

Сборник статей
III Международной научно-
практической конференции

Стратегии развития науки

Москва, 2022



«ТОЛМАЧЕВО»

НАУЧНО -
ИЗДАТЕЛЬСКИЙ
ЦЕНТР

«Научно-издательский центр Толмачево»

СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ НАУКИ

Сборник статей

III Международной научно-практической конференции

(г. Москва, 23 мая 2022 г.)

Москва

ООО «НИЦ Толмачево»

2022

УДК 001.1

ББК 94.31

С83

Стратегии развития науки: сборник научных трудов по материалам III Международной научно-практической конференции 23 мая 2022.

г. Москва: ООО «НИЦ Толмачево», 2022.

ISBN 978-5-6048357-2-2

В сборнике научных трудов рассматриваются современные вопросы науки и практики применения научных результатов по материалам научно-практической конференции «Стратегии развития науки» (23 мая 2022). Сборник предназначен для научных работников, преподавателей, аспирантов, магистрантов и студентов с целью использования в научной работе и учебной деятельности.

Ответственность за аутентичность и точность цитат, имен, названий и иных сведений, а также за соблюдение законов об интеллектуальной собственности несут авторы публикуемых материалов. Материалы публикуются в авторской редакции.

Электронная версия сборника представлена в Электронной библиотеке, размещена в международной научной базе WROSA.ORG (ID 558027) и находится в свободном доступе на сайте: www.nictolmachevo.ru

УДК 001.1

ББК 94.31

ISBN 978-5-6048357-2-2

© ООО «НИЦ Толмачево», 2022

УДК 657

Шоломицкая А.А.,
студентка 3 курса
Полесского государственного университета
г. Пинск, Республика Беларусь

Лисовский М.И.
Кандидат экономических наук, доцент
Полесского государственного университета
г. Пинск, Республика Беларусь

НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ АССОРТИМЕНТНОЙ ПОЛИТИКИ ОРГАНИЗАЦИИ ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОДУКЦИИ

Аннотация: Управляющий предприятием должен владеть методологией оценки ассортиментной политики организации, путем ее исследования, в дальнейшем для увеличения реализации ликвидных позиций, или, наоборот, исключения неликвидных. В данной статье приведены предложения для повышения эффективности реализации продукции.

Ключевые слова: ассортиментная политика, реклама, маркетинг, прибыль, реализация.

Деятельность любой коммерческой организации направлена на получение прибыли. Основные факторы, влияющие на прибыль – объем, ассортимент, себестоимость проданной продукции и расходы на ее реализацию. Анализ

этих факторов помогает компании выявить недостатки, повысить рентабельность продаж .

Анализ ассортимента и планирование ассортиментной политики является обязательной частью деятельности любой организации. При этом глубина анализа в первую очередь зависит от уровня развития организации. Крупные торговые организации прилагают огромные усилия, привлекают значительные денежные средства для анализа ассортимента, так как при обороте в миллионы рублей малейшая ошибка может привести к большим убыткам. [1]

Крупные организации создают маркетинговый отдел или службу маркетинга, основной обязанностью которых является формирование ассортиментной политики на основе анализа ассортимента. Поэтому анализ играет не последнюю роль в назначении цены, выборе канала распределения и способа его продвижения.

При формировании ассортиментной политики организация определяет технологию и периодичность анализа ассортимента, его изменения и улучшения. При этом некоторые организации могут ограничиться проведением ежегодного совещания по ассортименту, где приводится статистика, высказываются мнения и на их основе руководство принимает решение о формировании ассортиментной политики на следующий год.

С точки зрения ассортиментной политики существует несколько видов стратегий:

- узкая товарная специализация;
- товарная индивидуализация, которая предполагает предложение таких товаров, которые

значительно отличаются от товаров конкурентов своим качеством, ценой и другими потребительскими свойствами;

- товарная диверсификация, предполагающая включение в ассортимент большого числа видов, разновидностей и наименований товаров;
- товарная интеграция, или расширение сферы деятельности по вертикали, например не только сбыт продукции, но и предоставление услуг по ремонту, обслуживанию, консультированию и др.

Данные маркетинговые стратегии в основном используют крупные организации, обеспечивая системный подход к ассортиментной политике.

Формирование ассортимента- проблема конкретных товаров, их отдельных серий, определение отношений между "старыми " и "новыми " товарами . При формировании ассортимента возникают проблемы цен, качества, гарантий, сервиса, собирается ли производитель играть роль лидера в создании принципиально новых видов продукции или вынужден следовать за другими производителями.

Формированию ассортимента предшествует разработка предприятием ассортиментной концепции. Она представляет с собой направленное построение оптимальной ассортиментной структуры, товарного предложения, при этом за основу принимаются, с одной стороны, потребительские требования определенных групп, а с другой-необходимость обеспечить наиболее эффективное использование предприятием сырьевых, технологических, финансовых и иных ресурсов с тем, чтобы производить продукцию с меньшими издержками.

В настоящее время данной проблеме не уделяется должного внимания, так как при формировании производственного ассортимента продукции предприятия в незначительной степени учитывается изменение спроса на потребительском рынке, а предприятия торговли не оказывают должного влияния на структуру и перечень производимого ассортимента товаров предприятий-производителей. Взаимодействие предприятий торговли и промышленности практически отсутствует, и каждый участник рынка не стремится к изменению данной ситуации, хотя обеспечение конкурентоспособности и прибыльности тех, и других определяется способностью ассортимента товаров и торговый ассортимент, должны быть заинтересованы и производители продукции, и розничные торговые организации.

Однако есть несколько проблем, которые оказывают не маленькое влияние на снижение эффективности реализации продукции. А именно это:

- Недостаточное количество рекламы;
- Предприятие уделяет мало внимания дизайну торгового зала.

Рассмотрим каждую из вышеперечисленных проблем по отдельности.

Понятие «рекламные средства» включает в себя широкий круг разных возможностей, которые направлены на передачу рекламного обращения от рекламодателя к потребителю.

Для того, чтобы потребитель узнал о расширении ассортимента, о появлении новых товаров, необходимо в полной мере использовать рекламные средства, так как это

является основным способом доведения данной информации до своих потребителей.

Планируя использование основных средств распространения рекламы, специалист по данному направлению должен точно представлять, какие показатели силы, частности и охвата воздействия обеспечивает каждое из таких средств. Данные средства располагаются в следующем порядке: газеты и телевидение, радио, журналы, наружная реклама, прямая реклама.

В завершении важно сказать, что повысить эффективность реализации продукции поможет сокращение ассортиментных позиций, которые пользуются спросом менее активно, чем другие товары. Сокращение неликвидных позиций приведет предприятие к минимизации потерь и в дальнейшем получении прибыли.

Список использованной литературы:

1. Горина А.П. Ассортиментная политика фирмы в условиях альтернативного выпуска / Контентус. 2019. № 11. С. 183-189.

© Шоломицкая А.А., Лисовский М.И., 2022

СОДЕРЖАНИЕ

Педагогические науки

Антропова А. В.

ОСОБЕННОСТИ ГЛАГОЛЬНОГО СЛОВАРЯ ДЕТЕЙ
СТАРШЕГО ДОШКОЛЬНОГО ВОЗРАСТА С
ЗАДЕРЖКОЙ ПСИХИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ.....12

Экономические науки

Борис П. А., Гордейчик С. В.

ИНВЕСТИЦИИ В ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ КАПИТАЛ.....18

Валитов Н. А., Бугаев А.С.

СОСТОЯНИЕ ИНВЕСТИЦИОННОГО РЫНКА В
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ.....23

Домашевич Д.Н., Гордейчик С. В.

ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЙ КАПИТАЛ И ЕГО РОЛЬ В
ИННОВАЦИОННОМ РАЗВИТИИ ОБЩЕСТВА.....31

Ждан В.В., Гордейчик С.В.

ВЛИЯНИЕ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА НА
ЭКОНОМИКУ ЮЖНОЙ КОРЕИ.....35

Курда Д.Н., Лисовский М.И.

ПРИМЕНЕНИЕ МСФО 2 «ЗАПАСЫ» В
ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ БУХГАЛТЕРСКОГО
УЧЕТА.....40

Антонова Л.Л. ПЛАНИРОВАНИЕ ДЕНЕЖНЫХ ПОТОКОВ ПРЕДПРИЯТИЯ.....	46
Гридякин А.А. ЦЕЛЕСООБРАЗНОСТЬ СОЗДАНИЯ СОЦИАЛЬНО- ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЗОНЫ.....	50
Дзизинская Д.В. КРИТЕРИИ СОЗДАНИЯ ОСОБОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЗОНЫ ТЕХНИКО-ВНЕДРЕНЧЕСКОГО ТИПА.....	54
Дробышева Л.В. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ПОЛИТИКА ПО ЛЕСОПЕРЕРАБОТКЕ.....	59
Дробышева Л.В. СТОИМОСТНОЕ СРАВНЕНИЕ ДОРОГ НА СВАЯХ И ТРАДИЦИОННЫХ.....	64
Пятчина С. В. ПОНЯТИЕ И КЛАССИФИКАЦИЯ ДЕНЕЖНЫХ ПОТОКОВ ПРЕДПРИЯТИЯ.....	69
Сергеев В.А. СТИМУЛИРОВАНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА В РЕГИОНЕ.....	73

Трухина Я. А. МЕТОДЫ РАСЧЕТА ПОТОКОВ ДЕНЕЖНЫХ СРЕДСТВ ПРЕДПРИЯТИЯ.....	77
Хохлова Г.И. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ РЕГИОНАЛЬНОГО ПРОИЗВОДСТВА.....	81
Усовик А.О. КЛАССИФИКАЦИЯ ДЕНЕЖНЫХ ПОТОКОВ ПРЕДПРИЯТИЯ.....	86
Шкареденок И.А. ЦЕЛЕСООБРАЗНОСТЬ СУБСИДИРОВАНИЯ АРЕНДНЫХ ПЛАТЕЖЕЙ ИННОВАЦИОННОГО БИЗНЕСА В ИРКУТСКОЙ ОБЛАСТИ.....	91
Созончук А.С., Лисовский М.И. НАПРАВЛЕНИЯ ПОВЫШЕНИЯ ВЫРУЧКИ ОТ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОДУКЦИИ (РАБОТ, УСЛУГ) В СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ.....	97
Шоломицкая А.А., Лисовский М.И. НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ АССОРТИМЕНТНОЙ ПОЛИТИКИ ОРГАНИЗАЦИИ ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОДУКЦИИ.....	101

Шоломицкая А.А., Добрыдень Н.В.
СИСТЕМА ФАКТОРОВ, ВЛИЯЮЩИХ НА ОБЪЕМ
РЕАЛИЗАЦИИ ГОТОВОЙ ПРОДУКЦИИ.....106

Технические науки

Вурц Т.В., Кабанов Е.В., Лысый К.А.
АКТУАЛЬНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ НАУЧНЫХ
ИССЛЕДОВАНИЙ В НЕФТЕГАЗОВОЙ ОТРАСЛИ.....111

Вурц Т.В., Кабанов Е.В., Лысый К.А.
ПРОЕКТИРОВАНИЕ ТЕПЛООБМЕННОГО АППАРАТА
ДЛЯ РЕГЕНЕРАЦИИ ТЕПЛОТЫ УХОДЯЩИХ ГАЗОВ
ГТУ.....117

Вурц Т.В., Кабанов Е.В., Лысый К.А.
РАСПОЗНАВАНИЕ И АНАЛИЗ РАСПРОСТРАНЕНИЯ
ТРЕЩИНОВАТОСТИ ГОРНЫХ ПОРОД НА ОСНОВЕ
СПУТНИКОВЫХ ИЗОБРАЖЕНИЙ.....124

Вурц Т.В., Кабанов Е.В., Лысый К.А.
ОЦЕНКА ФИЗИКО-ГЕОГРАФИЧЕСКИХ УСЛОВИЙ
ПРИ ПРОЕКТИРОВАНИИ МАГИСТРАЛЬНОГО
ТРУБОПРОВОДА «ЛЯНТОР-НЯГАНЬ».....135

Вурц Т.В., Кабанов Е.В., Лысый К.А.
ОЦЕНКА ФИЗИКО-ГЕОГРАФИЧЕСКИХ УСЛОВИЙ
УЧАСТКА ТРАНССАХАЛИНСКОЙ
ТРУБОПРОВОДНОЙ СИСТЕМЫ.....149

Вурц Т.В., Кабанов Е.В., Лысый К.А. ОЦЕНКА ФИЗИКО-ГЕОГРАФИЧЕСКИХ УСЛОВИЙ УЧАСТКА ТРАССАХАЛИНСКОЙ ТРУБОПРОВОДНОЙ СИСТЕМЫ	158
Вурц Т.В., Кабанов Е.В., Лысый К.А. ГИСТОГРАММНАЯ ОБРАБОТКА СПУТНИКОВЫХ ИЗОБРАЖЕНИЙ LANDSAT 7.....	172
Гасымов Э.Т., Аланкин М.С., Рябый Н.Н. СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ НЕФТЕГАЗОВОЙ НАУКИ.....	181
Гасымов Э.Т., Аланкин М.С., Рябый Н.Н. СОСТАВ СООРУЖЕНИЙ МАГИСТРАЛЬНЫХ НЕФТЕПРОВОДОВ КЛАССИФИКАЦИЯ НЕФТЕПРОВОДОВ.....	193
Гасымов Э.Т., Аланкин М.С., Рябый Н.Н. ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ ПРОЦЕССЫ КОМПРЕССОРНЫХ СТАНЦИЙ.....	205
Гасымов Э.Т., Аланкин М.С., Рябый Н.Н. КЛАССИФИКАЦИИ ГАЗОРАСПРЕДЕЛИТЕЛЬНЫХ СТАНЦИЙ И ИХ ОСНОВНЫЕ СВЕДЕНИЯ.....	217

Гасымов Э.Т., Аланкин М.С., Рябый Н.Н. СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ ТРАНСНЕФТИ И ЕЕ ДОЧЕРНИХ ПРЕДПРИЯТИЙ.....	230
Гасымов Э.Т., Аланкин М.С., Рябый Н.Н. СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ ТАТНЕФТИ И ЕЕ ДОЧЕРНИХ ПРЕДПРИЯТИЙ.....	242
Рябый Н.Н. Гасымов Э.Т., Аланкин М.С. СТРАТЕГИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ КОМПАНИИ «ЭКСОН НЕФТЕГАЗ ЛИМИТЕД.....	251
Забалотин И.Е., Гасымов Э.Т., Аланкин М.С. НАСОСЫ ДЛЯ ПЕРЕКАЧКИ НЕФТИ. ТИПЫ, ОСНОВНЫЕ ПАРАМЕТРЫ.....	264
Забалотин И.Е., Гасымов Э.Т., Аланкин М.С. ПРОМЫШЛЕННАЯ И ЭКОЛОГИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ НАСОСНОГО БЛОКА.....	277
Гасымов Э.Т. ИННОВАЦИОННЫЕ СПОСОБЫ ТЕХНИЧЕСКОЙ ДИАГНОСТИКИ ТЕХНИЧЕСКИХ ТРУБОПРОВОДОВ НА КОМПРЕССОРНЫХ СТАНЦИЯХ.....	290
Зангиева С.В. ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ИНДУСТРИИ ПИТАНИЯ.....	308

Педагогические науки

Гутковская А.В., Кашкан Т.А.,
АКТУАЛЬНЫЕ ИЗМЕНЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО
ОБРАЗОВАНИЯ В ЕВРАЗИЙСКИХ
ГОСУДАРСТВАХ.....319

Медицинские науки

Токтарбаева Д.К. ,Искакова Ф.А.
СЕСТРИНСКИЙ УХОД ЗА БОЛЬНЫМИ С
ХРОНИЧЕСКИМИ ПСИХИЧЕСКИМИ БОЛЕЗНЯМИ В
АЛМАТИНСКОЙ ОБЛАСТИ.....327

Математические науки

Киреева А.К., Искакова А.С., Омарова Н.Т.
КОРРЕЛЯЦИОННЫЙ КРИТЕРИЙ ФИЛЛИБЕНА
ПРОВЕРКИ СЛОЖНОЙ ГИПОТЕЗЫ
НОРМАЛЬНОСТИ.....341

Культурология

Кольба Я. И.
МОДИФИКАЦИЯ МИСТИКИ В ЭПОХУ
ГЛОБАЛИЗАЦИИ НА ПРИМЕРЕ СУФИЙСКОГО
ОРДЕНА ИНАЙЯТИЯ 346

Ресурсосбережение

Фёдоров А. О.
СИСТЕМА РАСПРЕДЕЛЕННОГО МОНИТОРИНГА
ТЕМПЕРАТУРЫ КАБЕЛЬНОЙ ЛИНИИ
ЭЛЕКТРОПЕРЕДАЧИ.....362

Фёдоров А. О.
МОНИТОРИНГ ТЕМПЕРАТУРЫ КАБЕЛЬНОЙ ЛИНИИ
ЭЛЕКТРОПЕРЕДАЧИ369

Фёдоров А. О.
РАСПРЕДЕЛЕННЫЙ ВИБРОАКУСТИЧЕСКИЙ
МОНИТОРИНГ КАБЕЛЬНОЙ ЛИНИИ
ЭЛЕКТРОПЕРЕДАЧИ372

Искусствоведение

Гавришева Н. А.
СИНТЕЗ АВАНГАРДНОГО ТАНЦА И МОДЫ НА
ПРИМЕРЕ ТВОРЧЕСКОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ
ХОРЕОГРАФОВ И ДИЗАЙНЕРОВ МОДНОГО ДОМА
CHANEL НА ПРОТЯЖЕНИИ XX-XXI ВЕКОВ.....375