Современные научные исследования: проблемы и перспективы

Киров
2024

Современные научные исследования: проблемы и перспективы

Сборник материалов
VII Международной научно-практической конференции
(4–5 марта 2024 года, г. Зерноград)

Киров
2024

© АНО ДПО «Межрегиональный центр инновационных технологий в образовании», 2024
© Азово-Черноморский инженерный институт – филиал
ФГБОУ ВО «Донской государственный аграрный университет» в г. Зернограде, 2024
© Коллектив авторов, 2024

УДК 001
ББК 72
С56

Ответственный редактор –
М. Н. Крылова, *кандидат филологических наук, доцент,*
профессор кафедры гуманитарных дисциплин и иностранных языков, Азово-Черноморский инженерный институт – филиал ФГБОУ ВО «Донской ГАУ», г. Зерноград

С56 Современные научные исследования: проблемы и перспективы [Электронный ресурс]: сборник материалов VII Международной научно-практической конференции (4–5 марта 2024 года, г. Зерноград) / [под ред. М. Н. Крыловой]. – Электрон. текст. дан. (8,2 Мб). – Киров: Изд-во МЦИТО, 2024. – 1 электрон. опт. диск (CD-R). – Систем. требования: PC, Intel 1 ГГц, 512 Мб RAM, 8,2 Мб свобод. диск. пространства; CD-привод; ОС Windows XP и выше, ПО для чтения pdf-файлов. – Загл. с экрана.

ISBN 978-5-907851-05-4

Научное электронное издание

В сборнике представлены материалы VII Международной научно-практической конференции «Современные научные исследования: проблемы и перспективы», которая прошла на базе Азово-Черноморского инженерного института (г. Зерноград Ростовской обл.) 4–5 марта 2024 года. Организаторами конференции выступили кафедра гуманитарных дисциплин и иностранных языков Азово-Черноморского инженерного института ФГБОУ ВО Донской ГАУ (Россия) и кафедра языков Алматинского университета энергетики и связи имени Гумарбека Даукеева (Казахстан). На конференции в научном, практическом и методическом аспектах был рассмотрен широкий круг проблем, актуальных для современной науки.

Публикуемые материалы представляют интерес для вузовских преподавателей, студентов различных образовательных организаций сельскохозяйственного, технического и других профилей.

ISBN 978-5-907851-05-4

УДК 001
ББК 72

© АНО ДПО «Межрегиональный центр инновационных технологий в образовании», 2024
© Азово-Черноморский инженерный институт – филиал ФГБОУ ВО «Донской государственный аграрный университет» в г. Зерограде, 2024
© Коллектив авторов, 2024

Содержание

Ажиев Канат Омирзакович, Досмаханова Райкул Амандыковна, Файзуллаева Айдана Хамитбековна
Использование дебатной технологии на занятиях по литературе 8
Ботбаева Жанар Турлыбековна, Болат Бакдаулет Жаксыбайулы
Применение сахарозаменителей в разработке технологии безглютеновых кондитерских изделий 13
Буткова Оксана Владимировна
Риски в системе внутреннего контроля и аудита экономических субъектов 17
Волохов Николай Николаевич, Антоненко Елизавета Александровна
Экологические проблемы и пути их решения для перспективного развития России ...22
Волохов Николай Николаевич, Твердохлебова Юлия Андреевна
Влияние внешних миграционных процессов на экономику России 28
Волохов Николай Николаевич, Дикунова Елизавета Владимировна
Экономическая оценка мероприятий по оздоровлению водохозяйственного комплекса 33
Волохов Егор Николаевич
Направления развития инновационной деятельности ОАО «Российские железные дороги» 36
Волохов Николай Николаевич, Краснощёков Владимир Владимирович
Разработка бренда компании 40
Волохов Николай Николаевич, Панасюк Анатолий Сергеевич
История и перспективы развития деятельности магазина «Магнит» АО «Тандер» 44
Волохов Николай Николаевич, Попов Максим Сергеевич
Теоретические подходы к исследованию конкурентоспособности 48
Ворошилова Оксана Николаевна
Особенности преподавания дисциплины «Психология управления» в вузе 52
Ворошилова Оксана Николаевна
Особенности преподавания дисциплины «Правоведение» в вузе 54
Гаран Евгения Петровна
Структурные модели заголовков интернет-газеты «Известия» 57
Глушко Ирина Васильевна
Проблема развития профессионального образования в России 60
Гужвина Наталья Сергеевна, Чумакова Наталья Валерьевна
Пути совершенствования организации бухгалтерского учета расчетов с подотчетными лицами 64
Дорощук Александр Иванович
Рынок пшеницы: состояние и проблемы 71
Дорощук Александр Иванович
Рынок ячменя: состояние и риски 81
Дорощук Александр Иванович
Рынок семян подсолнечника: состояние и оценка рисков финансовых потерь производителей 90
Ежов Сергей Александрович, Рукин Вячеслав Александрович, Токарева Анна Николаевна, Панченко Сергей Викторович
Особенности методики расчета тепловых нагрузок в теплице при использовании энергосберегающих систем отопления 97
Ежов Сергей Александрович, Токарева Анна Николаевна, Липкович Игорь Эдуардович
Использование мультикритериального метода для оценки эффективности холодильных агентов теплонасосных установок 102

Волохов Николай Николаевич
кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики и управления
Азово-Черноморского инженерного института –
филиала ФГБОУ ВО Донской государственный аграрный университет, г. Зерноград, Россия
nike_volockov_77@mail.ru

Панасюк Анатолий Сергеевич
кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики и управления
Азово-Черноморского инженерного института –
филиала ФГБОУ ВО Донской государственный аграрный университет, г. Зерноград, Россия
panasjuk_tolik@mail.ru

История и перспективы развития деятельности магазина «Магнит» АО «Тандер»

Аннотация. Статья посвящена истории появления и развития магазинов «Магнит» – одной из крупнейших розничных сетей в России, которая довольно быстро вошла в число лидеров по выручке среди российских компаний. В работе выявлена доля «Магнита» среди продуктовых ритейлеров, рассмотрена динамика выручки компании, оценены её роль на современном рынке и перспективы её развития.
Ключевые слова: коммерческая деятельность, торговля, гипермаркет, стратегия развития, целевая аудитория, ритейл, выручка.

Volokhov Nikolai N.
Panasyuk Anatoly S.

The history and prospects of the development of the Magnit store of JSC Thunder

Abstract. The article is devoted to the history of the emergence and development of Magnit stores, one of the largest retail chains in Russia, which quickly became one of the leaders in revenue among Russian companies. The paper identifies the share of Magnit among grocery retailers, examines the dynamics of the company's revenue, and evaluates its development prospects.
Key words: commercial activity, trade, hypermarket, development strategy, target audience, retail, revenue.

«Магнит» – крупнейшая российская сеть продовольственных магазинов-дискаунтеров. В период 2001-2005 гг. сеть показала стремительный региональный рост и заняла первое место в России по количеству магазинов и стала второй по объему выручки в стране. В настоящее время, она насчитывает 21000 магазинов в 3750 населённых пунктах, с общим количеством работников более 300 тыс. человек. Обслуживает эту сеть, которая сама имеет пятнадцать предприятий по выпуску продуктов питания, дополнительно 6000 поставщиков, в том числе такие как: «Вимм-Билль-Данн». «СК Ленинградский»: «Юнимилк», «Агрокомплекс» им. Н.И. Ткачева «Кореновский молочно-консервный комбинат», «Пятигорский МК», «ЭкоНива Воронеж», «Новокуб МК», «Кубанская Станица» и др. [1].

Основанная в 1994 году Сергеем Галицким, компания начинала свою деятельность с оптовой торговли товарами бытовой химии под названием «Тандер». С тех пор «Магнит» прошёл путь от небольшого регионального игрока до национального игрока в розничной торговле. АО «Тандер» (управляющая компания сети магазинов «Магнит») основана в 1994 г. как оптовый поставщик бытовой химии и косметики, а с 1997 г. приступила к изучению продовольственного сегмента рынка, став одним из пяти огромнейших дистрибьютеров в России.

В 1998 году начата работа по развитию розничного рынка: раскрыт первый торговый центр самообслуживания. В течение года фирма вышла на лидирующие позиции на юге РФ, после чего стартовало продвижение компании в другие регионы.

2000 г. – важный год в истории компании. Управление принимает заключение о реорганизации работы розничной направленности. Все магазины переводят в формат дискаунтера и соединяются под брендом «Магнит».

Специфика «Магнита» – это его географическое распределение и масштаб. Компания имеет магазины от крупных городов до маленьких населенных пунктов, что делает ее доступной для обширного круга потребителей. Это расширяет рыночный охват и позволяет компании оптимизировать логистику и снабжение.

Кроме того, «Магнит» активно занимается развитием собственных производственных мощностей. Компания управляет несколькими предприятиями по выращиванию овощей, производству бакалеи и кондитерских изделий. Это позволяет компании не только контролировать качество продукции, но и снижать зависимость от поставщиков.

Стратегическое направление – открытие магазинов в городах с населением менее 500 тыс. человек. Целевая аудитория «магазина у дома» – покупатели со средним уровнем дохода, что дает возможность сети «Магнит» проникать в небольшие города и населенные пункты.

В период 2001–2017 гг. сеть продемонстрировала быстрый региональный подъем и заняла лидирующее место в России по количеству торговых магазинов – 3500 и стала второй по размеру выручки в стране.

В истоке 2018 года была окончена реорганизация категории компаний «Магнит», в итоге которой ПАО «Магнит» стало холдинговой фирмой группы обществ, занимающихся розничной торговлей через сеть торговых центров «Магнит».

В апреле 2018 года фирма провела IPO, большая часть вырученных средств ориентирована на развитие сети магазинов ПАО «Магнит» и исследование формата гипермаркетов под тем же брендом. Сеть ПАО «Магнит» не использует франчайзинг, компания полностью самостоятельно управляет своими магазинами, что позволяет устанавливать и поддерживать единые стандарты качества во всей сети.

Благодаря использованию региональных распределительных центров ПАО «Магнит» удалось наладить эффективную систему логистики. В составе компании действуют одиннадцать собственных распределительных центров, на которые приходится порядка 79 % всего товарооборота.

Также компания располагает и собственным автопарком из 2642 машин, что позволяет снижать транспортные издержки и практически полностью исключать потери при транспортировке.

Внедрена в организации и автоматизированная система управления товарными запасами, благодаря чему увеличивается их оборачиваемость. ПАО «Магнит» считается обладателем наикрупнейшей по числу торговых центров и территории их покрытия сети в России, что позволяет осуществлять закупки на специальных критериях. С 2018 года компания развивает во всех городах РФ обновленный формат розничной торговли – сеть гипермаркетов ПАО «Магнит». Совокупная торговая площадь магазинов увеличилась на 22,92 % с 3590,64 до 4413,72 тыс. кв. м.

Гипермаркет предполагает собой объект нового для любого города формата: инновационная многофункциональная структура, просторная планировка, большая и удобная парковка, продажа полного набора товарного ассортимента для всей семьи в одном месте, организация зоны публичного питания – всё сейчас остро востребовано на рынке услуг каждого города, где работают гипермаркеты или идет их строительство.

В операционной деятельности таких компаний не так активно задействуется иностранное оборудование, как в телекоммуникациях и горной добыче. «Магнит» – второй по величине продуктовый ритейлер в России. Свое лидерство компания потеряла еще в 2015 году, когда произошла смена собственника и начались проблемы в операционном бизнесе. Сейчас компания постепенно восстанавливает позиции. Результаты представлены на рис. 1.

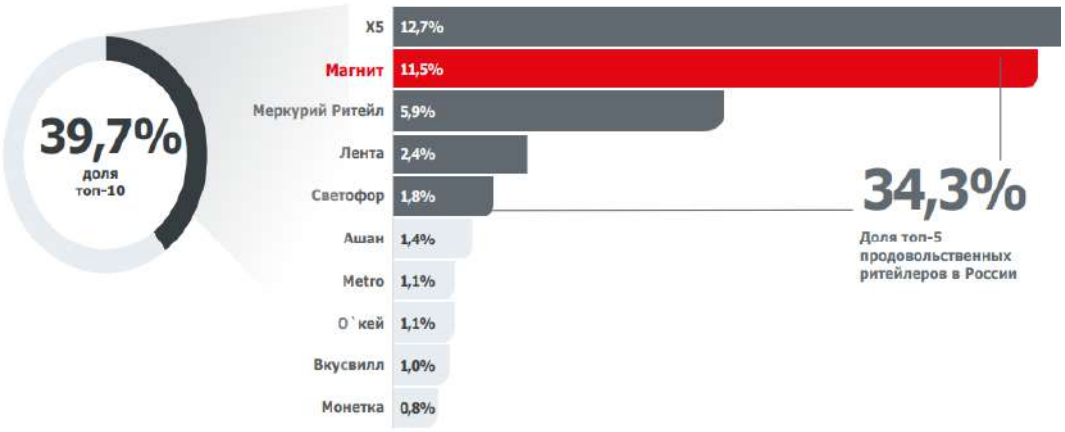


Рисунок 1 – Топ-10 продуктовых ритейлеров в России

За последние два года «Магнит» поглотил четыре относительно небольших ритейлеров и группу «Дикси». Поглощения и активное открытие новых магазинов привело к резкому увеличению торговых точек. «Магнит» активно развивает сразу несколько форматов.

За последние несколько лет компания смогла существенно нарастить долю магазинов дрогери (Косметик и Аптеки), что позволило расширить число потенциальных покупателей.

«Магнит» тестирует новые небольшие форматы по типу киосков и мини-кафе. Также в последнее время стало популярно развивать дискаунтеры. Учитывая текущую ситуацию, высокую инфляцию, снижение реальных доходов населения магазины подобного формата имеют большой спрос. Предполагается, что ассортимент в «Моей цене» будет на 50% состоять из собственных торговых марок. За счет более низких капитальных затрат, узкого ассортимента и экономии на коммерческих расходах рентабельность инвестиций в открытие таких магазинов больше, чем у классических.

Что касается приобретения «Дикси», то «Магнит» планирует несколько этапов до полной интеграции. В конечном итоге это приведет к росту EBITDA и сеть выйдет на рентабельность, сопоставимую с другими форматами группы.

Если смотреть на динамику сопоставимых продаж, которые учитывают и средний чек, и трафик, то «Магнит» стал обгонять своего основного конкурента X5. Выручка компании в 2022 году выросла на 20% с учетом поглощенной «Дикси» (результаты учитываются со 2-го полугодия). При этом рентабельность уже 4-й год закрепляется выше 10 %.

Долговая нагрузка немного выросла на фоне покупки «Дикси», но остается на нормальном уровне. Тем более, что у «Магнита» нет долгов в иностранной валюте, что защищает его от рисков, связанных с проведением платежей. Также почти весь долг с фиксированной процентной ставкой, это помогло избежать дополнительных расходов из-за повышения ставки ЦБ.

Текущая обстановка не сильно помешает реализации запланированной стратегии. Высокая инфляция поддерживает средний чек и, соответственно, выручку продуктового ритейла. Даже в условиях кризиса еда – последнее о чего откажется насе-

ление. В целом это же касается лекарств и бытовой продукции. Но в 2024 году ожидается снижение выручки на фоне высокой инфляции более 20 %, из-за воздействия санкций и снижения потребительских доходов населения (рис. 2).

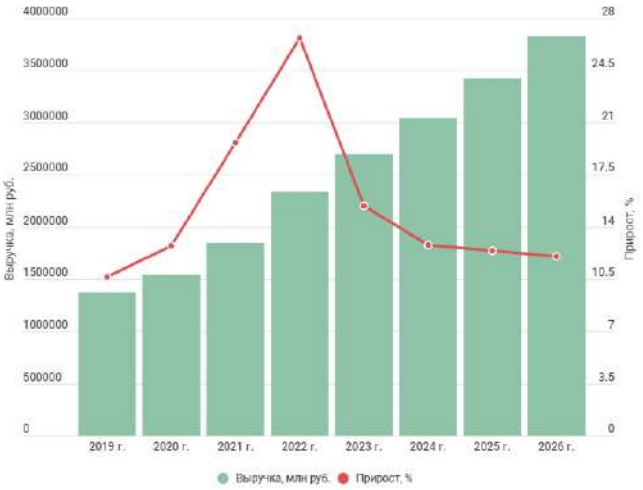


Рисунок 2 – Планирование выручки ПАО «Магнит» до 2026 г.

Сильного роста рентабельности ждать не стоит. Предполагается, что она будет увеличиваться постепенно, по мере завершения интеграции с «Дикси» и открытием новых форматов. Продуктовый ритейл в нынешние времена действительно можно назвать защитным сектором. Инфляция переносится на продукты, выбывшие иностранные марки можно заменить собственными и повысить их продажи.

На будущее «Магнит» разработал концепцию стратегии устойчивого развития.

Она включает амбиции компании, в том числе:

1. Положительно повлиять на качество жизни всех россиян.
2. Стать работодателем № 1 в российском секторе розничной торговли.
3. Создать полностью ответственную цепочку продаж.
4. Стать лидером по снижению воздействия на окружающую среду в российском секторе розничной торговли.
5. Выстроить лучшую систему корпоративного управления в российском секторе розничной торговли.

Компания определила фокусные зоны, к которым она отнесла сотрудников, местные сообщества экологию, здоровье и благополучие, «зелёные» закупки [2].

В конечном итоге, стратегия предполагает следующие принципы: добросовестные деловые практики, управление природными ресурсами, уважение многообразия и инклюзивность, ответственный маркетинг, партнёрство, которые позволяет ей и дальше удерживать позиции одного из лучших ритейлеров России.

Литература и источники

1. Волохов Н.Н., Кучма В.В. Анализ ассортимента молока на примере супермаркета «Пятёрочка», расположенного в станице Кущевской, Краснодарского края // Современные научные исследования: проблемы и перспективы: сб. мат. VI междунар. науч.-практ. конф. – Киров: МЦИТО, 2022. – С. 42-47.

2. Ритейл со смыслом. Стратегия устойчивого развития компании «Магнит». URL: https://www.magnit.com/upload/iblock/8f2/n2yk512yjih1q2ko67op4ylhej1ru3fi/Magnit_1H2022_19Aug2022_rus.pdf.