

ИЗУЧЕНИЕ ХИМИЧЕСКОГО СОСТАВА ВОДНЫХ ИЗВЛЕЧЕНИЙ РАСТЕНИЙ РОДА ARTEMISIA L.

Северин А.П., Сипливая Л.Е.,
Яцюк В.Я.

*Курский государственный
медицинский университет, Курск,*

Данная работа является продолжением начатых исследований химического состава БАВ некоторых видов рода полыни.

Фитохимическое исследование проводили в несколько этапов: получение водных, спирто-водных экстрактов, фракционирование природных соединений, их качественная и количественная идентификация.

Объектами наших исследований служили наземные органы полыни (п.) горькой, п. обыкновенной и п. эстрагон, а также шрот после получения настоя п. горькой и п. обыкновенной.

Для изучения химического состава водных извлечений установлены условия оптимизации их получения (степень измельчения сырья, число ступеней экстракции, гидромодуль и др.). Установлено, что для получения водных извлечений целесообразно использовать сырье с размером частиц 1-2 мм, трехкратную экстракцию при соотношении твердой и жидкой фаз 1:15.

Водные извлечения использовались для определения органических кислот и дубильных веществ.

Качественный анализ органических кислот и дубильных веществ в водных извлечениях осуществляли методами одномерной ТСХ и бумажной хроматографии в системах растворителей: 95% этиловый спирт – аммиак концентрированный – (16:4,5), метилэтилкетон – ацетон – муравьиная кислота – вода (40:2:1:6). В изучаемых видах сырья были обнаружены и идентифицированы с достоверными образцами органические кислоты и дубильные вещества, преимущественно производные пирокатехина.

Для количественного анализа обнаруженных веществ нами были использованы методики определения аскорбиновой кислоты, свободных органических кислот в пересчете на яблочную кислоту и дубильных веществ, изложенные в ГФ XI.

В результате проведенных исследований установлено, что шрот и трава содержат, соответственно, дубильные вещества (п. обыкновенная – 4,5 и 8%; п. горькая – 7,5 и 10,5%; п. эстрагон – 0,5 и 3%), аскорбиновую кислоту (п. обыкновенная – 0,14 и 0,2%; п. горькая – 0,04 и 0,22%; п. эстрагон – 0,02 и 0,16%), органические кислоты (п. обыкновенная – 0,32 и 0,68%; п. горькая – 0,12 и 0,76%; п. эстрагон – 0,036 и 0,04%) и могут служить потенциальными источниками для получения этих групп БАВ.

Экономические науки

ФОРМИРОВАНИЕ СТРАТЕГИЧЕСКИХ КОММУНИКАТИВНЫХ ЦЕЛЕЙ КАК ОСНОВЫ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНА

Селюков М. В., Скачков Р.А.

*НИУ «Белгородский государственный
университет», Белгород,
e-mail maxisel@mail.ru*

Общие закономерности мирового экономического развития характеризуют необходимость использования компоненты «коммуникация» при формировании стратегии социально-экономического развития региона. Актуальность разработки и реализации коммуникационной стратегии на мезоэкономическом уровне подтверждается возможностью полного взаимодей-

ствия региона с внешней и внутренней средой, получая при этом необходимые стратегические сведения о возможностях, угрозах, препятствиях в реализации намеченного плана развития в долгосрочной перспективе.

Важнейшей составляющей коммуникативной стратегии являются долгосрочные коммуникативные цели. Формировать стратегические коммуникативные цели, основываясь исключительно на информации о видении, миссии и общих стратегических целях, крайне опасно – не учитываются негативные воздействия важнейших факторов внешней и внутренней сред [1].

Как и любой процесс целеполагания, процесс формирования стратегических коммуникативных целей региона происходит по определенному алгоритму, который включает несколько этапов:

1. Формирование видения, миссии и стратегических целей развития;

2. Разработка направлений развития (Направление 1, Направление 2, Направление 3, ..., Направление *n*);

3. Поиск и определение заинтересованных сторон как во внешней, так и внутренней среде региона;

4. Формирование стратегических коммуникативных целей.

Необходимо отметить, что эти этапы предполагают наличие обратной связи между собой для своевременной корректировки в случае обнаружения на завершающем этапе целеполагания новых факторов и непредвиденных обстоятельств, которые должны быть включены в список рассматриваемых факторов – как негативных, так и позитивных.

Процесс формирования стратегических коммуникативных целей в регионе начинается с формирования видения и миссии региона. Если они не установлены или отсутствует их точная формулировка, то необходимо выделить приоритетные направления развития региона и на их основе сформировать общее видение и миссию будущего состояния в долгосрочной перспективе развития региона.

Далее следует разработка общих стратегических целей развития региона, которые могут быть выражены как количественно, так и качественно.

Так, в Белгородской области стратегической целью развития является достижение достойного качества жизни населения Белгородской области и его постоянное улучшение [2]. Эти три составляющих завершают первый этап формирования стратегических коммуникативных целей в регионе.

Следующим этапом является определение направлений реализации общих стратегических целей региона. На наш взгляд, такими направлениями в Белгородской области могут стать разработанные в рамках Стратегии социально-экономического развития Белгородской области до 2025 года кластеры:

1. Социальный – социальное направление.
2. Сельскохозяйственный – сельскохозяйственное направление.
3. Строительный – строительное направление.
4. Горно-металлургический – промышленное направление.
5. Туристско-рекреационный – туристско-рекреационное направление.

Установленные направления развития должны быть подвергнуты тщательному анализу и, в

первую очередь, с позиции положительных и отрицательных мнений и действий заинтересованных сторон внутренней и внешней среды региона, т.е. стейкхолдеров.

Завершающим этапом является непосредственно формулировка стратегических коммуникативных целей региона.

Следует отметить, что некоторые коммуникативные цели становятся очевидными сразу после формулирования общих стратегических целей развития региона, однако необходима более точная проработка таких целей для точного выявления возможных негативных воздействий внешней и внутренней среды на направления реализации общих стратегических целей развития.

Разработку стратегических коммуникативных целей логично завершить описанием ключевых сообщений и «окном возможностей». Ключевые сообщения – это ключевые фразы, которые дословно или с некоторой интерпретацией должны звучать в коммуникативных посланиях. «Окна возможностей» – рамки многообразия позитивных коммуникаций, непосредственно не связанных с достижением стратегических коммуникационных целей, но увеличивающих выгоду внешних и внутренних заинтересованных лиц (публикации в специализированной прессе научно-практических статей, участие в профессиональных конференциях и др.) [1].

Таким образом, формирование стратегических коммуникативных целей региона позволяет в рамках разработки стратегии развития наиболее точно и полно выявить возможные положительные и отрицательные воздействия при достижении намеченных целей со стороны стейкхолдеров, а также результативнее осуществлять коммуникации с заинтересованными лицами как внутри региона, так и за его пределами.

Список литературы

1. Кравец, М.А. Формирование стратегических коммуникативных целей коммерческого банка / М.А. Кравец, И.В. Шершень // Менеджмент в России и за рубежом. – 2009. – №3. – С. 36–42.
2. Стратегия социально-экономического развития Белгородской области до 2025 года, утвержденная постановлением правительства Белгородской области от 27 октября 2008 года №269-пп.