportchi sifatida uzluksiz ravishda o'zi ustida ishlash, shaxsiy qobiliyatlarini rivojlantirish, oldingi bilimlarini mustahkamlagan tarzda yangi ko'nikmalarni hosil qilishga asoslanadi. Sportchilarning o'yinga tayyorgarligi masofa va vaqtni «his qila olish», vaqtini to'g'ri taqsimlash va mo'ljal qila olish qobiliyatini rivojlantirish bilan chambarchas bog'liqdir.

Kalit so'zlar: zamonaviy voleybol, voleybolchi, to'pli o'yinlar, hujumchi, himoya, vaqtni his etish, samarador tashkillashtirish.

Методы совершенствования пространственно-временной ориентировки у волейболистов

Худойберганов Закир Каримович, преподаватель
Ташкентский государственный технический университет имени Ислама Каримова (Узбекистан)

Совершенствование техники движений волейболистов основано на постоянной работе над собой как спортсменом, развитии личных способностей, формировании новых навыков таким образом, чтобы закрепить ранее полученные знания. Подготовка спортсменов к игре тесно связана с развитием умения «чувствовать» дистанцию и время, правильно распределять время и прицеливаться.

Ключевые слова: современный волейбол, волейболист, игры с мячом, нападающий, защита, эффективная организация, дистанция.

Zamonaviy voleybol o'yini hozirda o'zining harakat tezligi juda yuqori ekani, ikkinchi to'p uzatishlarining qisqa masofadan berilishi, himoyachilarning o'zaro kelishib, aniq harakat qilishi, to'pni qaytarishda himoyani yorib o'tib, hujumni bartaraf qila oladigan kuchli himoya uslublarini o'zlashtirishni talab etishi kabi xususiyatlari bilan boshqalardan ajralib turadi. O'yinda guruhning bir tizim sifatida harakat qilishi va unda har bir o'yinchining o'z vazifasini aniqlik bilan bajarilishi talab etiladi. O'yin natijasida ham muvaffaqiyatga erishish uchun guruhning har bir a'zosi o'z majburiyatidan kelib chiqqan holda sifatli va tezkor harakat qilishi lozim. Sport ustasi maqomiga erishish uchun esa nafaqat, voleybol o'yini, balki, boshqa turdagi to'pli o'yinlarda ham o'yinchi to'p uzatishning turli xil texnik uslublarini bilishi, ikkinchi qisqa urishda to'pni aniq raqib maydoniga tushirish, hujum zarbalari bera olishi, himoya va to'sib qolish

usullarini o'zlashtirgan bo'lishi, oldindan turli rejalar tuzib qo'rgan bo'lishi kerak.

Guruh natijalari ko'p hollarda hujumchi harakatlariga bog'liq. O'yinda harakatlarni muvofiqlashtirish jarayonida muvaffaqiyatga erishish va vazifani a'lo darajada uddalash uchun harakatlar yo'nalishi turlicha: yuqori va quyi shaklida rejalashtirilishi zarur [2]. Malakali voleybolchilarning hujum harakatlarini bajarishdagi usullarini o'rganish to'pni qabul qilib olishda oyoq va qo'l harakatlarining turli darajadagi o'zgarishlarini tushunib olishda katta yordam beradi. Mashg'ulot vaqtida mos keluvchi usullarning rejalashtirilishi ko'p hollarda uning shakli va yo'nalishiga bog'liq. Mashg'ulotlarning to'g'ri tanlanishida eng asosiy talablardan biri sifatida esa qabul qilinayotgan to'pning harakatlar jamlanmasidagi asosiy xususiyatlariga ko'ra tanlanishini ko'rsatishimiz mumkin. Chunki, aynan

tò'pning uchish tezligi va yo'nalishi guruhdagi barcha o'yinchilarning harakatini belgilab beradi.

Voleybol o'yinida eng asosiy muammolardan biri — bu hujum va himoya harakatlarida samaradorlikni ta'minlab beruvchi tezlik xususiyatidir. Vaqt bo'yicha aniqlikni his eta olish qobiliyati guruhda harakatlar jamlanmasini to'g'ri ketma-ketlikda bajarish, ularning davom etish vaqtini to'g'ri belgilash, harakatlar tempi va maromini moslashtirish, javob zarbalarini samarali boshqarish uchun katta imkoniyatlar yaratadi. Guruh ishtirokchilarining vaqt tushunchasini to'g'ri belgilay olishi turli masshtabda o'tkaziladigan musobaqalarda o'yin harakatlarining ishonch bilan bajarilishi, guruh ichidagi barqarorlik va ishonch ruhini shakllantiradi.

«Vaqtini his etish» esa o'yin vaqtida raqib tomonidan to'p uzatilgan holatda unga javob qaytarish, javob reaksiyasi uchun o'zlashtirilgan harakatlar jamlanmasini ishga sola bilish, har bir o'yinchining to'pni qabul qilish jarayonida o'z vazifasini mukammal amalga oshirishi, texnik ko'rsatmalarning taqsimlanishi kabi xususiyatlarni o'z ichiga oladi. Jumladan, quyida to'pni ikkinchi qabul qilib olish vaqtidagi eng samarador tashkillashtirish uslubi keltirilgan:

- to'p kelishi vaqtini aniqlashtirish;
- javob harakatlarini bajarishdagi davomiylik;
- to'pni zararsiz holda qabul qilib olish davomiyligi va uni qaytarish ketma-ketligi.

Tahliliy harakat yordamida bajarilayotgan harakatlar jamlanmasi sifati baholangandan so'ng unda ishtirok etgan har bir elementning davomiyligi aniqlab olinadi. Bir nechta tahliliy sezgi omillari — eshitish, ko'rish va harakatni baholash haqida umumiy holat haqida ma'lumotga ega bo'lgach, harakatlar jamlanmasining butun yoki har bir elementi davomiyli taxminiy o'lchanadi [4]. Bunda ayniqsa, eshitish va ko'rish sezgi a'zolari mushaklar orqali vaqt hamda masofa haqida miyaga yetkazib berilgan axborotlarni qayta ishlash eng muhim, ilk vazifalardan bo'lib hisoblanadi. Voleybolchilarning birinchi harakati to'pni olib olish va uni qaytarish deb hisoblagan holda o'yinda eng yaxshi samara beruvchi taktika quyidagicha davom etishi mumkin:

1. Voleybol to'ridan eng qisqa masofada to'pni qabul qilib olishda muvaffaqiyatga erishish uchun o'yinchilar ham to'rga eng yaqin masofalarda joylashtirilgan bo'lishi shart [3].
2. Ammo, to'pni eng yaqin masofada raqib tomonga uzatib berishda yutib chiqish imkoniyati 1:1, ya'ni ellik foiz holatda to'p maydondan tashqariga chiqib ketadi (taym aut) [1].

Adabiyot:

1. Железняк, Ю. Д. Волейбол: у истоков мастерства / Ю. Д. Железняк, В. А. Кунянский; под ред. Ю. В. Питерцева. — М.: ФАИР-ПРЕСС, 1998. — 336 с.
2. Каширин, В. А. Структурный подход к развитию ловкости у волейболистов / В. А. Каширин, А. В. Бурцев, Л. Д. Назаренко. — Ульяновск: УлГУ, 2009. — 132 с., ил. 4. Цуканов, Б. И. Восприятие времени и спортивная специализация / Б. И. Цуканов // Теория и практика физической культуры. — 1988. — № 10. — С. 32–35.
3. Шипулин, Г. Я. Научное обеспечение соревновательной деятельности и тренировочного процесса в современном волейболе / Г. Я. Шипулин // Спорт и здоровье: материалы I междунар. науч. конгресса (Санкт-Петербург, Россия) / С.-Петербург. гос. акад. физ. культуры им. П. Ф. Лесгафта. — СПб., 2003. — Т. 2. — С. 288–289.
4. Zheleznyak, Yu. D. Trends of the classic volleyball development at the present stage / Yu. D. Zheleznyak, G. Ya. Shipulin, O. E. Serdyukov // Theory and Practice of Physical Culture. — 2004. — No. 4. — P. 30–33.
5. Shipulin, G. Ya. Scientific support of competitive activity and training process in today's volleyball / G. Ya. Shipulin // Sport & Health: Materials of the I International Scientific Congress (St. Petersburg, Russia) / St. Petersburg State Academy of Physical Culture named after P. F. Lesgaft. — SPb., 2003. — Vol. 2. — P. 288–289.

3. To'pni uzatib berishda masofaning ahamiyati ancha katta, chunki, to'p uzatilayotgan masofa qanchalik uzoq bo'lsa, uni uzatib berishda kuchning ulushi va yo'qotish ehtimolligi ortib, aksincha, biror nuqtaga yetkazib berishda aniqlik darajasi pasayib boradi.

Hujum qiluvchi zarba berilganda o'yinchilarning quyidagi xususiyatlari mavjudligi alohida ahamiyatga ega [4]:

- javob reaksiyasi tezligi;
- qaror qabul qilish tezligi;
- tayyorgarlik harakatlarini bajarishga ajratilgan vaqt;
- o'yin maydonida uch metr gacha bo'lgan qisqa masofada joydan-joyga ko'chish.

Professional voleybolchilarning tezlik bo'yicha xususiyatlarini yanada mukammallashtirishda kompleks yondashuv zarur bo'lib, u quyidagi yo'nalishlarga e'tibor qaratishni talab etadi:

- O'yinlarga jismonan tayyorgarlik ko'rishda ruhan va kuch jihatdan doimiy ustunlikning mavjudligi [5];
- Mashg'ulotlarda javob harakatlarini takomillashtirish, murakkab harakatlar jamlanmasini bajarishda vaqt omiliga e'tibor qaratish, uni juda qisqa vaqt ichida asosiy, qo'shimcha va yordamchi xususiyatlar yordamida obyektiv baholay olish kabi mashqlarni yo'lga qo'yish;
- Mashg'ulotlarda turli harakat tezligini keltirib chiqaruvchi holatlardan pedagogik maqsadlarda foydalanishni amalga oshirish (qum, tuproq yoki maysa ustida o'yinni olib borish), tezlik mashqlarida yengillashtiruvchi omillardan foydalanish, nishabligi yuqori bo'lgan joylarda tezlik mashqlarini bajarish; har bir va uch qadamda murabbiy buyrug'iga ko'ra sakrash mashqini bajarish, tezlikni tushirmagan holda yugurish yo'nalishini o'zgartirish kabilarni doimiy ravishda qo'llash ishlarini olib borish.

Sportchida «vaqtini his etish» ni shakllantirishda esa quyidagi uslub yaxshi yordam berishi mumkin (asosan old chiziqda joylashgan sportchilar misolida) [6]:

1. To'p uzatishni sakrashning eng yuqori nuqtasida gimnastik egilish bilan birga amalga oshirish;
2. To'pni tayanchsiz holda sakragandagina uzatib berish;
3. To'p uzatayotgan holda oldingi chiziqdagi to'siq (o'yinchilardan tashkil etilgan to'siq) ni yorib o'tish darajasida qattiq uzatib berish;
4. To'pni murabbiy hushtagi chalingandan so'ng imkon qadar uchinchi yoki to'rtinchi soniyalarda raqibga yetkazib berishni amalga oshirish.

Молодой ученый

Международный научный журнал
№ 12 (459) / 2023

Выпускающий редактор Г. А. Кайнова
Ответственные редакторы Е. И. Осянина, О. А. Шульга, З. А. Огурцова
Художник Е. А. Шишков
Подготовка оригинал-макета П. Я. Бурьянов, М. В. Голубцов, О. В. Майер

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». 420029, г. Казань, ул. Академика Кирпичникова, д. 25.

Номер подписан в печать 05.04.2023. Дата выхода в свет: 12.04.2023.

Формат 60×90/8. Тираж 500 экз. Цена свободная.

Почтовый адрес редакции: 420140, г. Казань, ул. Юлиуса Фучика, д. 94А, а/я 121.

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.