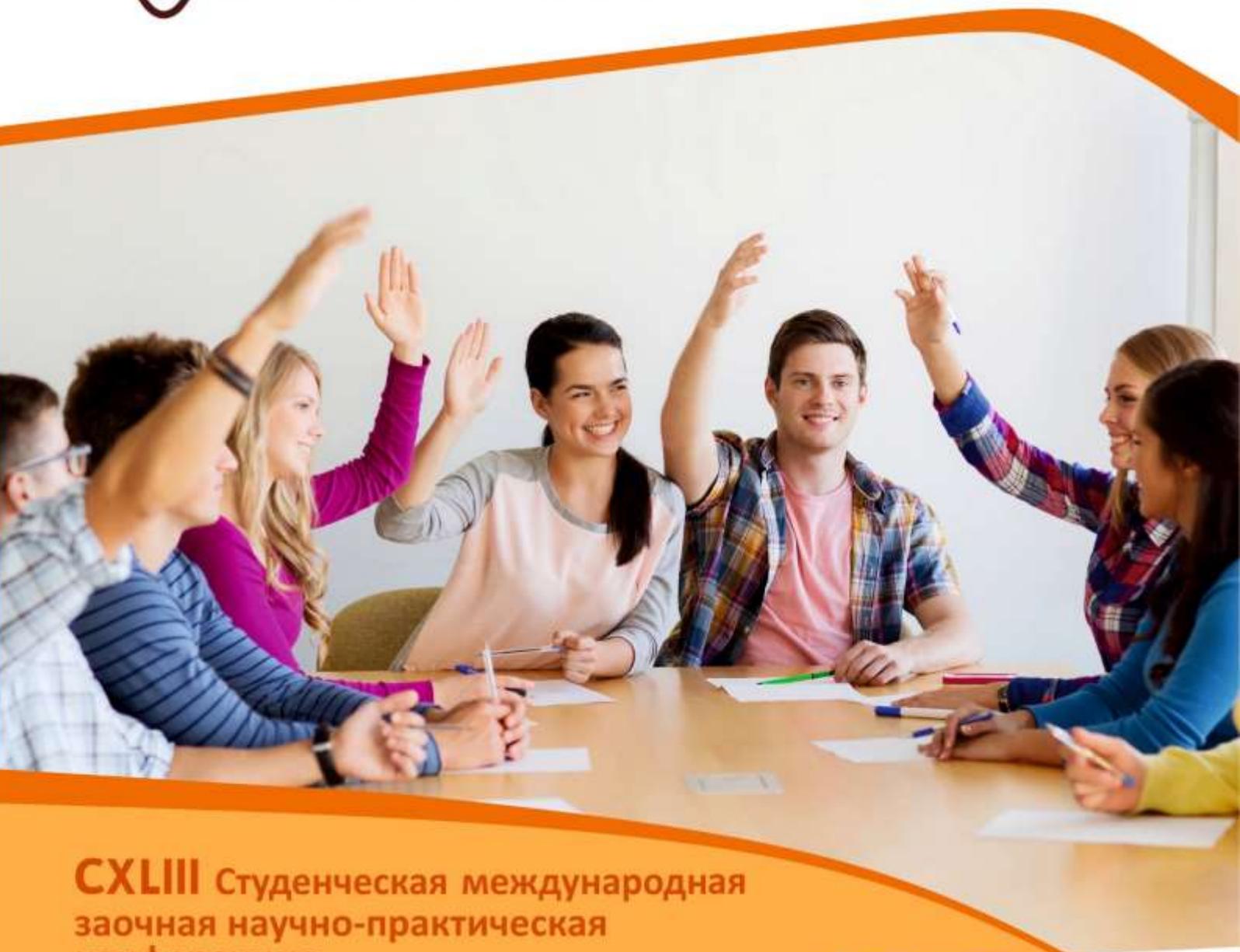




**НАУЧНЫЙ
ФОРУМ**
nauchforum.ru

ISSN 2618-6829



СХLIII Студенческая международная
заочная научно-практическая
конференция

МОЛОДЕЖНЫЙ НАУЧНЫЙ ФОРУМ
№33(143)

г. МОСКВА, 2021



МОЛОДЕЖНЫЙ НАУЧНЫЙ ФОРУМ

*Электронный сборник статей по материалам СХLIII студенческой
международной научно-практической конференции*

№ 33 (143)
Октябрь 2021 г.

Издается с декабря 2017 года

Москва
2021

УДК 08
ББК 94
М75

Председатель редколлегии:

Лебедева Надежда Анатольевна – доктор философии в области культурологии, профессор философии Международной кадровой академии, г. Киев, член Евразийской Академии Телевидения и Радио.

Редакционная коллегия:

Арестова Инесса Юрьевна – канд. биол. наук, доц. кафедры биоэкологии и химии факультета естественнонаучного образования ФГБОУ ВО «Чувашский государственный педагогический университет им. И.Я. Яковлева», Россия, г. Чебоксары;

Ахмеднабиев Расул Магомедович – канд. техн. наук, доц. кафедры строительных материалов Полтавского инженерно-строительного института, Украина, г. Полтава;

Бахарева Ольга Александровна – канд. юрид. наук, доц. кафедры гражданского процесса ФГБОУ ВО «Саратовская государственная юридическая академия», Россия, г. Саратов;

Бектанова Айгуль Карибаевна – канд. полит. наук, доц. кафедры философии Кыргызско-Российского Славянского университета им. Б.Н. Ельцина, Кыргызская Республика, г. Бишкек;

Волков Владимир Петрович – канд. мед. наук, рецензент АНС «СибАК»;

Елисеев Дмитрий Викторович – кандидат технических наук, доцент, начальник методологического отдела ООО "Лаборатория институционального проектного инжиниринга";

Комарова Оксана Викторовна – канд. экон. наук, доц. доц. кафедры политической экономики ФГБОУ ВО "Уральский государственный экономический университет", Россия, г. Екатеринбург;

Лебедева Надежда Анатольевна – д-р филос. наук, проф. Международной кадровой академии, чл. Евразийской Академии Телевидения и Радио, Украина, г. Киев;

Маршалов Олег Викторович – канд. техн. наук, начальник учебного отдела филиала ФГАОУ ВО "Южно-Уральский государственный университет" (НИУ), Россия, г. Златоуст;

Орехова Татьяна Федоровна – д-р пед. наук, проф. ВАК, зав. кафедрой педагогики ФГБОУ ВО «Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И. Носова», Россия, г. Магнитогорск;

Самойленко Ирина Сергеевна – канд. экон. наук, доц. кафедры рекламы, связей с общественностью и дизайна Российского Экономического Университета им. Г.В. Плеханова, Россия, г. Москва;

Сафонов Максим Анатольевич – д-р биол. наук, доц., зав. кафедрой общей биологии, экологии и методики обучения биологии ФГБОУ ВО "Оренбургский государственный педагогический университет", Россия, г. Оренбург;

М75 Молодежный научный форум. Электронный сборник статей по материалам СХLIII студенческой международной научно-практической конференции. – Москва: Изд. «МЦНО». – 2021. – № 33 (143) / [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: [https://nauchforum.ru/archive/MNF_interdisciplinarity/33\(143\).pdf](https://nauchforum.ru/archive/MNF_interdisciplinarity/33(143).pdf)

Электронный сборник статей СХLIII студенческой международной научно-практической конференции «Молодежный научный форум» отражает результаты научных исследований, проведенных представителями различных школ и направлений современной науки.

Данное издание будет полезно магистрам, студентам, исследователям и всем интересующимся актуальным состоянием и тенденциями развития современной науки.

Оглавление

| | |
|--|-----------|
| Рубрика 1. «Медицина и фармацевтика» | 4 |
| ОСОБЕННОСТИ ТЕЧЕНИЯ АЛЛЕРГИЧЕСКОГО КОНТАКТНОГО ДЕРМАТИТА Дюбанова Елизавета Валерьевна Полякова Ксения Александровна Порошина Лариса Александровна | 4 |
| Рубрика 2. «Науки о земле» | 8 |
| ОСНОВНЫЕ ПРИЧИНЫ АВАРИЙ И ЧРЕЗВЫЧАЙНЫХ СИТУАЦИЙ В НЕФТЯНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ Гайнцева Алеся Азатовна Аксенов Сергей Геннадьевич | 8 |
| Рубрика 3. «Филология» | 18 |
| МЕТОДИКИ ИНТЕНСИВНОГО ОБУЧЕНИЯ КИТАЙСКИХ СТУДЕНТОВ ЧТЕНИЮ НА РУССКОМ ЯЗЫКЕ Чжан Мэнде | 18 |
| Рубрика 4. «Экономика» | 24 |
| ФАКТОРЫ ФОРМИРОВАНИЯ ЛОЯЛЬНОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ Глухова Евгения Валерьевна Воловская Нина Михайловна | 24 |
| УПРАВЛЕНИЕ КРЕДИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТЬЮ Мутыгуллина Альбина Зинфировна Байгузина Люза Закиевна | 28 |
| ХАРАКТЕРИСТИКА РОССИЙСКОГО РЫНКА ЭКСПОРТЕРОВ ПРОДУКЦИИ ЛЕСОПЕРЕРАБОТКИ Олексий Александра Евгеньевна | 36 |
| СУЩНОСТЬ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: ПОНЯТИЕ И ПОДХОДЫ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ Павлецова Галина Андреевна | 41 |

РУБРИКА 1.

«МЕДИЦИНА И ФАРМАЦЕВТИКА»

ОСОБЕННОСТИ ТЕЧЕНИЯ АЛЛЕРГИЧЕСКОГО КОНТАКТНОГО ДЕРМАТИТА

Дюбанова Елизавета Валерьевна

*студент,
Гомельский государственный медицинский университет,
Беларусь, г. Гомель*

Полякова Ксения Александровна

*студент,
Гомельский государственный медицинский университет,
Беларусь, г. Гомель*

Порошина Лариса Александровна

*научный руководитель старший преподаватель,
Гомельский государственный медицинский университет,
Беларусь, г. Гомель*

Введение

Аллергодерматозы – широко распространенное заболевание кожи [1]. В настоящее время в мире отмечается рост частоты контактного дерматита, атопического дерматита, экземы, от которых в развитых странах страдает до 25% населения. Повсеместно наблюдается увеличение количества больных с тяжелым течением и торпидностью аллергодерматозов к проводимой терапии. В связи с этим вопросы прогнозирования риска развития аллергических профессиональных заболеваний кожи остаются актуальными [2].

В настоящее время аллергические болезни рассматривают как “группу заболеваний, в основе которых лежат состояния измененной реактивности к антигенной стимуляции” (С. von Pirquet, 1906) или как “повреждения, вызываемые иммунной реакцией на экзоаллергены”. Исходя из этих определений, можно предложить две формы аллергического дерматита: атопическую и транзиторную [3].

Цель

Изучить особенности клинического течения и коморбидные состояния у пациентов с аллергическим контактным дерматитом.

Материалы и методы

Был проведен ретроспективный анализ историй болезни 16 пациентов, находившихся на стационарном лечении в Гомельском областном кожно-венерологическом диспансере, среди которых 10 мужчин (62,5%) и 6 женщин (37,5%). В данной работе оценивались возраст, пол, локализация и стадии течения, длительность стационарного лечения, лабораторные данные и коморбидные состояния пациентов с аллергическим контактным дерматитом. ИМТ рассчитывался по формуле: масса (кг) / рост (м²).

Результаты исследования и их обсуждение

Пациенты, которым был диагностирован аллергический контактный дерматит, были в возрасте от 14 до 82 лет. Средний возраст составил: 36,9± 21,22. Наиболее часто аллергический контактный дерматит наблюдался в возрасте 18-20 лет среди мужчин (30%), а в возрасте 41-50 лет – среди женщин (33,3%) (Таблица 1).

Таблица 1.

Распределение пациентов с аллергическим контактным дерматитом по возрасту и полу

| Пациенты | Возрастной диапазон | | | | | | | | |
|----------|---------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-----|
| | <18 | 18-20 | 21-30 | 31-40 | 41-50 | 51-60 | 61-70 | 71-80 | >80 |
| Женщины | 1 | 0 | 1 | 1 | 2 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| Мужчины | 1 | 3 | 2 | 1 | 0 | 2 | 0 | 1 | 0 |
| Итого | 16 | | | | | | | | |

У 11 пациентов (68,8%) с аллергическим контактным дерматитом процесс имел распространенный характер с поражением нескольких анатомических областей.

У 10 пациентов (62,5%) дерматит имел острое течение. Подострая форма наблюдалась у 6 пациентов (37,5%). Таким образом, в стационаре преобладают пациенты с острым течением, так как это заболевание способно вызывать

нарушение трудоспособности. Пациенты с менее выраженной активностью и меньшим снижением работоспособности наблюдаются в поликлинике.

Данные о распределении пациентов с аллергическим контактным дерматитом в зависимости от величины ИМТ представлены в таблице 2.

Таблица 2.

Распределении пациентов с аллергическим контактным дерматитом в зависимости от величины ИМТ

| ИМТ | 18,5-24,99 Норма | 25-29,99 Избыточная масса тела | 30-34 Ожирение I степени | 35-39,9 Ожирение II степени | ≥40 Ожирение III степени |
|------------|-----------------------------|---|---|--|---|
| Пациенты | 56,25% | 12,50% | 18,75% | 12,50% | 0% |
| Всего | 100% | | | | |

Таким образом, больше половины пациентов с аллергическим контактным дерматитом имели нормальный ИМТ. Ожирение встречалось у 31,25% пациентов.

Так же у 69% пациентов наблюдались сопутствующие заболевания, такие как: АГ (4 пациента), ОРВИ (1 пациент), панариций большого пальца кисти (1 пациент), кандидоз складок (клинический, 1 пациент), себорейный кератоз (1 пациент), распространенный фолликулит (1 пациент), доброкачественная лимфоплазия (1 пациент), диссеминированная красная волчанка (1 пациент).

При анализе лабораторных данных у 6 пациентов (37,5%) отмечено ускорение СОЭ. Лимфоцитоз определялся у 5 человек (31,3%). Лейкоцитоз наблюдался у 2 пациентов (12,5%). Повышение палочкоядерных нейтрофилов выявлено у 5 пациентов (31,3%). У 2 пациентов (12,5%) выявлена эозинофилия. Помимо этого, у 5 пациентов (31,3%) наблюдалось снижение уровня моноцитов. Таким образом, у 11 пациентов (68,8%) с аллергическим контактным дерматитом в ОАК отмечались признаки воспаления.

При изучении ОАМ у большинства пациентов (62,5%) наблюдались изменения различных показателей. Наиболее часто наблюдался лейкоцитоз.

Средняя длительность пребывания в стационаре составила 9 койко-дней (Таблица 3).

Таблица 3.

Распределение пациентов с аллергическим контактным дерматитом по времени пребывания в ГОККВД

| | Койко-дни | | | | | | |
|----------|-----------|-----|-----|------|------|------|------|
| | 7дн | 8дн | 9дн | 10дн | 11дн | 14дн | 20дн |
| Пациенты | 6 | 2 | 3 | 2 | 1 | 1 | 1 |
| Итого | 16 | | | | | | |

Выводы:

1. Возрастной диапазон пациентов, у которых данное заболевание встречалось чаще: 18-20 лет среди мужчин и 41-50 лет среди женщин.
2. Наиболее часто имела место распространенная локализация (68,8%).
3. В стационаре преобладают пациенты с острым течением (62,5%), так как это заболевание способно вызывать нарушение трудоспособности.
4. Ожирение встречалось у 31,25% пациентов.
5. Среди сопутствующих патологий у обследованных лиц с аллергическим контактным дерматитом чаще всего встречалась артериальная гипертензия.
6. У 11 пациентов (68,8%) определялись признаки воспаления в ОАК.
7. Средняя длительность пребывания в стационаре составила 9 койко-дней.

Список литературы:

1. Порошина Л.А. Особенности клинических проявлений инфекционной экземы, подходы к выбору антибиотикотерапии / Л.А. Порошина // Проблемы здоровья и экологии. – 2015. - № 3 (45). – С. 38–41.
2. Шагалина А.У. Прогнозирование риска развития профессиональных аллергических заболеваний кожи / А.У. Шагалина, А.Б. Бакиров, Л.М. Масыгутова Д.О. Каримов // Медицина труда и экология человека. – 2015. – № 1. – С. 52–56.
3. Ровда Ю.И. Аллергическая аномалия конституции: аллергический дерматит у детей / Ю.И. Ровда // Мать и дитя в Кузбассе. – 2017. – № 12. – С. 32–38.

РУБРИКА 2. «НАУКИ О ЗЕМЛЕ»

ОСНОВНЫЕ ПРИЧИНЫ АВАРИЙ И ЧРЕЗВЫЧАЙНЫХ СИТУАЦИЙ В НЕФТЯНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Гайнцева Алеся Азатовна

*магистрант,
ФГБОУ ВО Уфимский государственный
авиационный технический университет,
РФ, г. Уфа*

Аксенов Сергей Геннадьевич

*д-р экон. наук, профессор,
ФГБОУ ВО Уфимский государственный
авиационный технический университет,
РФ, г. Уфа*

В настоящее время опасность для населения и окружающей природной среды обуславливается наличием в промышленности и энергетике большого количества радиационно, химически, пожаро и взрывоопасных производств и технологий.

Актуальность темы заключается в том, что чрезвычайная ситуация техногенного характера – это обстановка на определенной территории, сложившаяся в результате аварии или опасного техногенного происшествия, которые могут повлечь или повлекли за собой человеческие жертвы, ущерб здоровью людей или окружающей природной среде, значительные материальные потери и нарушение условий жизнедеятельности. Чрезвычайные ситуации техногенного характера возникают в процессе производственной деятельности человека.

Вместе с тем, авария - это чрезвычайное событие техногенного характера, заключающееся в повреждении, выходе из строя, разрушении технического устройства или сооружения во время его работы. Количество аварийных ситуаций на НПЗ и нефтехимических заводах выросло на 58%. Количество аварий на объектах нефтехимического и нефтеперерабатывающего комплексов

выросло с 12 до 19 по итогам 2019 года. При этом общее число аварийных ситуаций на опасных производственных объектах сократилось со 133 до 123.

Согласно предварительным данным Ростехнадзора, число несчастных случаев со смертельным исходом на промышленных объектах снизилось со 177 до 165. Проанализируем аварии в 2008 и 2020 году относящиеся к техногенным и рассмотрим причины их возникновения. 23 июля 2020 г. произошел *пожар* на Саратовском *нефтеперерабатывающем заводе*. Одной из основных причин аварии стало превышение содержания воды в нефти.

Так, например, 29 мая 2008 г. в водородной компрессорной установке по вторичной переработке нефти на НПЗ в городе Кириши Ленинградской области произошел взрыв водородсодержащей смеси, а в следствии и пожар. В результате на месте погиб один человек, позже еще четверо скончались в больнице. Экономический ущерб от аварии составил 107 миллионов рублей. Ранее, 20 февраля на том же предприятии загорелся пластик, рядом с которым производились несанкционированные сварочные работы. Общая площадь пожара составила около 400 квадратных метров. Жертв и пострадавших не было.

Однако, с июля 2006 года на территории промышленной зоны села Даурия без разрешения производились работы по строительству, монтажу и запуску малотоннажного нефтеперерабатывающего завода. В процессе пуско-наладочных работ на заводе перерабатывалась нефть с получением бензина, керосина, мазута, дизельного топлива и парафина, которые продавались. На предприятии после пробных пусков оборудования сложилась взрывоопасная ситуация, поскольку в аппаратах, резервуарах и трубопроводах остались пары нефтепродуктов.

Основными причинами производственных аварий являются:

- несоблюдение правил техники безопасности;
- нарушение эксплуатации опасных объектов;
- нарушение ведения режима и норм технологического процесса;
- нарушение производственной дисциплины и несанкционированные действия работников при выполнении работ;

- неудовлетворительная подготовка специалистов.

Тем не менее в Федеральном законе от 21 июля 1997 г. № 116-ФЗ «О промышленной безопасности опасных производственных объектов» определяются правовые, экономические и социальные основы обеспечения безопасной эксплуатации опасных производственных объектов, направленные на предупреждение аварий на опасных производственных объектах и обеспечение готовности эксплуатирующих опасные производственные объекты юридических лиц и индивидуальных предпринимателей к локализации и ликвидации последствий указанных аварий.

Следует отметить, что при эксплуатации любого производственного объекта повышенной опасности всегда существует вероятность возникновения серьезных чрезвычайных происшествий, аварий, технических инцидентов, а также несчастных случаев, в том числе со смертельным исходом.

Подобные процессы проявляются в форме разрушения зданий и сооружений, поломке технических механизмов и устройств. Это происходит обычно из-за взрывных процессов и последующих выбросов горячих и токсичных веществ, которые зачастую не поддаются дальнейшему контролю.

Причины, которые провоцируют подобные негативные явления при эксплуатации опасных производственных объектов: техническое состояние основного и вспомогательного оборудования, а также производственных зданий и сооружений, уровень квалифицированности специалистов, работающих на данном производственном объекте, организация процесса производства в части предупреждения возникновения чрезвычайных происшествий, аварий и несчастных случаев.

По данным Ростехнадзора, в течение последних 10 лет основные причины аварий в нефтегазовой сфере можно классифицировать на технические и организационные. К первым относятся повреждения и дефекты в конструкции зданий ОПО, технические проблемы с оборудованием, отклонения от проектных решений в процессе строительства производственного объекта, высокий износ технологического оборудования, недостаточный уровень внедрения новых

технологий, отсутствие модернизации установок, невысокое оснащение производства автоматическими устройствами, активность коррозионных процессов используемых технологических аппаратов, отсутствие сигнализирующих устройств.

К организационным причинам возникновения аварий и технических инцидентов на объектах нефтяной промышленности относят недостаточный уровень производственно-технологической дисциплины на опасных производственных объектах, неквалифицированный персонал, отсутствие расчетов риска на конкретном рабочем месте, отсутствие назначенных ответственных рабочих лиц, имеющих профессиональную подготовку.

Необходимо отметить, что в основном организационные причины аварий в нефтегазовой отрасли зависят от того, насколько эффективно отлажена технология процесса производства. Проблема заключается в том, что в отрасли отсутствует эффективная система контроля над производством в части обеспечения и соблюдения требований промышленной безопасности. На опасных производственных объектах нефтегазовых предприятий нарушается технологический процесс, оборудование содержится в ненадлежащем для эксплуатации состоянии, а также игнорируются нормативные регламенты безопасности.

Практически все специалисты отрасли утверждают, что требования и нормативы промышленной безопасности не могут отвечать современному уровню опасных производственных объектов, а также профессионализму рабочего персонала и специалистов. Несмотря на это эксперты в области безопасности уверены, что многочисленные аварии на предприятиях нефтегазового комплекса связаны с незнанием, непониманием, а иногда просто игнорированием утверждённого нормативного регламента промышленной безопасности.

По информации Ростехнадзора причинами практически половины всех чрезвычайных происшествий, аварий, инцидентов и несчастных случаев на опасных производственных объектах нефтяной и газовой отрасли, являются факторы, которые относятся к техническим, то есть износ оборудования, коррозия, устаревание устройств и установок, остальные имеют организационный

характер. Конкретный работник в производственно-технологической цепочке играет в области промышленной безопасности ведущую роль.

Главные условия эффективного и безопасного управления опасным производственным объектом нефтегазовой промышленности является профессионализм и высокая квалификация специалистов и рабочего персонала. Но, в этом вопросе существует серьезная проблема: на сегодняшний день отсутствуют конкретные правила и требования, определяющие профессионализм и компетенцию как руководства, так и специалистов в области промышленной безопасности. Также эксперты заявляют, что наличие специальных курсов по этой области в профильных высших и специальных учебных заведениях также не решает данную проблему.

Существует подготовка в области промышленной безопасности в рамках предаттестационной деятельности специалиста, но, функционирование системы повышения квалификации и переподготовки практически не работает. Сегодня перед нефтегазовой отраслью стоит важнейшая проблема, которую необходимо незамедлительно решать, а именно она заключается в новом, более эффективном, не формальном, а абсолютно работающем подходе к подготовке и переподготовке специалистов в области промышленной безопасности опасных производственных объектов нефтяной и газовой промышленности.

Необходимо правильно понимать вопрос, а что такое компетенция? Если рассматривать с точки зрения безопасной эксплуатации производственного процесса, то это обладание профессиональными знаниями, наличие опыта и технической интуиции, а также логики. Не менее важным является умение использовать все эти человеческие качества не только в недопущении аварий и чрезвычайных ситуаций на опасных производственных объектах, но и предотвращении их последствий. Но для этого нужны постоянные тренинги, на которых прорабатываются всевозможные технические сценарии, которые могут произойти на предприятиях нефтегазовой отрасли. Для организации подобного процесса существуют специальные центры подготовки специалистов в области безопас-

ности. Задача этих структур состоит в том, чтобы изначально оценив сильные и слабые стороны обучающихся, правильно выстроить процесс обучения.

Одной из основных функций государства в системе развития экономики и соблюдения цивилизованных правил и норм социальной политики является защита общества от последствий техногенных катастроф, чрезвычайных ситуаций и технических инцидентов на промышленных предприятиях. Для того, чтобы достигнуть прогрессивного состояния в этой сфере, соответствующими органами федеральной власти разрабатываются нормативные требования, которые должны обеспечить на предприятиях соблюдение правил безопасности эксплуатации производственных подразделений.

Государственной структурой, которая надзирает над соблюдением этих правил является Федеральная служба по экологическому, технологическому и атомному надзору или Ростехнадзор. Так, в 1997 году был принят Федеральный закон «О промышленной безопасности опасных производственных объектов», контроль, над исполнением которого, и является ключевым в этой сфере. Уровень состояния промышленной безопасности во многом зависит от качества производственного контроля, осуществляемого эксплуатирующей организацией. Этой процедуре подвергаются факторы и показатели, влияющие на уровень аварийности и травматизма на опасных производственных объектах.

Согласно данным Ростехнадзора в течение 8 лет, начиная с 2005 года на ОПО нефтяной и газовой промышленности (добыча топливных ресурсов, система газораспределения и потребления, нефтепереработка, магистральные сети) было зарегистрировано 812 аварий, на которых погибло 333 человека. В соответствии с соответствующим нормативным регламентом после каждого чрезвычайного случая проводится тщательное расследование. Их анализ показал, что основными причинами аварий на предприятиях нефтегазовой промышленности являются: отсутствие или неквалифицированный надзор со стороны служб технического контроля за состоянием основных производственных фондов объектов с повышенной опасностью, слабая организация работ на опасных производственных объектах, нарушение нормативного производственно-технологического

режима, а также ошибки рабочего персонала, совершаемые при эксплуатации работ на ОПО. Наличие на опасных производственных объектах рабочего оборудования, не предусмотренного проектом и не соответствующего правилам промышленной безопасности. Использование в зонах повышенной взрывоопасности приборов не имеющих соответствующую защиту. Следовательно, все вышеперечисленные причины вызваны только одним – недостаточным уровнем эффективности системы производственного контроля за выполнением нормативного регламента промышленной безопасности, который предусмотрен Федеральным законом «О промышленной безопасности опасных производственных объектов». Обозначенный нормативный акт должен соблюдаться абсолютно всеми предприятиями, которые эксплуатируют ОПО. Речь идет не только о соблюдении организационных факторов, касающихся этой темы, но и осуществлении системы подготовки и обучения в области промышленной безопасности. Понятно, что только квалифицированные кадры способны контролировать уровень безопасности на опасных производственных объектах, надзирая над соблюдением нормативного регламента в этой сфере и только они способны в случае, если аварии все-таки по каким-то причинам произошли, уменьшить и локализовать последствия, причиненные данной чрезвычайной ситуацией. Так, производственный контроль над соблюдением главных требований промышленной безопасности также включает в себя проведение инструктажа рабочего персонала перед эксплуатацией оборудования опасных производственных объектов. В настоящее время для проведения процедуры допуска к работам по эксплуатации часто используются информационные технологии. В Федеральный закон «О промышленной безопасности опасных производственных объектов» постоянно вносятся изменения и корректировки. Они связаны с тем, что появляется все более современное оборудование и технологии, применяемые при эксплуатации ОПО. Последняя редакция этого Закона, вступившая в силу 4 марта 2013 года предусматривает отнесение некоторых опасных производственных объектов нефтяной и газовой промышленности к ОПО I и II класса опасности. Но для этого необходимо пройти процедуру перерегистрации, которая

предусматривает подготовку соответствующих документов и предоставления их в территориальный орган Ростехнадзора. Для этого предусмотрена специальная система функционирования промышленной безопасности, которая предполагает, оценку чрезвычайных происшествий, техногенных аварий и несчастных случаев на опасных производственных объектах. Кроме того, одной из задач управления промышленной безопасностью ОПО является формирование комплекса мер, позволяющих снизить риск их возникновения. Эта процедура осуществляется посредством экспертных профессиональных проверок соблюдения нормативного регламента ПБ.

Выводы внутреннего контроля в этой сфере приобретает в последнее время большой интерес еще и потому, что они являются основой для предоставления территориальным органам Ростехнадзора раз в год соответствующей информации в части выполнения требований промышленной безопасности. В отчетах, подаваемых этой организации в обязательном порядке должны указываться результаты проверок, осуществляемых как внутренними силами, так государственными и отраслевыми надзорными органами. Следовательно, анализируя содержание предписаний, которые были выданы поднадзорным объектам региональными органами Ростехнадзора, а также результаты внутренних проверок, проведенных на опасном производственном объекте, специалистами нефтегазовой отрасли был сделан вывод, что в обоих случаях количество обнаруженных нарушений одинаков. Но данная схожесть достигается количеством контролеров со стороны государства в 70 раз меньше, что говорит о чрезвычайно низкой эффективности производственного контроля, осуществляемого внутренними силами предприятия, эксплуатируемого опасный производственный объект. В связи с этим основной задачей руководства ОПО и является создание более действенной системы управления промышленной безопасности.

Таким образом, исходя из проанализированной информации, существует ряд условий, которые необходимо соблюдать для исключения или минимизирования вероятности возникновения аварий на производстве, а именно:

- определение рационального размещения объектов хозяйственного комплекса на территории, в частности рационального выбора площадок для потенциально опасных объектов;
- предупреждения (снижение интенсивности) некоторых опасных производственных процессов и внешних природных явлений;
- профилактики аварийной ситуации (диагностика оборудования, планово-предупредительные ремонты, техническое обслуживание);
- модернизация оборудования и установок на предприятии;
- систематическое проведение мероприятий по обучению и повышению квалификации персонала;
- снижение уровня нагрузок на технологические и транспортные линии объектов;
- снижение уязвимости объектов к воздействию негативных факторов опасных природных и техногенных явлений;
- обеспечение устойчивости сооружений к нагрузкам
- для воспрепятствования перерастания экстремальных ситуаций в аварию обеспечивается эффективность систем безопасности.

Список литературы:

1. Аксенов С.Г., Елизарьев А.Н., Манякова Г.М., Габдулхаков Р.Р., Кияшко Л.Ю., Акшенцев В.В. Развитие методических основ оценки риска ЧС в резервуарных парках с использованием методов системного анализа // Успехи современного естествознания (Науки о Земле). – 2016. - №2 – С. 131-136.
2. Аксенов С.Г., Синагатуллин Ф.К. Чем и как тушить пожар // Современные проблемы пожарной безопасности: теория и практика (FireSafety 2020): Материалы II Всероссийской научно-практической конференции. – Уфа: РИК УГАТУ, 2020. – С. 146-151.
3. Аксенов С.Г., Синагатуллин Ф.К. К вопросу об управлении силами и средствами на пожаре // Проблемы обеспечения безопасности (Безопасность 2020): Материалы II Международной научно-практической конференции. – Уфа: РИК УГАТУ, 2020. – С. 124-127.
4. Швырков С.А. Анализ статистических данных разрушений резервуаров // Проблемы безопасности при чрезвычайных ситуациях. – 1996, № 5. – С. 39–50.

5. О неотложных мерах по предупреждению и ликвидации аварийных разливов нефти и нефтепродуктов: постановление Правительства РФ № 613 от 21 августа 2000 г. [Электронный ресурс] // Электронный фонд правовой и нормативно-технической документации / Консорциум «Кодекс». – Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/901767072> (дата обращения: 25.11.18).
6. Об утверждении критериев информации о чрезвычайных ситуациях: приказ МЧС России № 329 от 08.07.2004 г. [Электронный ресурс] // Электрон. фонд правовой и норматив.-техн. документации / Консорциум «Кодекс». – Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/902066864> (дата обращения: 25.11.2018).
7. <https://pandia.ru/text/78/003/34260.php>
8. <https://cyberleninka.ru/article/n/vozmozhnye-prichiny-vozniknoveniya-chrezvychnykh-situatsiy-na-ploschadke-neftegazovogo-kompleksa>
9. <https://gis.krasn.ru/blog/content/opasnost-i-risk-chs-na-obektakh-neftegazovoi-promyshlennosti>
10. <https://ria.ru/20130822/957868347.html>
11. <https://nangs.org/news/business/kolichestvo-avariynykh-situatsiy-na-npz-i-neftehimzavodah-vyroslo-na-58>
12. <https://1cert.ru/stati/problemy-sovershenstvovaniya-sushchestvuyushchey-sistemy-pb> | 2020 © Единый Стандарт.

РУБРИКА 3.
«ФИЛОЛОГИЯ»

**МЕТОДИКИ ИНТЕНСИВНОГО ОБУЧЕНИЯ
КИТАЙСКИХ СТУДЕНТОВ ЧТЕНИЮ НА РУССКОМ ЯЗЫКЕ**

Чжан Мэнде

*магистрант,
Уральский гуманитарный институт,
Департамент лингвистики,
Уральский федеральный университет
РФ, г. Екатеринбург*

**METHODS OF INTENSIVE TEACHING OF CHINESE STUDENTS
TO READ IN RUSSIAN**

Zhang Mende

*Master's student,
Ural Humanitarian Institute,
Department of linguistics,
Ural Federal University,
Russia, Yekaterinburg*

Аннотация. Во всем русском преподавании обучение чтению на русском языке в колледжах и университетах можно назвать основным звеном, и в основе развития русского языка также лежит эффективность преподавания русского чтения в колледжах и университетах. Однако в процессе преподавания русского языка в нашей стране методы обучения чтению все еще устаревшие. Мы должны интегрировать более подходящие учебные идеи в наши классы и использовать более совершенные образовательные концепции, чтобы позволить учащимся обрести настоящее счастье в обучении.

Abstract. In all Russian teaching, teaching to read in Russian in colleges and universities can be called the main link, and the development of the Russian language is also based on the effectiveness of teaching Russian reading in colleges and universities. However, in the process of teaching Russian in our country, the methods

of teaching reading are still outdated. We must integrate more relevant teaching ideas into our classrooms and use better educational concepts to enable students to find true learning happiness.

Ключевые слова: русский язык в колледжах и университетах; обучение чтению; режим обучения; инновационные методы.

Keywords: Russian in colleges and universities; teaching to read; training mode; innovative methods.

С развитием глобализации дружественные отношения между Китаем и Россией постоянно углубляются. В контексте экономического обмена обеим странам срочно необходимо сотрудничать в различных областях. Все общество также срочно нуждается в прикладных талантах, говорящих по-русски, и эта тенденция заметной в областях науки и техники, машиностроения, энергетики и т. д. Не только это, но также очень мало талантов, владеющих русским языком во многих развивающихся отраслях Китая. Следовательно, обучение русскому языку в новой ситуации должно отвечать потребностям общественного развития и, что более важно, достигать важной цели общения. В процессе преподавания курсов русского чтения во многих университетах учителя всегда были руководителями классных занятий. Их привычка заключается в том, чтобы задавать ряд исследовательских вопросов по изученным материалам для чтения, а затем побуждать студентов читать статьи. в соответствии с их собственным мнением. Понять содержание статьи, получить ответ на вопрос, затем сказать ответ и самостоятельно проверить ответ. В определенной степени такой подход только улучшит способность студентов к сдаче тестов и скорость их ответов на вопросы, однако сами студенты существенно не улучшат себя. Такая модель обучения, ориентирована на учителя, в классе, односторонний акцент на обучении. Подобное механическое обучение также приведет к отсутствию общения между учителями и учениками. Большинство учеников постепенно теряют интерес к русскому чтению, и степень участия в учебном процессе

невысока. Также проблемой является уделение слишком большого внимания обучению грамматике, превращая класс чтения в интенсивный класс чтения. В процессе обучения русскому чтению в университете многие учителя уделяют слишком много внимания объяснению значения слов, структуры предложений и грамматических знаний. Общий метод обучения состоит в том, чтобы полностью разложить весь материал для чтения на независимые точки знаний. новые слова и анализ грамматики разложенных предложений. В таких условиях некоторые сложные предложения в статье проходят грамматический анализ или даже перевод, а уровень чтения не может быть улучшенным вообще.

Целью настоящего обучения чтению является развитие у учащихся навыков чтения и понимания прочитанного, а для улучшения этих способностей требуется множество учебных видов деятельности по чтению. В нашей стране многие преподаватели вузов начали замечать иностранные методы обучения. С внедрением этих передовых методов преподавания учителя постепенно осознали некоторые недостатки традиционного режима обучения. Поэтому для нового режима обучения русскому чтению необходимо исследовать также общую тенденцию. В то время как модель ситуационного обучения фокусируется на обучении студентов теоретическим знаниям, в ней также уделяется больше внимания развитию их способности автономно использовать знания. Это требует, чтобы учителя научились выбирать подходящие материалы для чтения, чтобы соответствовать разным уровням владения русским языком у разных учеников. Кроме того, мультимедиа - одно из важных средств помощи русским учителям в преподавании. В условиях постоянного совершенствования современных образовательных технологий применение мультимедиа к обучению чтению на русском языке поможет русским учителям моделировать ситуацию, поможет русским учителям лучше завершить процесс обучения и постоянно повышать интерес к урокам чтения. Благодаря ситуационной модели обучения более разнообразный класс чтения может сделать обучение более ориентированным на жизнь, расширить участие учащихся, позволить учащимся найти себя в учебном процессе. Принципа «учителя помогают, а ученики превыше всего» следует

твердо придерживаться как в классе чтения, так и после него. Учитель действует как автор вопроса статьи, поставщик учебных материалов, тестер результатов обучения, мотиватор всего процесса обучения студентов и планировщик всего совместного обучения. Традиционная модель обучения больше не подходит для нынешних уроков и не адаптируется к развитию времени. Мы должны использовать все средства, чтобы смело вдохновлять. Участие в учебном процессе и автономное использование того, что они узнали в процессе обучения, может улучшить способность учащихся всесторонне использовать язык.

Стратегии чтения очень важны в обучении русскому чтению. Стратегии чтения могут эффективно контролировать развитие учебной деятельности. В начале чтения предмет чтения будет сформулирован в соответствии с конкретным содержанием данных материалов для чтения в соответствии с их собственным уровнем чтения. Соответствующие цели чтения также будут скорректированы со временем для задач, связанных с чтением. Во время развития навыков чтения стратегии чтения играют важную роль. После завершения чтения предмет чтения объединяет проблемы в процессе чтения на этом этапе, и стратегия чтения может реализовать эффективную оценку и принять соответствующие методы для решения этих проблем. С этой точки зрения, в процессе развития учебной деятельности по чтению китайские стратегии чтения имеют очень важное значение. При преподавании русского чтения колледжи и университеты могут рассматривать стратегии чтения как отдельный курс для улучшения обучения чтению. На уровень чтения учащихся влияет метакогнитивный уровень учащихся. Поэтому при проведении тренинга по стратегии чтения и обучения учащихся сначала следует обучать метакогнитивным навыкам. Основное содержание включает мониторинг собственного поведения учащихся при чтении и их намерений при чтении материалов. Таким образом, учащиеся могут правильно использовать стратегии чтения и применять правильные стратегии чтения для постоянного повышения уровня чтения на русском языке. Развитие науки и технологий привело к развитию мультимедийных технологий. Единая

традиционная модель обучения чтению оказалась не в состоянии удовлетворить учебные потребности учащихся, и модель обучения должна улучшаться вместе с развитием общества. Таким образом, новый метод обучения может сочетать цифровое обучение и традиционное обучение, извлекая суть и удаляя лишнее, чтобы сформировать дополнительное преимущество. Классные занятия также могут использовать это преимущество, чтобы быть продуманно спроектированными для создания лучшего учебного эффекта, приближенного к идеальному.

Мультимедийные технологии создали хорошую среду для преподавания русского языка. Перед формальным обучением в классе учитель принимает режим обучения независимому чтению, чтобы ученики могли в максимальной степени реализовать автономное обучение. Когда официально начинается обучение в классе, традиционный способ представления культурных особенностей и трудностей, связанных со статьями, меняется с помощью мультимедиа; это повышает энтузиазм учащихся к самостоятельному участию в классе. Учителя должны использовать разнообразные методы обучения, чтобы задавать разнообразные вопросы, расширять возможности взаимодействия с учащимися и быть в курсе того, как учащиеся понимают слова, предложения и статьи, особенно их понимание коннотаций, содержащихся в связанных словах; в то же время они должны следить как учащиеся выполняют упражнения, правильно ли усваивают персонажей, события, текстовую коннотацию и намерения автора статьи, чтобы улучшить способность учащихся анализировать и понимать русские тексты.

Список литературы:

1. Си Хунъян. Использование сетевых ресурсов для помощи в преподавании русского чтения в университетах [журнал]. Китайские и иностранные предприниматели, 2018 (23): 163.
2. Гуо Лихонг. Построение модели обучения русскому курсу чтения на основе перевернутой аудитории [журнал.]. Теоретическое наблюдение, 2017 (12): 151-153.

3. Цзян Хунмэй. Оптимизация обучения чтению и улучшение навыков чтения для русских студентов [журнал] Журнал Mudanjiang Education Institute, 2016 (04): 87-88.
4. Пан Лихуа. Об инновационной методике преподавания курса русского чтения [J]. Legal Expo, 2015 (20): 300.
5. Сунь Янь. О реформе преподавания русского профессионального курса чтения [J]. Teach Book and Education, 2013 (24): 109-110.

РУБРИКА 4. «ЭКОНОМИКА»

ФАКТОРЫ ФОРМИРОВАНИЯ ЛОЯЛЬНОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Глухова Евгения Валерьевна

*магистрант,
Новосибирский государственный
университет экономики и управления «НИНХ»,
РФ, г. Новосибирск*

Воловская Нина Михайловна

*научный руководитель,
д-р. социол. наук, профессор,
Новосибирский государственный
университет экономики и управления «НИНХ»,
РФ, г. Новосибирск*

На сегодняшний день ситуация в экономике такова, что отношения на рынке определяет покупатель. В условиях нестабильной экономики и легкого переключения на конкурентов оперативное выстраивание долгосрочных доверительных отношений с потребителем приобретает для компаний особую важность.

Ю. Буркова и Е. Домарева отмечают, что лояльными можно считать потребителей, которые в течение продолжительного срока (от 1-3 лет) остаются с компанией и совершают при этом повторные покупки [1]. В литературе описано множество факторов, определяющих лояльность потребителей, рассмотрим взгляды некоторых авторов.

М. Понявина перечисляет девять факторов, определяющих лояльность потребителей торговой организации: месторасположение торговой точки; широту и глубину торгового ассортимента; обстановку, атмосферу в торговой точке; дополнительные услуги торговой точки; внешний вид торговой точки; компетентность персонала; навигация и удобство ориентирования; безопасность [4].

На наш взгляд, это перечень можно классифицировать как факторы, связанные с внутренней средой торговой компании, для комплексной работы

над формированием лояльности список требует расширения и дополнения факторами внешней среды.

Н. Кретьева среди факторов, влияющих на лояльность покупателей, выделяет: простоту смены компании; изменение стиля и образа жизни; переоценку финансовых возможностей и появление более выгодных вариантов потребления; эмоциональную значимость покупки; уровень диверсификации предложения со стороны конкурентов; частоту использования дополнительных услуг; значительную удовлетворенность / неудовлетворенности сервисным обслуживанием компании (конкретным сотрудником или в целом) [3]. Данный перечень представляется более развернутым, чем предыдущий, и комплексным. Упомянуты, хотя и не классифицированы, эмоциональные и рациональные компоненты, внутренние и внешние факторы.

Т. Качанова утверждает, что персонал компании также является важным фактором, влияющим на формирование лояльности ее клиентов. Культура сервиса влияет на возникновение эмоциональной лояльности [2]. Нельзя не согласиться с этой точкой зрения, так как в современной системе взаимодействия компаний и потребителя недовольство клиента персоналом, представляющим компанию, может привести к отказу от покупки даже базово привлекательного товара, а высокое качество сервиса и приветливый отзывчивый персонал – стать причиной предпочтения конкурентам.

Ю. Буркова и Е. Домарева классифицируют факторы на внешние и внутренние. К внешним относят экономические, политические, социокультурные и демографические факторы. К внутренним – удовлетворенность, расположение, ассортимент, акции в магазине, программы лояльности, внешний вид магазина, пространственное расположение, уровень цен, удобство, положительное отношение к магазину, атмосфера магазина, ценность товаров, качество обслуживания, имидж магазина [1]. Классификация факторов на внешние и внутренние в классическом понимании описывается с точки зрения расположения фактора относительно организации – во внешней или внутренней ее среде. Когда речь идет о лояльности, на наш взгляд, разделять факторы на внешние и внутренние

лучше с точки зрения клиента – внешние факторы, влияющие на потребителя извне, и внутренние факторы – формирующиеся внутри: эмоции, ценности, убеждения, стремления, мотивы и т.п. В данном случае факторы, определенные Ю. Бурковой и Е. Домаревой как внутренние – расположение, ассортимент, программы лояльности, внешний вид магазина, уровень цен, удобство и т.д – должны быть отнесены к внешним, так как влияют на формирование лояльности потребителя извне.

А. Урядина классифицирует факторы формирования лояльности на рациональные (цена товара, характеристики продукта, качество обслуживания, экономическая выгода, выполнение условий поставки) и иррациональные (страхи клиента, восприятие компании и продукта, ожидания, ассоциации, привычки, чувство общности или избранности) [5], основываясь на разделении собственно лояльности на рациональную и эмоциональную. Эта классификация также подходит под описанное выше деление на внешние и внутренние факторы с точки зрения потребителя.

Рассмотрев предлагаемые авторами факторы, влияющие на формирование лояльности потребителей, и подходы к их классификации, можно сделать несколько выводов. Во-первых, многие факторы индивидуальны и зависят от сферы деятельности компании. Во-вторых, среди универсальных факторов, влияющих на формирование лояльности, можно назвать факторы внешней среды (экономической, социально-политической, демографической обстановки), а также удовлетворенность как неотъемлемую часть лояльности. В-третьих, классификация факторов на группы зависит от точки зрения на анализ лояльности.

С точки зрения психологии потребителя можно выделять факторы рациональные и эмоциональные, с точки зрения сферы формирования и влияния фактора – внутренние и внешние.

Говоря о лояльности, разделять факторы на внутренние и внешние лучше относительно потребителя, а не компании.

На основе проанализированных факторов предложим авторскую классификацию на две группы с точки зрения управляемости для компании: факторы, на которые компания не может повлиять напрямую и факторы, которые поддаются управлению компанией.

К первой группе отнесем все факторы макросреды, действия конкурентов, финансовое состояние потребителя и экономическая обстановка в данный момент, стиль жизни потребителя и мода и тренды в данный момент.

Ко второй группе отнесем: уровень удовлетворенности сервисом и товаром, поведение персонала, эмоциональная составляющая покупки и вдохновение клиента, частота использования дополнительных услуг, персонализация предложения, а также многие другие факторы, связанные с качеством товара и предоставляемого сервиса.

При этом важно, что положительное влияние на перечисленные во второй группе факторы может нейтрализовать отрицательное влияние факторов первой группы.

Таким образом, еще раз подчеркивается важность управления процессами формирования лояльности и повышения удовлетворенности клиентов.

Список литературы:

- 1 Буркова Ю.А., Домарева Е.В. Детерминанты лояльности потребителей торговых розничных сетей // Современные научные исследования и инновации. 2016. № 1 [Электронный ресурс]. URL: <https://web.snauka.ru/issues/2016/01/62476> (дата обращения: 21.10.2021).
- 2 Качанова Т. Факторы покупательских предпочтений и комплексная лояльность // Практический маркетинг. 2010. № 3 (157). С. 17-21.
- 3 Кретьова Н.Н. Факторы и направления формирования покупательской лояльности // Экономинфо. 2005. № 4. С. 28-31.
- 4 Понявина М.Б. Ключевые факторы, влияющие на лояльность потребителей // Теоретические и прикладные аспекты современной науки. 2014. №3. С. 189-191.
- 5 Урядина А.А. Повышение лояльности клиентов [Электронный ресурс]. URL: https://spravochnick.ru/marketing/loyalnost_klientov/povyshenie_loyalnosti_klientov/ (дата обращения: 21.10.2021).

УПРАВЛЕНИЕ КРЕДИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТЬЮ

Мутыгуллина Альбина Зинфировна

студент,
Башкирский государственный университет,
РФ, г. Уфа

Байгузина Люза Закиевна

научный руководитель,
канд. экон. наук, доцент,
Башкирский государственный университет,
РФ, г. Уфа

Ведение современного бизнеса сопровождается необходимостью решения задач различной сложности. Современная система управления кредиторской задолженностью должна включать всю совокупность методов анализа, контроля и оценки за ней. Вместе с тем управление кредиторской задолженностью - это работа с источниками ее возникновения, формирование кредитной политики предприятия и организация договорной работы, а также управление долговыми обязательствами.

Ведя хозяйственную деятельность, практически любая компания не может обойтись без кредиторской задолженности. Задолженности, возникающие при осуществлении финансово-хозяйственной деятельности предприятий, образуют текущее и долгосрочное отвлечение или привлечение средств, известных как дебиторская и кредиторская задолженности, влияющие на платежеспособность и ликвидность [4].

Актуальность темы обоснована тем, что динамика изменения кредиторской задолженности, его состав, структура и качество, а также интенсивность увеличения или уменьшения оказывают большое влияние на оборачиваемость капитала, вложенного в текущие активы, а, следовательно, на финансовое состояние предприятия.

Информационной аналитической базой исследования является годовая финансовая бухгалтерская отчетность ГБУ Ермекеевская райветстанция РБ за

2018-2019 гг. В данную работу были включены два метода исследования: теоретические и практические.

Данная работа посвящена кредиторской задолженности, которая является неизбежным следствием существующей в настоящее время системы денежных расчетов между организациями.

В процессе своей хозяйственной деятельности, кредиторская задолженность характеризуется следующими основными особенностями:

1. Кредиторская задолженность является для предприятия бесплатным источником используемых заемных средств. Как бесплатный источник формирования капитала она обеспечивает снижение не только заемной его части, но и всей стоимости капитала предприятия.

2. Размер кредиторской задолженности оказывает влияние на продолжительность финансового цикла предприятия. Он влияет в определенной степени на необходимый объем средств для финансирования оборотных активов. Чем выше относительный размер кредиторской задолженности, тем меньше объем средств предприятию необходимо привлекать для текущего финансирования своей хозяйственной деятельности.

3. Сумма кредиторской задолженности находится в прямой зависимости от объема хозяйственной деятельности предприятия, в первую очередь - от объема производства и реализации продукции. С ростом объема производства и реализации продукции возрастают расходы предприятия, начисляемые в составе кредиторской задолженности, а соответственно увеличивается ее общая сумма, и наоборот [2].

На величину кредиторской задолженности предприятия влияют общий объем покупок и доля в нем приобретения на условиях последующей оплаты, условия договоров с контрагентами; условия расчетов с поставщиками и подрядчиками, степень насыщенности рынка данной продукцией; политика погашения кредиторской задолженности, качество анализа кредиторской задолженности и последовательность в использовании его результатов. принятая на предприятии система расчетов [3].

Среди основных видов кредиторской задолженности выделяют задолженности по:

- отчислениям во внебюджетные фонды социального страхования, медицинского страхования и пенсионный;
- перечислениям взносов на страхование имущества предприятия;
- перечислениям взносов на личное страхование персонала;
- расчетам с поставщиками и подрядчиками;
- векселям к уплате;
- расчетам с дочерними или зависимыми обществами и персоналом организации;
- перечислениям налогов в бюджеты разных уровней;
- расчетам с учредителями по выплате доходов;
- авансам полученным и прочим кредиторам.

В зависимости от юридической природы и правового режима кредиторская задолженность может быть сведена к трем группам:

1. Задолженность организации перед бюджетом и социальными фондами.
2. Задолженность организации перед ее персоналом: долги по выплатам работникам заработной платы, компенсациям, платежам в порядке возмещения вреда, причиненного здоровью работника или вследствие смерти работника на производстве.
3. Задолженность перед партнерами и контрагентами по договорным и кооперативным обязательствам: долги по платежам поставщикам за поставленные товары, подрядчикам - за выполненные работы по возврату полученных, но неотработанных авансов, оплата векселей [1].

Рассмотрим формирование доходов ГБУ Ермекеевская райветстанция РБ по элементам (табл. 1).

Таблица 1.

Анализ формирования доходов учреждения

| Наименование показателя | 2018 г. | | 2019 г. | |
|---|-------------|------------|-------------|------------|
| | руб. | уд. вес, % | руб. | уд. вес, % |
| Доходы | 10043815,18 | 100 | 10284486,50 | 100 |
| Доходы от оказания платных услуг (работ), компенсации затрат | 9026616,73 | 89,88 | 8606476,34 | 83,68 |
| Безвозмездные поступления текущего характера от бюджетов | 0 | 0 | 195950 | 1,90 |
| Безвозмездные поступления капитального характера от бюджетов | 0 | 0 | 194900 | 1,90 |
| Доходы от операции с активами | -2769105,05 | -27,57 | 369635 | 3,60 |
| Доходы от реализации активов | -2769105,05 | -27,57 | 369635 | 3,60 |
| Прочие доходы | 3786303,50 | 37,69 | -133211 | -1,29 |
| Иные прочие доходы | 788243,51 | 7,84 | -133211 | -1,29 |
| Субсидии | 2998059,99 | 29,85 | 0 | 0 |
| Безвозмездные неденежные поступления в сектор государственного управления | 0 | 0 | 1050736,16 | 10,21 |

Согласно данным таблицы 1 доходы ГБУ Ермакеевская райветстанция РБ на 1 января 2020 г. составили 10284486,50 руб., увеличились по сравнению с предыдущим годом на 240671,32 руб. Данное увеличение было вызвано увеличением в отчетном году доходов от оказания платных услуг (работ), компенсации затрат.

За анализируемый период структура доходов изменилась следующим образом: удельный вес доходов от операции с активами увеличился на 31,17%, безвозмездные неденежные поступления в сектор государственного управления возросли на 10,21%.

Рассмотрим структуру и динамику расходов учреждения в таблице 2.

Таблица 2.

Анализ расходов учреждения

| Наименование показателя | 2018 г. | | 2019 г. | |
|--|-------------|------------|-------------|------------|
| | руб. | уд. вес, % | руб. | уд. вес, % |
| Расходы | 10775111,64 | 100 | 10901767,14 | 100 |
| Оплата труда и начисления на выплаты по оплате труда | 7868529,13 | 73,02 | 7480322,67 | 68,61 |
| в т.ч.: заработная плата | 5931388,26 | 55,05 | 5724440,91 | 52,51 |

| Наименование показателя | 2018 г. | | 2019 г. | |
|---|------------|------------|------------|------------|
| | руб. | уд. вес, % | руб. | уд. вес, % |
| прочие выплаты | 29760 | 0,27 | 19600 | 0,18 |
| начисления на выплаты по оплате труда | 1907380,87 | 17,70 | 1736281,76 | 15,92 |
| Оплата работ, услуг | 572585,98 | 5,31 | 578179,32 | 5,30 |
| в т.ч.: услуги связи | 45430,45 | 0,42 | 47231,44 | 0,43 |
| транспортные услуги | 0 | 0 | 620 | 0,01 |
| коммунальные услуги | 158800 | 1,47 | 108531,32 | 0,99 |
| работы, услуги по содержанию имущества | 157373,16 | 1,46 | 187353,74 | 1,72 |
| прочие работы, услуги | 210982,37 | 1,96 | 219823,16 | 2,02 |
| страхование | 0 | 0 | 14619,66 | 0,13 |
| Прочие расходы | 79924 | 0,74 | 24524,66 | 0,24 |
| Расходы по операциям с активами | 2254072,53 | 20,93 | 2818740,49 | 25,85 |
| в т.ч.: амортизация основных средств и нематериальных активов | 470993,64 | 4,37 | 1225291,52 | 11,24 |
| расходование материальных запасов | 1783078,89 | 16,56 | 1593448,97 | 14,61 |

Данные таблицы 2 позволяют сделать вывод о том, что по состоянию на 1 января 2020 года расходы ГБУ Ермекеевская райветстанция РБ составили 10901767,14 руб., что на 126655,50 руб. больше, чем в предыдущем году. Наибольший удельный вес в структуре расходов принадлежит расходам на оплату труда и начислениям на выплаты по оплате труда – 68,61%. За анализируемый период данный показатель уменьшился на 11,43%. Кроме того, высокую долю занимают расходы по операциям с активами – 25,85 (в отчетном году они увеличились на 4,92%).

Рассмотрим структуру расходов, связанных с оплатой труда и начислениями на выплаты по оплате труда (рис. 1).

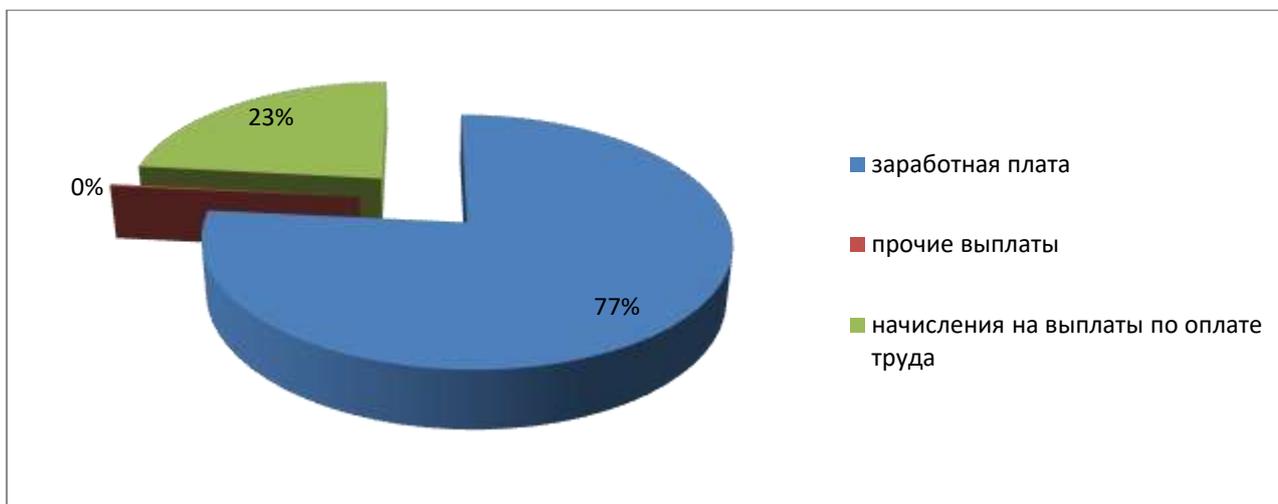


Рисунок 1. Структура расходов на оплату труда в 2019 году

Данные рис. 1 свидетельствуют о том, что в 2019 году указанные расходы были сформированы по следующим элементам: заработная плата – 76,53%, начисления на выплаты по оплате труда - 23,21%, прочие выплаты – 0,26.

Проанализируем структуру расходов на приобретение работ, услуг. Данные расходы были сформированы за счет услуг связи, транспортных, коммунальных услуг, страхования, работ и услуг по содержанию имущества, а также прочих работ и услуг (рис. 2).

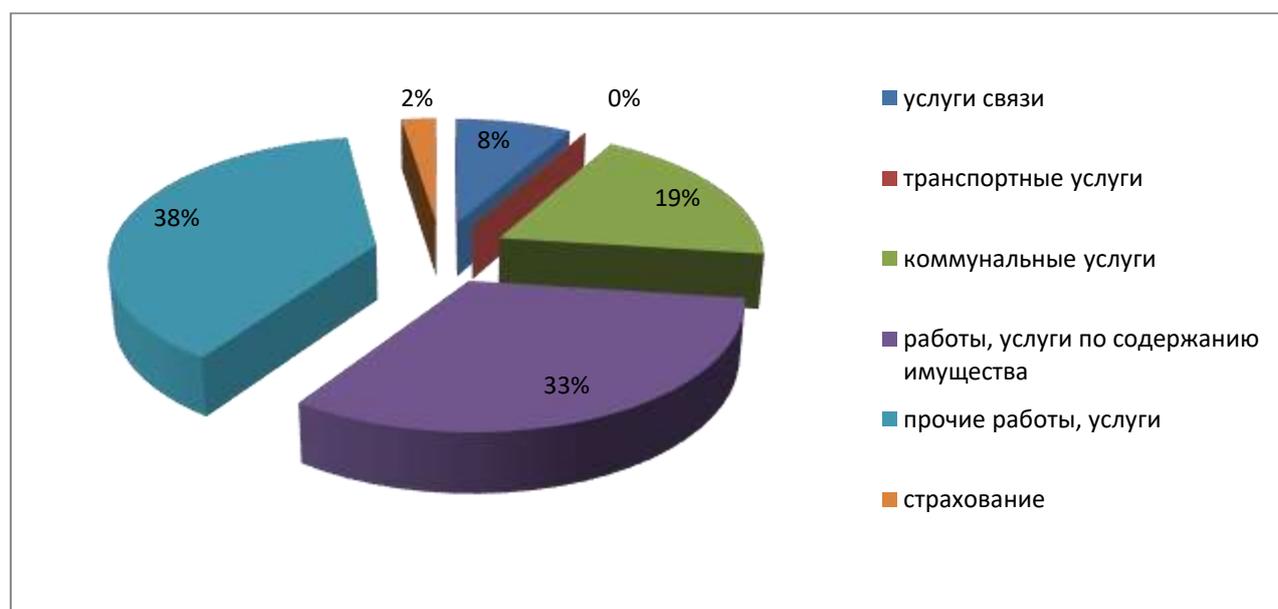


Рисунок 2. Структура расходов на приобретение работ, услуг за 2019 г.

Как мы видим, в отчетном году в структуре расходов учреждения наблюдается увеличение транспортных услуг на 0,11%.

Сопоставление доходов и расходов учреждения позволяет определить операционный результат до налогообложения. При его корректировке на величину резервов предстоящих расходов мы получаем основной показатель – чистый операционный результат, отражающий сумму изменений за отчетный период. Рассмотрим подробнее порядок формирования данного показателя, его структуру и динамику (табл. 3).

Таблица 3.

Анализ формирования чистого операционного результата, руб.

| Наименование показателя | 2018 г. | 2019 г. |
|---|----------------|----------------|
| Чистый операционный результат | -731296,46 | -616280,64 |
| Операции с нефинансовыми активами | 2555870,24 | -912773,45 |
| Операции с финансовыми активами и обязательствами | -3287166,70 | 295492,81 |

Данные таблицы 3 свидетельствуют о том, что за анализируемый период чистый операционный результат увеличился 115015,82 руб., что связано, в первую очередь, с изменением результата по операциям с обязательствами. На величину чистого операционного результата также повлияли операции с финансовыми активами и обязательствами. В 2019 году из-за уменьшения чистого поступления основных средств на 1001891,52 руб. и увеличению чистого поступления материальных запасов на 89118,07 руб.

Таким образом, на основе изученной теории анализа финансового состояния бюджетных учреждений и практики ее применения в ГБУ Ермекеевская райветстанция РБ определим основные этапы совершенствования бюджетного финансирования и контроля за расходованием бюджетных средств:

- эффективное использование бюджетных средств, улучшение качества взаимодействия участников бюджетного процесса;
- повышение уровня автоматизации процесса составления бюджетной отчетности главных распорядителей бюджетных средств, распорядителей и получателей бюджетных средств;

- обеспечение прозрачности всей хозяйственной деятельности получателей бюджетных средств в режиме реального времени без дополнительных трудовых и технологических затрат;
- решение кадровой проблемы путем укомплектования штата работников высококвалифицированными специалистами и обеспечения достойного денежного содержания;
- повышение ответственности руководителей учреждений за качество предоставляемых услуг населению.

Список литературы:

1. Беспалов М.В. Анализ финансового состояния и финансовых результатов предпринимательских структур : учебное пособие / под ред. И.Т. Абдукаримов, М.В. Беспалов. – Москва : НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 214 с.
2. Гарнов А.П. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия: учебник / А.П. Гарнов. – Москва : НИЦ ИНФРА-М, 2016. – 365 с.
3. Камаев В.Д. Учебник по основам экономической теории (экономика) : учебник/ В.Д. Камаев – Москва: «ВЛАДОС», 2014.-154 с.
4. Крячков И.К. О концентрации сельскохозяйственного производства : учебник / И.К. Крячков // Экономист. 2013. - №3.- 86 с.

ХАРАКТЕРИСТИКА РОССИЙСКОГО РЫНКА ЭКСПОРТЕРОВ ПРОДУКЦИИ ЛЕСОПЕРЕРАБОТКИ

Олексий Александра Евгеньевна

магистрант,

*Санкт-Петербургская государственная лесотехнический
университет имени С.М. Кирова,*

РФ, г. Санкт-Петербург

Россия обладает самыми большими в мире запасами леса: на ее территории расположено почти 25 % мирового леса, общий запас древесины составляет 82 млрд м³ при ежегодном допустимом объеме рубки в размере около 0,5 м³, из которых используются сегодня менее чем четверть. Карта лесов России приведена на рисунке 1.

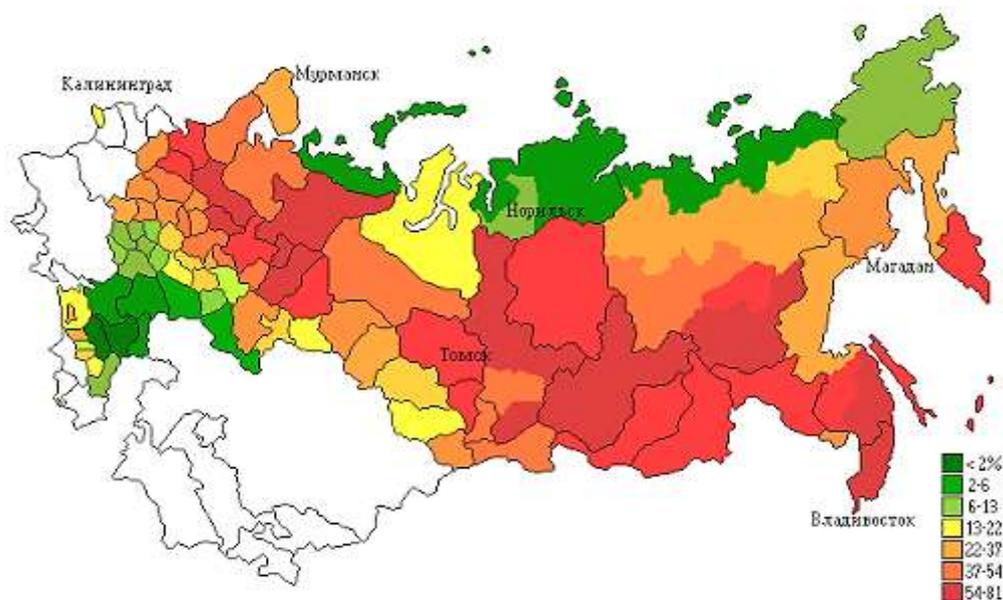


Рисунок 1. Карта лесов России в % от общей площади земель, % [1]

Основные запасы лесов России концентрируются в Сибири и на Дальнем Востоке, а также на Европейском севере. Максимальные проценты лесопокрываемой площади отмечаются в Иркутской области и Приморском крае, несколько ниже они на юге Хабаровского края, юге Якутии, в приенисейской части Красноярского края и в республике Коми, Вологодской Костромской и Пермской областях. Однако лесистость совпадает с высокими запасами древесины лишь в

Приморском крае и, в меньшей степени, на юге Красноярского края. В других регионах, где произрастают наиболее продуктивные леса (на Кавказе, Алтае, Европейском центре) лесистость заметно снижена, причем в значительной степени благодаря деятельности человека. Наиболее бедны лесами области юга Европейской России - Ростовская, Волгоградская, Астраханская, Оренбургская, Ставропольский край и республика Калмыкия, а также равнинные тундровые районы [1].

Оценка ресурсной базы лесопромышленного комплекса России приведена на рисунке 2.



Рисунок 2. Оценка ресурсной базы лесопромышленного комплекса России [2]

В настоящее время в России около 10 000 предприятий по обработке древесины, почти 75 % продукции обрабатывается на частных лесопилках. Большая часть полученного леса ориентирована на экспорт.

В 2020 году экспорт продукции лесного комплекса Российской Федерации составил 336,4 млрд. дол. (по сравнению с 2019 годом снизился на 20,7%). Доля экспорта неуклонно снижается: за 12 лет она снизилась с 24% до 8%, наблюдается

переориентация экспорта на продукцию с более высокой добавленной стоимостью.

Структура регионов-экспортеров отражена на рисунке 3.

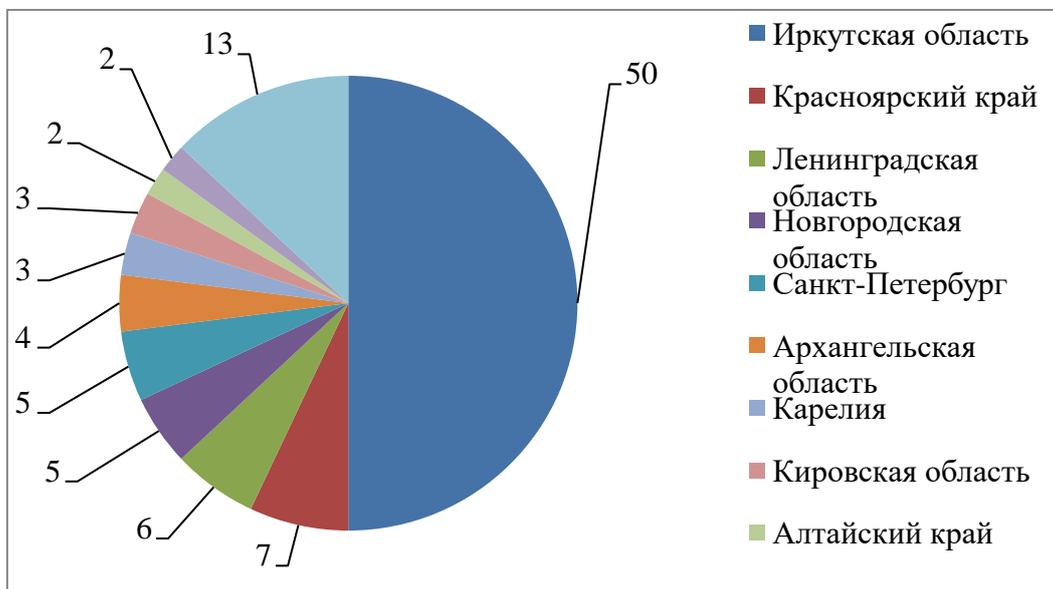


Рисунок 3. Структура регионов-экспортеров лесопродукции, %

Таким образом, крупнейшим экспортером лесопродукции является Иркутская область – она закрывает 50% всего экспортного рынка России. Структура вывозимой из России древесины отражена на рисунке 4.

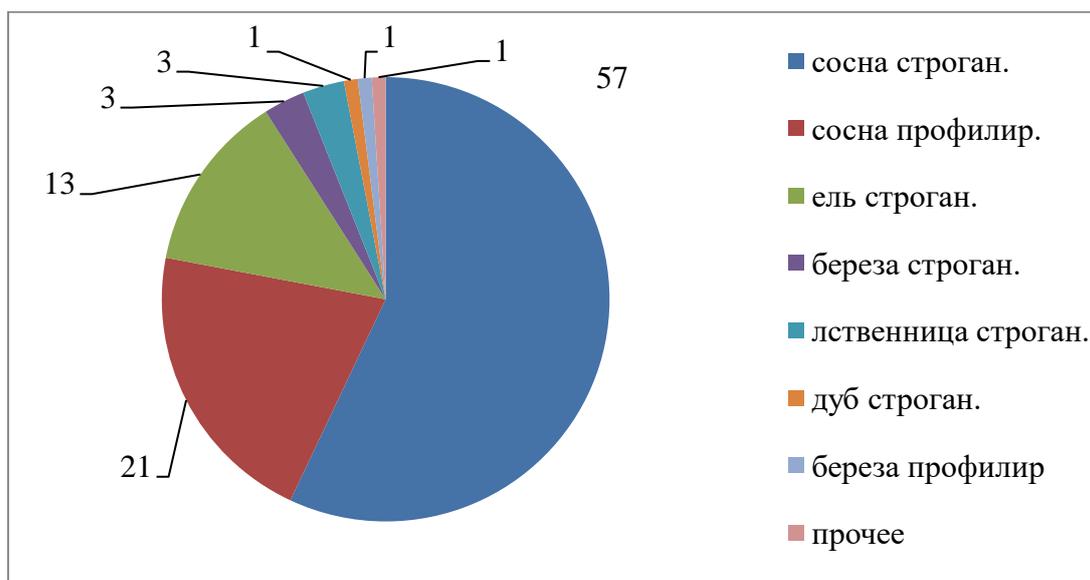


Рисунок 4. Структура вывозимой из России древесины, %

Таким образом, на внешнем рынке спросом пользуется, преимущественно, сосна (57% и 21%). Россия экспортирует древесину и продукцию деревообработки в такие страны, как Китай, Белоруссия, Казахстан, Латвия, Финляндия, Швеция, Турция, Эстония, Южная Корея, Япония. Крупнейшими предприятиями-экспортерами России продукции лесопереработки являются ООО «Лесной Урал Сбыт» (Свердловская область), ООО «АргоТрейд» (Кировская область), ООО «ПроПеллетс» (г. Санкт-Петербург).

Одним из наиболее перспективно-развивающихся регионов, ориентированных на экспорт продуктов лесопереработки на сегодня является Республика Карелия, что связано с тем, что республика имеет самую протяжённую в России границу с Европейским союзом (около 800 км), позитивно отражающуюся на логистических схемах экспорта. В структуре экономики Республики Карелия определяющую роль играет лесная промышленность.

В настоящее время конкурентную среду на товарных рынках продукции лесопереработки оценивают как умеренно концентрированную. Запасы древесного сырья в крупных лесных державах превосходят потребности местного населения, поэтому целью каждой лесной страны является организация внутренней переработки сырья и вывод национальной лесопродукции на мировые рынки. Это позволяет эффективно использовать имеющиеся ресурсы и увеличить экспорт.

Успешность российской продукции на внешнем рынке связывают со следующими факторами: высокое качество продукции, конкурентная цена, современное оборудование и высокая квалификация работников предприятий. Направлениями повышения конкурентоспособности предприятий-экспортеров продукции лесопереработки являются: повышение съема древесины с единицы площади эксплуатационных лесов; повышение сроков лесовосстановления; повышение системы охраны и защиты лесов; повышение степени использования лесного сырья и собираемости макулатуры; повышение инвестиционной привлекательности российских производств; повышение уровня материально-технического, научного и кадрового обеспечения. Реализация данных направлений

повышения конкурентоспособности предприятий-экспортеров продукции лесопереработки позволит существенно улучшить позицию российских предприятий на мировом рынке.

Список литературы:

1. Лесные ресурсы России. - [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://www.r-les.ru/lesa-rossii/ploshhad-lesov.html> (дата обращения 8.10.2021 г.).
2. Обзор лесопромышленного комплекса России. - [Электронный ресурс] - Режим доступа: https://assets.ey.com/content/dam/ey-sites/ey-com/ru_ru/topics/real-estate-hospitality-and-construction/ey-wood-survey-2018-rus.pdf (дата обращения 9.12.2021 г.).

СУЩНОСТЬ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: ПОНЯТИЕ И ПОДХОДЫ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ

Павлецова Галина Андреевна

*магистрант,
Новосибирский государственный университет
экономики и управления – НГУЭУ,
РФ, г. Новосибирск*

THE ESSENCE OF MARKETING ACTIVITIES: CONCEPT AND APPROACHES TO DEFINITION

Galina Pavletsova

*Undergraduate
Novosibirsk State University of Economics
and Management – NSUEM,
Russia, Novosibirsk*

Аннотация. В статье рассмотрено понятие маркетинга, цель и задачи маркетинговой деятельности, принципы маркетинга и подходы маркетинга, на основе которых осуществляется маркетинговая деятельность.

Abstract. The article discusses the concept of marketing, the goal and objectives of marketing activities, marketing principles and marketing approaches, on the basis of which marketing activities are carried out.

Ключевые слова: маркетинговая деятельность; рынок; сбыт; стратегия; управление.

Keywords: marketing activity; market; sales; strategy; management.

В современных условиях функционирования и развития российской экономики одним важная роль отводится знанию и применению модели маркетинга, которая позволяет предприятию занять и удержать достаточную долю внутреннего и международного рынка, сформировать у потребителей позитивное отношение к себе и получить главный результат деятельности любого

предприятия - высокий уровень прибыли при относительно низком уровне расходов.

Маркетинг представляет собой вид деятельности, направленной на удовлетворение нужд и потребностей с помощью обмена на рынке, это работа с рынком, включая изучение, анализ, планирование, осуществление и контроль за выполнением программ по изучению потребительского спроса и созданию оперативного управления производством для реализации продукции, которая максимально удовлетворяет требования и потребителей, и производителей [3]. Американская ассоциация маркетинга рассматривает его как совокупность процессов, обеспечивающих создание, информирование, доставку и обмен предложениями, имеющих ценность для потребителей, клиентов, партнеров и общества в целом [8].

Маркетинг - это творческая управленческая деятельность, направленная на удовлетворение потребностей потребителей и получения желаемого результата для предприятия на основе учета рыночных условий функционирования субъектов и возможностей самого предприятия по разработке новой продукции, организации производства, обеспечения эффективного товародвижения от производителя до конечного потребителя [5].

Ф. Котлер предлагает следующее определение: «маркетинг – это социальный и управленческий процесс, направленный на удовлетворение нужд и потребностей индивидуумов и групп посредством предложения и обмена товарами» [4].

Маркетинговая деятельность – это деятельность по решению подразделением маркетинга стоящих перед ним практических задач в коммерческой компании (предприятии, фирме).

Одними из первых определений маркетинговой деятельности дали основатели Сбалансированной системы показателей (Balanced Scorecard) Д. Нортон и Р. Каплан: «Маркетинговая деятельность является *процессом*, в котором можно выделить четыре основных этапа: 1) определение преимуществ в плане овладения, развития и развертывания ресурсов и возможностей фирмы;

2) определение позиционных преимуществ, отражающих реализуемую стратегию фирмы в плане предоставляемой клиентами ценности, и расходов, которые несет фирма из-за действий конкурентов; 3) определение результатов деятельности на рынке, которые представляют собой реакцию клиентов и конкурентов на реализацию позиционных преимуществ фирмы; 4) определение результатов финансовой деятельности, т. е. расходов и доходов фирмы на достигнутом уровне маркетинговой деятельности» [9].

В данном определении ключевым является идентификация маркетинговой деятельности как процесса со свойственными ему этапами, охватывающими, как можно заметить, не только внешнюю среду организации (ориентация на потребителя), но и внутренние ресурсы и возможности (ориентация на производителя).

Дальнейшее развитие маркетинга и маркетинговой деятельности (как в теоретическом, так и в практическом плане) привело к проявлению других ключевых моментов в ее определении. Так, в 2000–2008-х гг. многие исследователи (Багиев Г.Л., Тарасевич В.М., Анн Х., Мяконьков В.Б., Егорова С.Е. и др.) сошлись во мнении, что «маркетинговая деятельность может выступать как самостоятельный *вид предпринимательской деятельности* и как функция по интеграции усилий всех звеньев предпринимательской и производственной деятельности в целях достижения поставленных целей (удовлетворения спроса и получения прибыли). Маркетинговую деятельность можно назвать всеохватывающим видом предпринимательской деятельности, так как она осуществляется в рамках любой сферы предпринимательства» [6].

В 2009-2010 Агеева Н.А. и Лопаткина Н.Ю. определяют маркетинговую деятельность как «*комплекс опережающих и прогнозируемых управленческих решений предприятия на рынке, направленных на получение конкурентных преимуществ с целью удовлетворения нужд потребителя и получения дохода*» [1].

Похожее определение представлено у Войтоловского Н.В. и Калининой А.П.: «Маркетинговая деятельность представляет собой *деятельность, направленную на согласование возможностей организации с ситуацией на рынке с целью получения прибыли и конкурентных преимуществ*» [2].

Из определения ушло слово «процесс», но появились такие ключевые аспекты, как «комплекс решений», «конкурентные преимущества», «функция». Внимание авторов заострено на функциональности и комплексности.

В 2014-2016 гг. внимание исследователей маркетинговой деятельности сместилось в поле ее оценки, анализа, разработки методик количественного измерения ее эффективности. При этом в определение маркетинговой деятельности вернулось слово «процесс».

По определению А.В. Солдатовой, «маркетинговая деятельность – это *управляемый, многоаспектный и целесообразный процесс*, направленный на удовлетворение потребностей потенциальных и реальных потребителей продукции компании, состоящий в реализации специфических функций маркетинга» [7].

Главной целью маркетинговой деятельности является обеспечение коммерческого успеха компании (предприятия, фирмы) и ее продуктов на рынке. К задачам маркетинговой деятельности на предприятии относятся:

- проведение маркетинговых исследований;
- управление ассортиментом услуг (товаров);
- управление сбытом и распределением;
- управление рекламой.

Любое предприятие, которое хочет удержаться на рынке и добиться успеха, должно соблюдать главные принципы маркетинга, среди которых выделяют следующие [5]:

- ориентация на потребителя и оперативное и гибкое реагирование на изменение рыночной конъюнктуры;
- сегментирование рынка и собственно оптимальное позиционирование на нем;
- проведение детального и непрерывного маркетингового исследования рынка, позволяющее получить исчерпывающие данные о конкурентах, потребителях, новые потенциальные каналы сбыта продукции, изменения на рынке, вызванные действиями государства или сдвигами в мировой экономике и тому подобное;

- ориентация на долгосрочный результат, который отражается в привлечении и внедрении инноваций как в сфере производства продукции, так и в сфере ее сбыта и послепродажного сопровождения.

Сегодня маркетинговая деятельность предусматривает не только проблемы изучения спроса, но и комплексные мероприятия по подготовке потребителей и рынки к будущему товару, который еще не существует. Основными факторами маркетинга, специалисты считают следующие: тесное сотрудничество компаний с правительственными органами; острая конкуренция на внутренних рынках, способствующая росту эффективности компаний и облегчающих их участие в конкурентной борьбе на международных рынках; широкое участие в маркетинговой деятельности групп работников, занятых в не маркетинговых службах; участие в принятии маркетинговых решений всей иерархии менеджеров, в том числе высшего, среднего, и низшего уровней управления; гибкость в построении организационной структуры маркетинговых служб и определение функций, выполняемых их отдельными работниками. В настоящее время на принципах маркетинга строит свои системы управления подавляющее большинство компаний во многих странах запада. Существует несколько подходов, на основе которых осуществляется маркетинговая деятельность [3]:

- концепция совершенствования производства - ориентирована на внедрение высокотехнологичных производственных потоков, повышение объема производства, а также производительности и эффективности труда (в результате перечисленных действий происходит снижение себестоимости и цены). Достоинства – широкий спрос, но минимум предложения. Недостатки – появление конкурентоспособного товара на рынке.

- концепция совершенствования товара - ориентирована на привлечение потребителя путем повышения качества продукции, улучшения эксплуатационных характеристик. Эта концепция более прогрессивная по сравнению с предыдущей, но довольно опасная, так как в погоне за качеством можно не заметить переориентации потребителя на более доступные товары конкурентов. Достоинства - покупателю предоставляется возможность выбора товара по

качеству и отличительным характеристикам, покупатель способен доплачивать за дополнительные преимущества в товаре, товар должен превосходить по качеству, нежели у конкурентов. Недостатки - самоуверенность компании по поводу выпускаемой продукции и опасность инновационных технологий для общества.

- концепция интенсификации коммерческих усилий - основана на том, что потребитель не будет активно покупать товар, если не предпринять специальных мер по продвижению товара на рынок и широкомасштабной продаже. Достоинства - способность фирмы разрабатывать стратегические подходы к продажам методом демонстраций, необходимость в выделении качественных товарных характеристик, формирование квалифицированного штата сотрудников для осуществления продаж. Недостатки - наличие повторного сбыта в результате перепроизводства товара, наличие негативных реакций конкурентов по отношению к методам продаж, увеличение издержек производства по сравнению со стоимостью продукции.

- концепция маркетинга - это философия управления маркетингом. Она предполагает достижение конечных результатов предприятий через определение потребностей целевых рынков и удовлетворения этих потребностей более эффективными и продуктивными способами, чем у предприятий-конкурентов. Достоинства - соблюдение четкой дифференциации покупательских потребностей, использование рыночных инструментов для определения покупательского спроса, способность изменять рынок под воздействием новых тенденций. Недостатки – увеличение затрат на совершенствование продукции и нестабильное ценообразование.

- концепция социально-этичного маркетинга - предусматривает сочетание интересов потребителя, производителя и общества в целом (торговля с учетом экологии, общественной морали, региональных особенностей и т.д.). Достоинства – повышение качества жизни потребителей, готовность общества к финансированию экологических проблем, способность приспосабливаться к

рыночным изменениям. Недостатки - высокая стоимость технологий и несоответствие цены на ассортимент выпускаемой продукции.

Характерно то, что каждая из вышеназванных концепций присуща тому или иному периоду эволюции маркетинга.

Таким образом, можно заметить, что в современном предприятии маркетинг должен лежать в основе управления всеми процессами, потому что важным является сохранение и развитие ключевых конкурентных преимуществ.

Список литературы:

1. Агеева Н.А., Лопаткина Н.Ю. Экономический анализ маркетинговой деятельности предприятия: Учебное пособие. СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2010. 63 с.
2. Войтоловский Н.В., Калинина А.П. Комплексный экономический анализ коммерческих организаци. СПб.: СПбГУЭФ, 2010. 264 с.
3. Гурьянова Д.А. Маркетинг как основная функция управления предприятием // Ресурсосбережение и экология строительных материалов, изделий и конструкций: сборник научных трудов 3-й Междун. науч.-практ. конференции. – Курск: ЮЗГУ, 2020. – С.42-49., с.43.
4. Котлер Ф. Основы маркетинга: краткий курс. – М.: Вильямс, 2019. – 496с.
5. Серба В.Я., Волкова А.А., Михайлов А.Л., Никитин Ю.А. Маркетинг. Учебное пособие. – СПб.: ЦНИТ «Астерион», 2019. – 174с.
6. Соболева О.А. «Маркетинговая деятельность»: цель, виды, подходы к определению понятия // Вестник Псковского государственного университета. Серия: Экономика. Право. Управление. 2017. №5. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/marketingovaya-deyatelnost-tsel-vidy-podhody-k-opredeleniyu-ponyatiya> (дата обращения: 21.10.2021).
7. Солдатова А.В. Управление маркетинговой деятельностью предприятия с использованием методов экономического анализа: Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук, 201508.00.05 «Экономика и управление народным хозяйством (экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами: маркетинг)», 08.00.12 «Бухгалтерский учет, статистика», 2015.
8. Траут Дж., Райс Э. Маркетинговые войны. – СПб.: Питер, 2019. – 288 с.
9. Kaplan, R.S., Norton D.P. The Balanced Scorecard – measures that drive performance. Harvard Business Review, January-February, 1993, Pp. 71–79.

ДЛЯ ЗАМЕТОК

МОЛОДЕЖНЫЙ НАУЧНЫЙ ФОРУМ:

*Электронный сборник статей по материалам СХLIII студенческой
международной научно-практической конференции*

№ 33 (143)
Октябрь 2021 г.

В авторской редакции

Издательство «МЦНО»
123098, г. Москва, ул. Маршала Василевского, дом 5, корпус 1, к. 74
E-mail: mail@nauchforum.ru

16+

