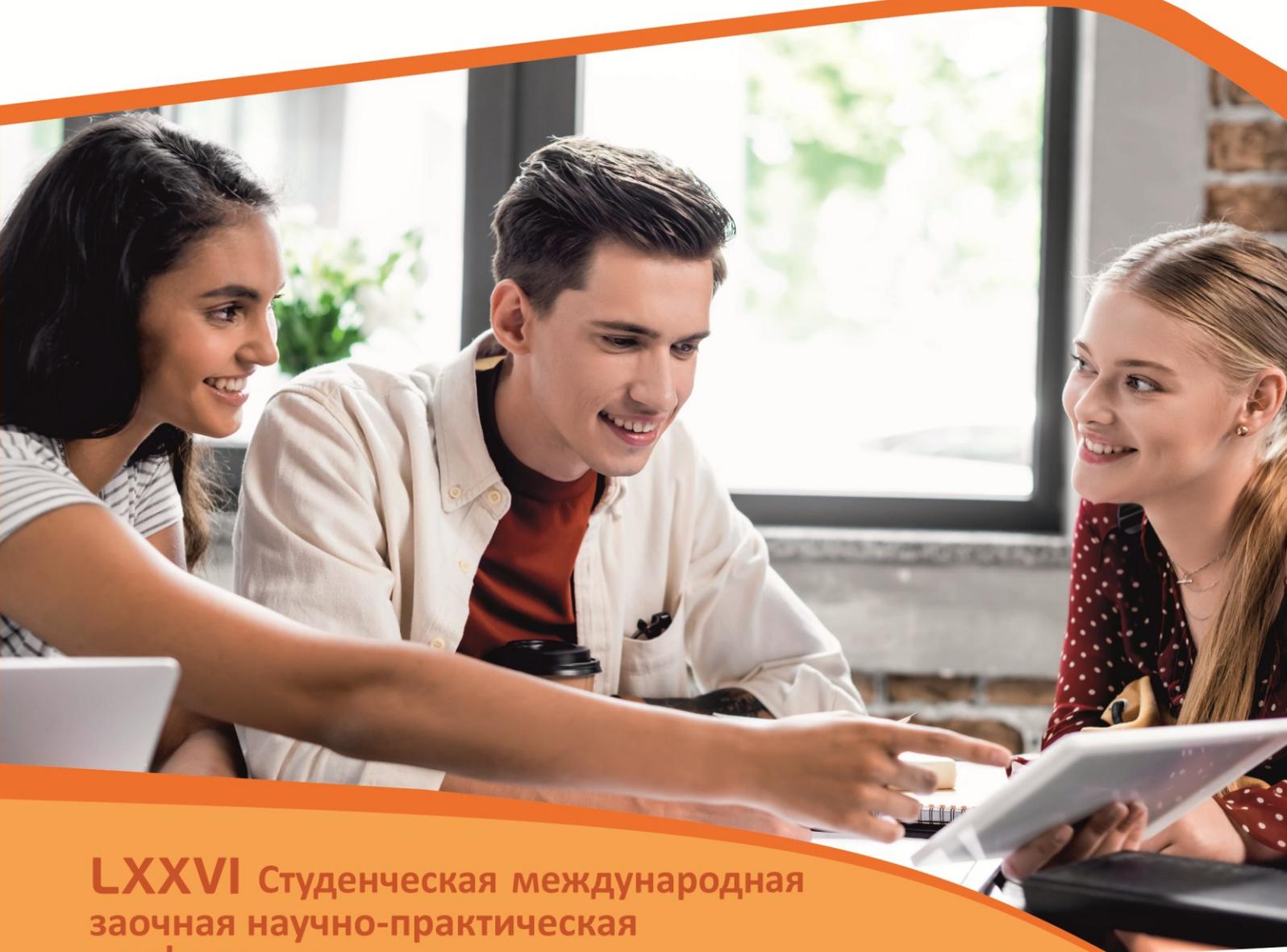




**НАУЧНЫЙ
ФОРУМ**
nauchforum.ru

ISSN 2618-6829



LXXVI Студенческая международная
заочная научно-практическая
конференция

МОЛОДЕЖНЫЙ НАУЧНЫЙ ФОРУМ
№7(76)

г. МОСКВА, 2020



МОЛОДЕЖНЫЙ НАУЧНЫЙ ФОРУМ

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

№ 7 (76)
Февраль 2020 г.

Издается с декабря 2017 года

Москва
2020

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 биозкологии 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 LXXVI студенческой международной научно-практической конференции. – Москва: Изд. «МЦНО». – 2020. – № 7 (76) / [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: https://nauchforum.ru/archive/MNF_interdisciplinarity/7%2876%29.pdf

Электронный сборник статей LXXVI 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. «Социология»	4
ИМИДЖ И РЕПУТАЦИЯ КОМПАНИИ КАК ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ Безрукова Алина Вадимовна Санникова Татьяна Дмитриевна	4
ЛЕТНЯЯ МОЛОДЕЖНАЯ БИРЖА ТРУДА КАК ИНСТРУМЕНТ ТРУДОВОГО ВОСПИТАНИЯ ПОДРОСТКОВ (НА ПРИМЕРЕ ГОРОДСКОГО ОКРУГА ВЕРХНЯЯ ПЫШМА) Новопашина Татьяна Владиславовна	9
Рубрика 2. «Технические науки»	15
ОЦЕНКА ВОЗДЕЙСТВИЯ НЕФТЕГАЗОДОБЫВАЮЩЕГО ПРЕДПРИЯТИЯ НА ОКРУЖАЮЩУЮ СРЕДУ И РАЗРАБОТКА МЕРОПРИЯТИЙ ПО ЕГО СНИЖЕНИЮ Козлова Екатерина Борисовна Кострюкова Наталья Викторовна	15
Рубрика 3. «Экономика»	20
АНАЛИЗ И ОЦЕНКА РЕНТАБЕЛЬНОСТИ ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ Владимиров Анатолий Эдуардович Буханцев Юрий Алексеевич	20

РУБРИКА 1.

«СОЦИОЛОГИЯ»

ИМИДЖ И РЕПУТАЦИЯ КОМПАНИИ КАК ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

Безрукова Алина Вадимовна

*магистрант, Томский государственный университет систем управления и радиоэлектроники,
РФ, г. Томск*

Санникова Татьяна Дмитриевна

*научный руководитель, канд. экон. наук, Томский государственный университет систем управления и радиоэлектроники,
РФ, г. Томск*

Само слово «имидж» произошло от латинского термина *imago*, который в свою очередь произошел от латинского *imitari*, означающий «имитировать».

Согласно толковому словарю Вебстера, имидж – это искусственная имитация или преподнесение внешней формы какого-либо объекта и, особенно, лица. Он является мысленным представлением о человеке, товаре или институте, целенаправленно формирующимся в массовом сознании.

В общем, имидж можно определить образом, который создается искусственным путем, при этом он должен быть точно выверен и спланирован, а также все детали оценки объекта общественностью должны быть учтены.

Имидж предприятия может быть разным для совершенно различных групп современной общественности, так как желаемое поведение данных групп непосредственно в отношении предприятия может существенно отличаться. То есть, одно и то же предприятие может совершенно по-разному восприниматься (или же стремиться к достаточно специфическому восприятию) госструктурами, инвесторами, международной и местной общественностью.

К примеру, для современной широкой национальной общественности предпочтительной является гражданская позиция предприятия. Для

международной современной общественности глобальные предприятия стремятся быть так называемыми «корпоративными гражданами мира». Что же касается партнеров, то для них важной является высокая конкурентность определенной позиции. Синтез основных представлений о фирме разных групп общественности формирует общее представление о предприятии.

Можно говорить о том, что имидж предприятия в себя включает внутренние и внешние составляющие. Так, внешний имидж является той системой представлений о предприятии, которую должны, в целом, разделять какие-либо внешние аудитории (партнеры, потребители и т.д.). В первую очередь, он формируется качеством работы, а также спецификой активной деятельности предприятия. Очевидным внешним определенным проявлением имиджа можно назвать систему идентификационных каких-либо констант предприятия – фирменный стиль. Однако также особенно важными являются прочие компоненты, а это: имидж персонала («деловой стиль компании») (специфика предприятия в общении и обслуживании, которая основана на различных правилах современной корпоративной культуры), а также персональный имидж менеджмента корпорации и, конечно же, репутация, то есть, устойчивое определенное общественное мнение непосредственно о ключевых недостатках и достоинствах данного предприятия (рисунок 1).

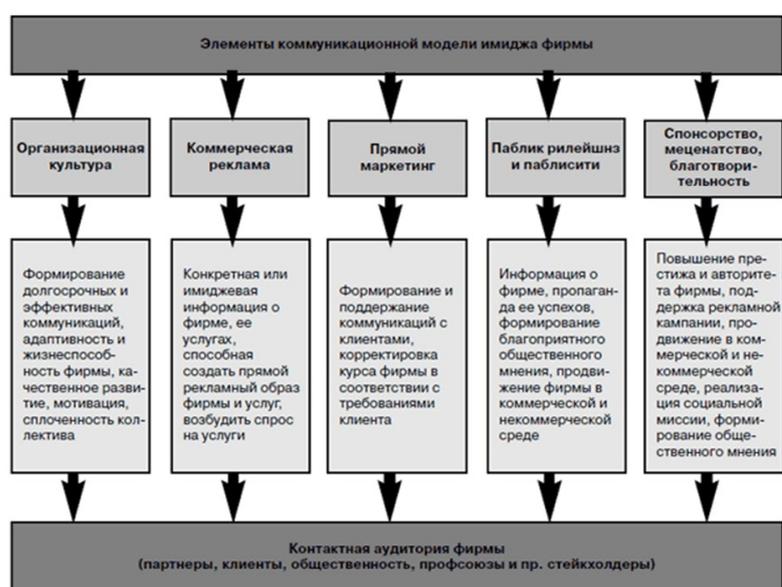


Рисунок 1. Схема коммуникативного комплекса имиджевой модели организации

Хотелось бы отметить, что модель имиджа в современных условиях массовой коммуникации всегда должна рассматриваться именно как информационно-коммуникативная модель. С одной стороны, в ней нужно представить ту важную информацию, которая и передается аудитории для формирования определенного корпоративного имиджа, с другой – предусмотреть основные коммуникационные возможности, которые в итоге должны быть задействованы непосредственно в процессе доведения данной информации до аудиторий.

Формирование имиджа предприятия происходит по-разному в разных группах общественности, так как предпочтительные действия данных групп по отношению к организации вполне возможно будет различаться. Другими словами, организация может по-разному расцениваться покупателями, инвесторами, представителями госструктур, представителями общественности. Помимо всего прочего, у каждого сотрудника в коллективе есть свое представление о его компании, ее руководителях и положении на рынке. Исходя из всего вышеперечисленного, можно сделать вывод, что любая организация имеет сразу несколько имиджей. Объединение всех мнений о компании, складывающихся у различных лиц, помогает создать полное и глубокое представление об организации – корпоративный имидж компании.

Для того чтобы понимать границы корпоративного имиджа рассмотрим его функции (рисунок 2).

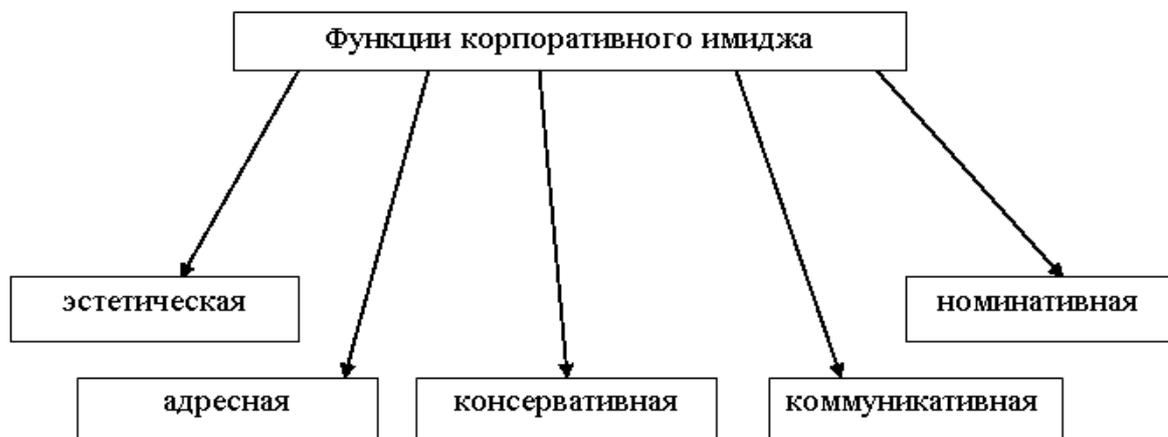


Рисунок 2. Функции корпоративного имиджа

В свою очередь у каждой функции корпоративного имиджа есть свое содержание:

1 Коммуникативная функция. Как правильно именно данная функция выступает главной, первостепенной. Она выполняет следующий ряд действий:

- идентифицирует, это позволяет целевой аудитории косвенно ознакомиться с организацией;
- презентует, позволяя обеспечивать восприятие положительного облика организации;
- позиционирует, комплексного обозначения предприятия.

2 Номинативная:

- создает узнаваемость;
- обозначает и выделяет среди прочих организаций;
- демонстрирует отличия, достоинства предприятия.

3 Эстетическая:

- выделяет эмоциональный образ организации;
- выдвигает качественные составляющие для улучшения впечатления о компании;
- визуализирует фирменные стили элементов.

4 Адресная, поддерживает связь с определенными целевыми аудиториями.

5 Консервативная, защищает рыночную концепцию организации перед давлением новейших тенденций.

Также неотъемлемой частью корпоративного имиджа является её структура (рисунок 3).



Рисунок 3. Структура корпоративного имиджа

Очень важно, чтоб все элементы, представляющие, собой структуру корпоративного имиджа были самым предприятием обширно информационно заполнены. Если же это будет отсутствовать, общественность, в силу своего большого воображения заполнит недостающие ее части информацией, которая редко описывает предприятие с лучшей стороны.

Список литературы:

1. Година И. Имидж организации как объект управления. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.advlab.ru/articles/article565.htm> (дата обращения 22.10.2019)
2. Гордеева О.В. Стратегия формирования положительного имиджа организации. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://novainfo.ru/article/3890> (дата обращения 21.10.2019)
3. Проблемы формирования имиджа компании. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://videoforme.ru/wiki/problemi-formirovaniya-imidjakompanii> (дата обращения 22.10.2019)

**ЛЕТНЯЯ МОЛОДЕЖНАЯ БИРЖА ТРУДА КАК ИНСТРУМЕНТ
ТРУДОВОГО ВОСПИТАНИЯ ПОДРОСТКОВ
(НА ПРИМЕРЕ ГОРОДСКОГО ОКРУГА ВЕРХНЯЯ ПЫШМА)**

Новопашина Татьяна Владиславовна

магистрант,

*Уральский Федеральный университет им. первого Президента Б.Н. Ельцина,
РФ, г. Екатеринбург*

**SUMMER YOUTH LABOR EXCHANGE AS AN INSTRUMENT
OF LABOR EDUCATION FOR ADOLESCENTS (ON THE EXAMPLE
OF THE VERKHNYAYA PYSHMA URBAN DISTRICT)**

Tatyana Novopashina

*Master student, Ural Federal University named after the first President
of B.N. Eltsyn,
Russia, Yekaterinburg*

Аннотация. Многим молодым людям 14-17 лет необходимо понимание основ трудовой деятельности, обеспечение занятости на летний период. Молодежная биржа труда – эффективный инструмент воспитания личностных качеств, трудовые навыков и закрепления мотивации к труду у молодежи. Автор поделится опытом работы в данном направлении.

Abstract. Many young people 14-17 years old need an understanding of the basics of work, employment for the summer. Youth labor exchange is an effective tool for educating personal qualities, labor skills and consolidating youth motivation to work. The author will share experience in this area.

Ключевые слова: трудовое воспитание; труд; подростки; молодежь; временная занятость.

Keywords: labor education; work; adolescents; young people; temporary employment.

«Трудовое воспитание – формирование необходимых для трудовой деятельности нравственных качеств человека с помощью труда. Сущность гармоничного развития личности в неразрывной связи трудового воспитания с

другими сторонами воспитания: нравственного, эстетического, интеллектуального, физического. Умный, образованный, культурный человек любой труд делает творческим, радостным. Поэтому труд и является важным условием, обеспечивающим здоровую основу развития личности» [4]. Такое определение дает трудовому воспитанию Л. Е. Сикорская.

Е. В. Малахова, Е. А. Степанов считают, что «обостряющиеся противоречия порождают негативные явления в среде школьной молодежи: нежелание трудиться, связанное с малосодержательным и примитивным трудом, лень и пренебрежение к труду, безалаберность, халатность, разболтанность, привычка к плохой организации труда и низкой производительности, порождающей отчуждение от труда. Противоречие снимается лишь в результате непосредственного вовлечения детей в высокоорганизованный общественно полезный (особенно производительный) труд, осуществления экономического воспитания, а также строгого учета законов и механизмов организации детского труда» [2].

Исследователи Н. П. Шевелёва, И. С. Кузнецов выделяют задачи профилактики социального иждивенчества молодежи путем трудового воспитания:

- «повышение потребности в созидательном, общественно значимом и полезном труде через приобщение к разным видам трудовой деятельности, к совместной деятельности, коллективному труду, творческому самовыражению и чувству сопричастности к масштабным социальным процессам;
- развитие понимания важности правильной организации труда, необходимости соблюдения техники безопасности, экономного и полного использования ресурсов, контроля качества результатов работы;
- формирование активной жизненной позиции молодежи, заинтересованность в профессиональном росте, социально-экономических общественных процессах и, как следствие, в политической жизни страны;
- профессиональная ориентация молодого поколения с учетом индивидуальных склонностей и талантов молодых людей сообразно с

текущими потребностями конкретных регионов и стратегическими задачами развития России;

- развитие способностей к планированию и организации работы с учетом ближайших и стратегических перспектив, тренировка навыков сотрудничества, кооперации и целеустремленности, формирование творческого подхода к труду, ответственности и взаимопомощи;

- воспитание производственной дисциплинированности, трудолюбия, социальной активности, инициативности» [5].

По опыту автора, наиболее эффективно трудовое воспитание реализуется с помощью деятельностного подхода, когда подростки включаются непосредственно в трудовую деятельность, и уже в ней формируются необходимые ценности, навыки и умения.

«Молодежная биржа труда - это программа работы с молодежью, направленная на оказание информационных и консультационных услуг в сфере занятости, а также содействие трудоустройству несовершеннолетних в своем населенном пункте, как на круглогодичный период, так и на летний»[1].

Ежегодно молодежная биржа труда в городском округе Верхняя Пышма организуется в рамках межведомственной программы временной занятости молодежи «Трудовое лето». Первая глава программы, в которой приводится обоснование ее необходимости, гласит: «Одной из важнейших задач, стоящих перед нашим обществом, является воспитание молодёжи, в том числе выработка у неё мотивации и потребности к труду. В связи с этим важнейшим направлением в работе администрации городского округа Верхняя Пышма является трудоустройство несовершеннолетних в возрасте от 14 до 17 лет в свободное от учебы время и во время летних каникул, а также обеспечение права несовершеннолетних граждан на труд и вознаграждение за труд, удовлетворение потребностей, приобретение опыта и навыков работы» [3].

Мотивация у молодежи при трудоустройстве наблюдается. Важной задачей молодежной биржи труда как инструмента трудового воспитания является закрепление этой мотивации.

Все трудоустроенные подростки получают денежные вознаграждения за свой труд. Если подросток пропустил несколько часов или дней, размер вознаграждения будет меньше, чем у его сверстников, честно отработавших всю смену без пропусков. Кроме того, молодые люди по окончании смены получают фирменные светоотражающие значки. Рабочие месяцы фиксируются в трудовой книжке - заполненный документ подростки получают вместе со значком. Также на протяжении смены руководитель отряда отмечает наиболее ответственных, активных, отзывчивых молодых людей, о чем сообщает организаторам закрытия трудовой смены. На основании поданных сведений печатаются грамоты с подписью руководителя органа по делам молодежи и печатью. Самые ответственные юные работники могут претендовать на денежную премию за счет средств экономии фонда оплаты труда. Так подростки учатся чувствовать ответственность за свои действия, связь между трудовыми усилиями и результатом.

Около трети трудоустроенных подростков работает при школах, в составе школьных отрядов. Остальные разделяются на отряды при ЖЭУ управляющих компаний в помощь работникам коммунальной сферы, а также «отряды мэра», которые передвигаются по всей территории города Верхняя Пышма. У каждого отряда есть руководитель. Такая организация трудовой деятельности способствует привитию навыков работы в коллективе, умению общаться со сверстниками и теми, кто выше по статусу и должности. Молодежь также учится помогать друг другу: если кто-то не успевает закончить или не понимает, как сделать что-либо, на помощь приходят остальные члены отряда.

Перед началом работы руководители всех трудовых отрядов озвучивают инструктажи по технике безопасности. Это формирует у детей понимание опасности любого труда, соблюдение осторожности и ответственный подход к трудовой деятельности. Также, согласно трудовому законодательству, во время работы отряд делает перерывы на 10-15 минут, чтобы не переутомиться.

Сегодня подросткам доступен низкоквалифицированный труд, который не вредит их физическому и психическому здоровью. Но труд это общественно

полезный. Подростки выполняют экологические, ремонтные работы. Молодежь учится чувствовать результат упорного труда и расстраивается, когда видит, что ее работа прошла насмарку: например, газон испорчен, мусор снова лежит там, где убирались несколько дней, вытоптаны цветы и т.д. Тем более что это происходит на территории родного города, на улицах которого подростки хотят видеть чистоту и порядок. Экологическое воспитание в данном случае является верным спутником трудового.

Самым ответственным доверяется работа с книгами и документами. Наиболее активные, инициативные, творческие подростки работают в составе агитбригады – отряда, который в течение смены готовит стенгазеты, листовки о профилактике асоциальных явлений, а также информирует о приоритетных направлениях текущего года (например, 2020 – Год памяти и славы). Также подростки разрабатывают афиши городских мероприятий с помощью специальных программ. Так, трудовое воспитание прививает навыки творческого мышления.

Итак, во время работы в летней молодежной бирже труда подростки обретаю следующий спектр навыков и умений:

- навык общественно полезной деятельности;
- навык работы во временных рамках с соблюдением трудовой дисциплины;
- умение анализировать и развивать свои интересы, способности, возможности, личный и профессиональный опыт, ориентиры;
- умение соотносить требования, предъявляемые профессией, с индивидуальными качествами;
- умение работать в коллективе, устанавливать коммуникацию, решать конфликты со сверстниками и взрослыми для осуществления трудовой деятельности;
- умение использовать все возможные ресурсы для достижения поставленных целей и реализации планов деятельности; выбирать успешные стратегии в различных ситуациях;

- навык творческого мышления;
- умение отличить денежное вознаграждение за честный труд от легкого заработка, сделать правильный выбор;
- навык самостоятельного (пусть и незначительного, непостоянного) заработка и распоряжения собственными заработанными средствами и т.д.

Автор данной работы уверен: если с юных лет прививать молодым людям культуру трудовой деятельности, в том числе, в форме временной занятости, это будет способствовать осознанию молодежью необходимости трудовой деятельности, ускорению профессионального самоопределения, формированию ответственности за результаты труда, умения работать в команде и готовности получать соответствующее вознаграждение за свою деятельность.

Список литературы:

1. Дом молодежи. [Официальный сайт] - URL: <http://molodost.ru/text/3262> (дата обращения: 24.01.2020)
2. Малахова Е. В., Степанов Е. А. Формирование экономических компетенций в процессе трудового воспитания молодежи // Вестник КГПУ им. В.П. Астафьева. 2012. №3. [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/formirovanie-ekonomicheskikh-kompetentsiy-v-protssesse-trudovogo-vospitaniya-molodezhi> (дата обращения: 17.01.2020).
3. Межведомственная муниципальная программа «Организация временной занятости несовершеннолетних граждан в возрасте от 14 до 17 лет в городском округе Верхняя Пышма». – 18 с.
4. Сикорская Л. Е. Волонтерство как форма трудового воспитания студенческой молодежи // Знание. Понимание. Умение. 2009. №1. [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/volonterstvo-kak-forma-trudovogo-vospitaniya-studencheskoy-molodezhi> (дата обращения: 16.01.2020)
5. Шевелёва Н.П., Кузнецов И.С. Трудовое воспитание в профилактике социального иждивенчества молодежи // Общество: социология, психология, педагогика. 2016. №3. [Электронный ресурс] - URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/trudovoe-vospitanie-v-profilaktike-sotsialnogo-izhdivenchestva-molodezhi> (дата обращения: 17.01.2020)

РУБРИКА 2.

«ТЕХНИЧЕСКИЕ НАУКИ»

ОЦЕНКА ВОЗДЕЙСТВИЯ НЕФТЕГАЗОДОБЫВАЮЩЕГО ПРЕДПРИЯТИЯ НА ОКРУЖАЮЩУЮ СРЕДУ И РАЗРАБОТКА МЕРОПРИЯТИЙ ПО ЕГО СНИЖЕНИЮ

Козлова Екатерина Борисовна

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

Кострюкова Наталья Викторовна

*научный руководитель, канд. хим. наук, доцент,
Уфимский государственный авиационный технический университет,
РФ, г. Уфа*

Нефтегазодобывающая промышленность является главной сырьевой отраслью, представляющей особо главную роль в российской экономике. Тем не менее, производственная деятельность по добыче нефти и газа оказывает в значительной степени экологическое воздействие на окружающую среду и является постоянным источником техногенной опасности.

Влияние нефтегазодобывающего предприятия на главные компоненты окружающей среды (атмосферу, гидросферу, литосферу, растительный и животный мир и человека) определено токсичностью природных углеводородов, большим разнообразием химических веществ, используемых в технологических процессах, а также все возрастающим объемом добычи нефти, ее подготовки, транспортировки, хранения, переработки и широкого разнообразного использования [1].

При бурении скважин происходит выделение пыли (SiO_2), которое характеризует валовый выброс.

Проведен расчет валовых выбросов вредных веществ (пыли) при буровых работах в соответствии с методикой [2]. Выявлено, что при бурении скважины на нефтегазодобывающем предприятии образуется 176,6 тонн пыли в год.

Больше всего к часто встречающимся загрязняющим веществам атмосферного воздуха при добыче, подготовке, транспортировке нефти и газа, кроме этого при их сжигании относятся углеводороды, сероводород, оксиды азота и серы, механические взвеси.

Проведен расчет массы объемов неорганизованных выбросов загрязняющих веществ через неподвижные и подвижные уплотнения соединений скважин согласно методике [3].

Неорганизованным выбросом является «промышленный выброс, подающийся в атмосферу в виде ненаправленных потоков газа в результате нарушения герметичности оборудования, отсутствия или неудовлетворительной работы оборудования по отсосу газа в местах загрузки, выгрузки или хранения продукта».

На рисунке 1 представлен результат расчета валовых неорганизованных выбросов через неподвижные уплотнения скважин.

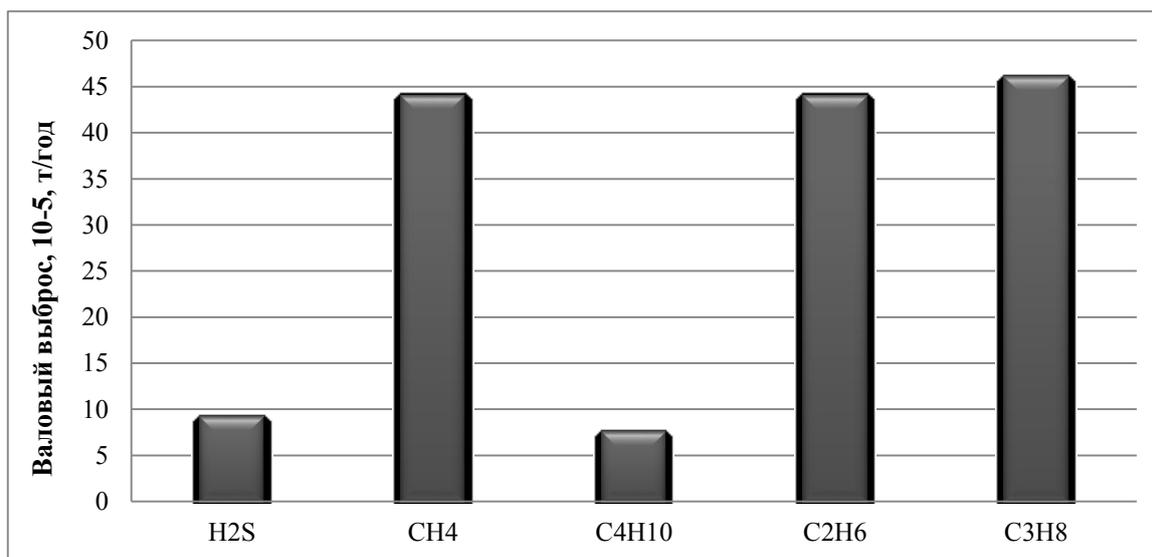


Рисунок 1. Результат расчета валовых неорганизованных выбросов через неподвижные уплотнения скважин

Наибольший валовый выброс через неподвижные уплотнения скважин соответствует пропану.

На рисунке 2 представлен результат расчета валовых неорганизованных выбросов через подвижные уплотнения скважин.

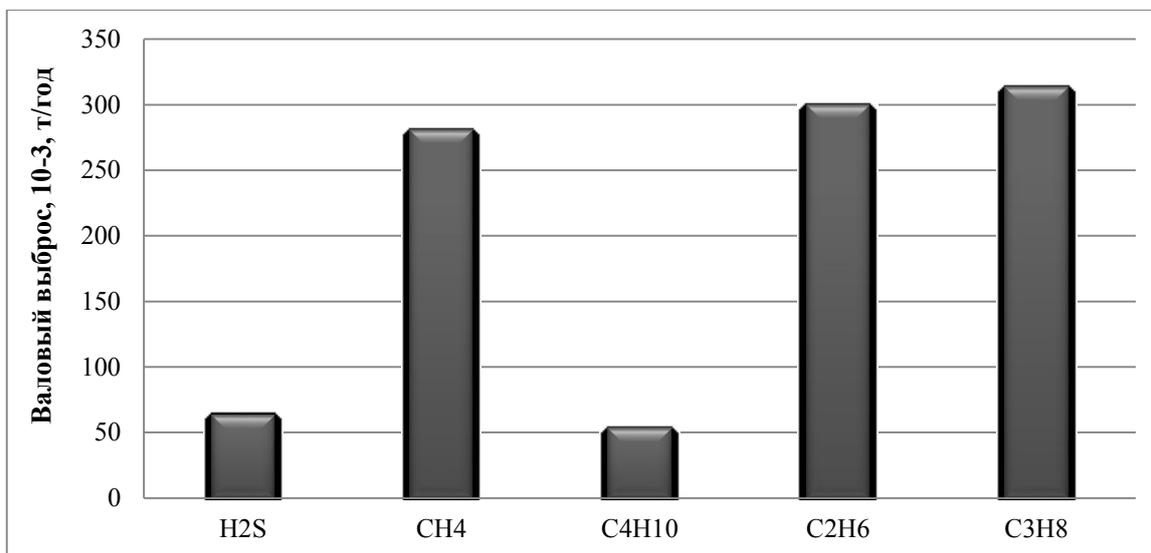


Рисунок 2. Результат расчета валовых неорганизованных выбросов через подвижные уплотнения скважин

Наибольший валовый выброс от подвижных уплотнений скважин также соответствует пропану.

Выполнен расчет параметров выбросов вредных веществ при сжигании попутного нефтяного газа на факельных установках в соответствии с методикой [4].

Результаты расчета максимально разовых выбросов загрязняющих веществ при сжигании попутного нефтяного газа на факельной установке представлены на рисунке 3.

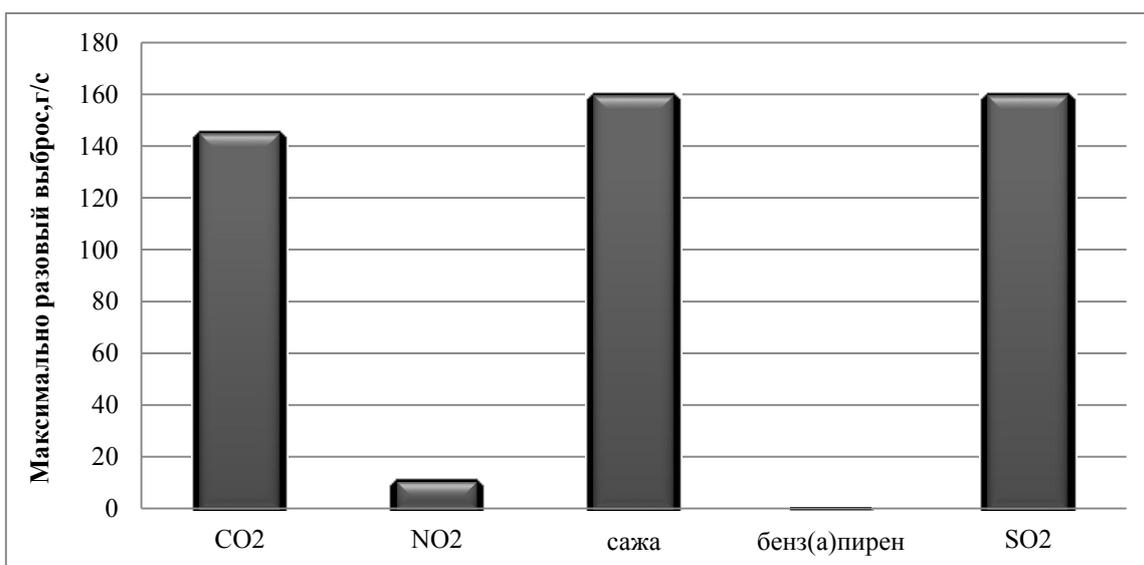


Рисунок 3. Максимально разовые выбросы загрязняющих веществ при сжигании попутного нефтяного газа на факельной установке

Наибольший вклад в максимально разовый выброс при сжигании попутного нефтяного газа соответствует CO₂, SO₂ и саже.

Результаты расчета валовых выбросов загрязняющих веществ при сжигании попутного нефтяного газа на факельной установке представлены на рисунке 4.

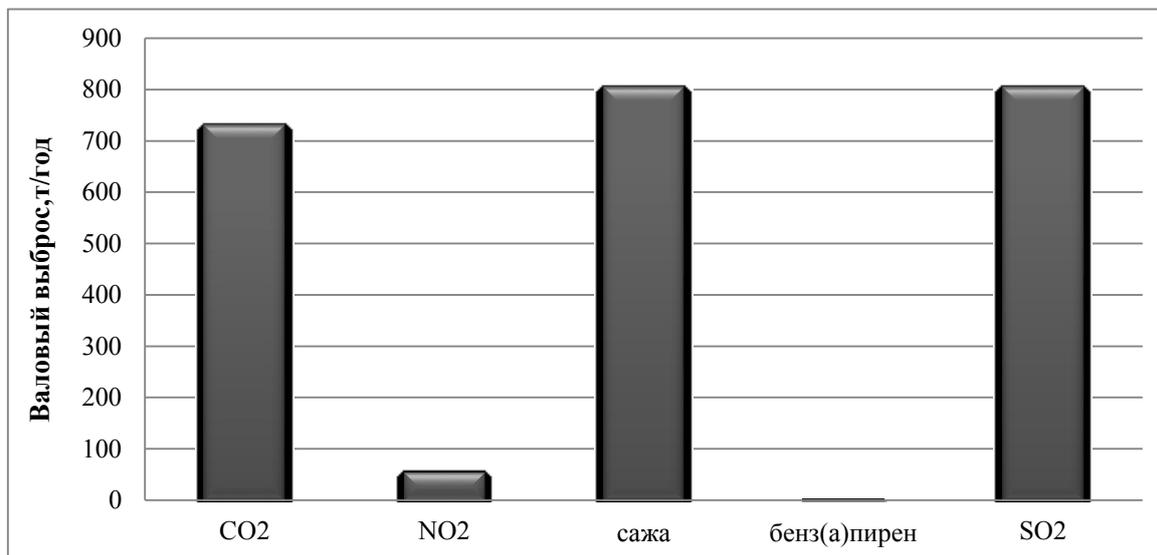


Рисунок 4. Валовые выбросы загрязняющих веществ при сжигании попутного нефтяного газа на факельной установке

Наибольший валовый выброс при сжигании попутного нефтяного газа принадлежит SO₂ и саже.

Выявлено, что преимущественным загрязнителем является пропан, валовый выброс которого от неподвижных уплотнений скважин составляет 0,00046 т/год, а от подвижных уплотнений скважин 0,313 т/год. Выяснено, что при сжигании попутного нефтяного газа на факельных установках наибольший максимально разовый выброс соответствует CO₂, SO₂ и саже, наибольший валовый выброс – SO₂ и саже.

Список литературы:

1. Источники выбросов в атмосферу нефтегазодобывающим заводом [Электронный ресурс] – URL <https://www.bestreferat.ru/referat-178505.html> (дата обращения 06.02.2020).

2. Расчет выбросов загрязняющих веществ в атмосферу при открытых горных работах. Бурение скважин. Взрывные работы [Электронный ресурс] – URL <https://vunivere.ru/work77573> (дата обращения 07.02.2020).
3. Методика расчета выбросов вредных веществ в окружающую среду от неорганизованных источников нефтегазового оборудования РД 39.142-00
4. Методика расчета выбросов вредных веществ в атмосферу при сжигании попутного нефтяного газа на факельных установках, Москва, 2008 г.

**РУБРИКА 3.
«ЭКОНОМИКА»**

**АНАЛИЗ И ОЦЕНКА РЕНТАБЕЛЬНОСТИ ТОРГОВОГО
ПРЕДПРИЯТИЯ**

Владимиров Анатолий Эдуардович

*Студент Волгоградского государственного университета,
РФ, г. Волгоград*

Буханцев Юрий Алексеевич

*научный руководитель, канд. экон. наук, доцент
Волгоградского государственного университета,
РФ, г. Волгоград*

**ANALYSIS AND OPTIMIZATION OF PROFITABILITY IN THE OVERALL
SET OF ECONOMIC ANALYSIS OF FINANCIAL PERFORMANCE
ON THE EXAMPLE OF A TRADING COMPANY**

Anatoly Vladimirov

*Student, Volgograd state University,
Russia, Volgograd*

Yuri Bukhantsev

*Ph. D., associate Professor of the Department of accounting and economic security
Volgograd state University,
Russia, Volgograd*

Аннотация. На данный момент, одним из наиболее важных вопросов экономического анализа, как метода контроля и оценки эффективности деятельности организации является анализ рентабельности, что связано с актуальностью проблемы неплатежей. Обстановка для поддержания необходимого уровня платежеспособности предприятия выступает эффективное управление рентабельностью. В статье рассмотрены подходы к определению понятия рентабельности и анализа, а также предложены меры по оптимизации рентабельности.

Abstract: at the moment, one of the most important issues of economic analysis as a method of monitoring and evaluating the effectiveness of the organization's

activities is the analysis of profitability, which is associated with the relevance of the problem of non-payments. However, to maintain the necessary level of solvency of the enterprise, effective management of profitability is required. The article discusses approaches to defining the concept of profitability and analysis, as well as proposed measures to optimize profitability.

Ключевые слова: Оптимизация рентабельности, анализ рентабельности, анализ финансовых результатов, экономическая эффективность.

Keywords: optimization of profitability, analysis of profitability, analysis of financial results, economic efficiency, economic security.

Сегодня одним из наиболее важных вопросов экономического анализа как метода контроля и оценки эффективности деятельности организации является анализ рентабельности, что связано с актуальностью проблемы неплатежей. Условием поддержания необходимого уровня платежеспособности предприятия является эффективное управление рентабельностью.

Рост прибыли предприятия может быть обеспечен при регулярном мониторинге рентабельности, своевременном предъявлении претензии по поводу возникших долгов и предупреждении их возникновения в будущем.

Н.П. Любушиным определяет рентабельность как «относительный показатель, определяющий размер прибыли, приходящейся на один рубль используемых ресурсов» [3].

Автор М. Н. Крейнина дает определение рентабельности следующим образом: «Под рентабельностью следует понимать отношение прибыли к собственному, общему или оборотному капиталу, что является важнейшим масштабом оценки величины (силы) доходов предприятия» [1].

Важно отметить следующие моменты:

- информационная база, необходимая для анализа рентабельности, является довольно ограниченной, что обусловлено содержанием форм бухгалтерской отчетности;

- рентабельность зачастую не рассматривается в качестве самостоятельного объекта исследования и изучается в основном в рамках общего экономического анализа предприятия;

- большинству методик свойственна обширность, узкий перечень используемых аналитических задач, отсутствие системности [2].

Среди всех вариантов алгоритмов анализа прослеживаются общие направления: расписание рентабельности на составляющие и анализ их динамики, качественный анализ и анализ состояния показателей. Однако менеджерам и аналитикам для решения насущных проблем и текущих задач необходимо самим выбирать виды аналитических процедур и показатели, которые соответствовали бы учетной политике, специфике деятельности и стратегии каждого отдельного субъекта предпринимательской деятельности.

Для поднятия продаж и соответственно улучшения финансового состояния, повышения рентабельности деятельности анализируемого предприятия необходимо провести мероприятия по трём основным блокам:

- продукт;
- персонал;
- процессы.

Таблица 1.

Мероприятия по повышению рентабельности деятельности анализируемого предприятия

Продукт	Персонал	Процессы
поддержание коммерческого имиджа магазина и успешности коллекций в целом виде	развитие сотрудников внутри компании для эффективного консультирования клиентов и полного владения информацией персонала о современных тенденциях	полная замена оборудования в магазинах, т.к устаревшая техника тормозит работу как с продуктом так и с покупателями, принятие поставки и увеличивает рабочее время сотрудников а так же увеличивает риск технической ошибки

активная коммуникация с productmanager для качественного и своевременного пополнение продукта	налаживание открытой коммуникации внутри коллектива, для того чтобы по любому вопросу сотрудник мог обратиться к руководителю со своими вопросами или предложениями	оптимизировать процессы на складе путём проведения зональности освобождения рабочего пространства за счёт пересмотра хранения оборудования
контроль стока и пополнения для того чтобы покупатель смог без труда найти интересующую модель нужного размера	установление более высокого уровня требований для того чтобы каждый сотрудник мог предъявлять должный уровень квалификации к себе и своим коллегам	усовершенствование работы кол центра для быстрого принятия заявки о поломки оборудования и устранения причин неисправности
оптимизация графика поставок для того чтобы сообщать клиентам о приходе новинок и пополнении размерного ряда, исключение опозданий online заказов	внедрить новую систему подготовки и развития сотрудников для универсальности, возможности работать и перекрывать нехватку сотрудников в разных отделах	
быстрая реакция на смену сезона и смену погоды а так же на календарные праздники и спортивные мероприятия		
изучение ассортимента конкурентов и их способов представления продукта, изменение имиджа наличие специальных предложений других магазинов		
минимизировать возврат продукции за счёт отслеживания качества и товарного вида		

Источник: составлено автором

Отдельно хотелось бы рассмотреть внедрение системы SDeasy [4], которая касается всех трёх вышеупомянутых блоков и позволяет работать с минимальными затратами по часам, а также с минимальной нагрузкой и возможностью принятия быстрого альтернативного решения.

По системе SDeasy все рабочие процессы, связанные с поставками продукции должны быть поставлены на конвейер для более быстрого представления новинок, упрощается система оформления магазина, улучшается коммуникация с операционным менеджером для более быстрого решения сложившихся нестандартных ситуаций.

Ещё одним важным вопросом для улучшения продаж компании является продвижение online сайта и продаж через него.

Данное улучшение экономит затраты на рекламу, но вместе с тем, информирует многих покупателей об обновлении ассортимента магазинов, о сезонных и межсезонных скидках, помогает подобрать полноценный образ.

Даёт возможность сделать персональный заказ, если в магазине закончился нужный размер.

Является источником дополнительных продаж, а также побуждает клиента прийти в магазин, чтобы забрать заказ и увидеть новые поступления.

Для привлекательности online-сайта необходимо опубликовывать видеоролики и живые фотографии, создавать тематические разделы и раздел новинок, размещать рекомендации по уходу за одеждой и обувью. Усовершенствовать функцию «поиск наличия товара в магазине», что позволит обратиться покупателю по адресу того магазина, где находится данная продукция.

Необходимо расширять возможности приложения для мобильных телефонов, чтобы покупатели имели свободный доступ для скачивания данного приложения, а также нужно сделать его более простым, понятным и удобным для всех клиентов торговой организации.

Менеджеры всех магазинов должны экономить средства торговой организации и следить за исполнением данной установки.

Для исполнения намеченных мероприятий по улучшению финансового состояния и рентабельности торговой организации необходимо назначить ответственное лицо, которое будет контролировать и корректировать деятельность магазинов, сократить затраты и найти пути получения дополнительного дохода.

Изучив основные теоретические моменты анализа и оптимизации рентабельности в общей совокупности экономического анализа финансовых результатов деятельности на примере торгового предприятия, можно с

уверенностью утверждать, что экономический анализ и анализ рентабельности имеет решающее значение в эффективности деятельности предприятия.

Так как вовремя отслеженные отрицательные результаты или отклонения от намеченных планов финансовых результатов, позволяют оптимизировать ресурсы и повысить прибыль. В качестве оптимизации рентабельности торгового предприятия предложен комплекс мер, направленный на улучшение одновременно продукта, персонала и процессов деятельности.

Список литературы:

1. Быкова, Н. Н. Понятие рентабельности предприятия [Электронный ресурс] / Н.Н. Быкова // Молодой ученый. - 2016. - №29. - С. 372-374. – Режим доступа: <https://moluch.ru/archive/133/37276/> (дата обращения 16.01.2020)
2. Латышева Л.А. Финансовый менеджмент / Латышева Л.А., Складорова Ю.М., Складоров И.Ю.; под общей редакцией Л.А. Латышевой: учебник. – М.: МИРАКЛЬ, 2016. – 340 с.
3. Любушин Н.П. Экономический анализ. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 575 с.
4. Щербак Ю.А. Анализ рентабельности финансово-хозяйственной деятельности предприятия в современных условиях / Ю.А. Щербак, А.Е. Тарутина // Вестник молодежной науки. – 2018. - № 3. – С. 16-19.

ДЛЯ ЗАМЕТОК

МОЛОДЕЖНЫЙ НАУЧНЫЙ ФОРУМ:

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

№ 7 (76)
Февраль 2020 г.

В авторской редакции

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

16+

