

Министерство образования и науки Российской Федерации
Национальный научно-образовательный инновационно-технологический консорциум вузов сервиса
Департамент образования и науки администрации Приморского края
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Владивостокский государственный университет экономики и сервиса»

ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ВУЗОВ – НА РАЗВИТИЕ ДАЛЬНЕВОСТОЧНОГО РЕГИОНА РОССИИ И СТРАН АТР

Материалы XVI международной научно-практической конференции студентов,
аспирантов и молодых исследователей

(17–18 апреля 2014 года)

В шести томах

Под общей редакцией д-ра экон. наук Т.В. Терентьевой

Том 3



Владивосток
Издательство ВГУЭС
2014

СОДЕРЖАНИЕ

МАРКЕТИНГ. КОММЕРЦИЯ. ЛОГИСТИКА. ТОВАРОВЕДЕНИЕ

<i>Барагаева Н.С.</i> Эффективность логистической деятельности на предприятии (на примере ООО «Желдор Альянс»)	9
<i>Волкова Н.А., Прозорова А.А.</i> Динамика и причины повышения цен продукции «Владхлеб»	11
<i>Вишкова Н.Д.</i> Выбор показателей для оценки качества услуг торговли	13
<i>Грицев Н.С.</i> Из опыта практико-ориентированного обучения	14
<i>Емелина Я.И.</i> Анализ коммуникационной политики предприятия (на примере ИП Усатюк Зоя Александровна)	15
<i>Жарников В.С., Подовалов А.С.</i> Концепция «Кайдзен» и ее применение	16
<i>Захарова В.В., Кичий Н.И.</i> Инновационные технологии в сфере ЖКХ на примере Приморского края	18
<i>Зуй К.Д., Симакова М.В., Столярова М.А.</i> Исследование выпускников вуза с целью формирования электронной базы «Успешный выпускник ВГУЭС»	20
<i>Кикта А.С.</i> Пути совершенствования закупочной деятельности на примере ОАО «Хорольского топливоснабжающего предприятия»	22
<i>Кузьмичева В.П.</i> Исследование ассортимента йогурта на примере торгового предприятия, расположенного на территории ОАО Дальневосточный завод «Звезда»	24
<i>Ладенкова А.Г.</i> Совершенствование транспортной логистики дистрибьюторской компании «Владивостокский молочный комбината» (ВМК) филиал ОАО «Вимм-Билль-Данн» (ВБД) методом полных затрат	26
<i>Лелейка В.Г.</i> Особенности продвижения консалтинговых услуг в деловой среде	28
<i>Лиходедова А.Д.</i> Исследование процесса продаж дилерского центра KIA ООО «Сумотори-Авто» в контексте клиентоориентированности	31
<i>Михайлова М.С.</i> Влияние заквасок на свойства кисломолочных продуктов	34
<i>Монгуш Ш.М.</i> Влияние традиций тувинского народа на развитие экономики в регионе	34
<i>Мошкарева М.С.</i> Маркетинговое исследование предпочтений потребителей сети магазинов «Чудодей»	35
<i>Нерода А.Н.</i> Исследование предпочтений студентов ВГУЭС в отношении дополнительных образовательных программ	37
<i>Пиган И.И.</i> Возможности использования кожевенных отходов	39
<i>Подоплелова А.Н.</i> Методы управления ассортиментом продукции на предприятии	41
<i>Соболева В.В.</i> Оценка конкурентоспособности торгового предприятия и разработка рекомендаций по ее повышению (на примере ИП З.А. Усатюк, г. Владивосток)	42
<i>Соломаха А.В.</i> Оценка деятельности вуза с помощью системы дихотомических шкал (на примере ФГБОУ ВПО «ВГУЭС»)	43
<i>Старосельцева Д.С.</i> Проблемы управления товарными запасами компании ООО «Байс – ДВ»	45
<i>Стефанова К.С.</i> Анализ ассортиментной политики предприятия (на примере ИП Усатюк З.А.)	48
<i>Титова Я.А.</i> Анализ внешних факторов стратегии развития услуг фитнес-клубов на примере фитнес-клуба «Багира»	50
<i>Ткаченко А.С., Александрова Ю.Ю.</i> Оптимизация представленности ВГУЭС в YOUTUBE	53
<i>Цыганок С.А.</i> Современные материалы в производстве спортивной одежды и анализ товарных запасов с использованием метода ABC-XYZ по заказу Общественной организации «Владивостокская городская федерация по футболу»	55
<i>Шимица Т.А.</i> Совершенствование конкурентоспособности предприятий оптовой торговли	57
<i>Шкапорова А.О.</i> Исследование рынка и ассортимента хлебобулочных изделий, реализуемых в ТЦ «Фреш 25»	59
<i>Юлдашева Р.И., Ломаева А.Ю.</i> Разработка модели регулирования властных, предпринимательских и общественных структур транспортной отрасли	59

Сделав, динамику цены на хлеб, муку Приморского края, муку Алтайского края и цены на дизельное топливо можно сделать вывод, что цена на хлеб действительно зависит от цены не только привезенной муки, но и цены на ее перевозку.

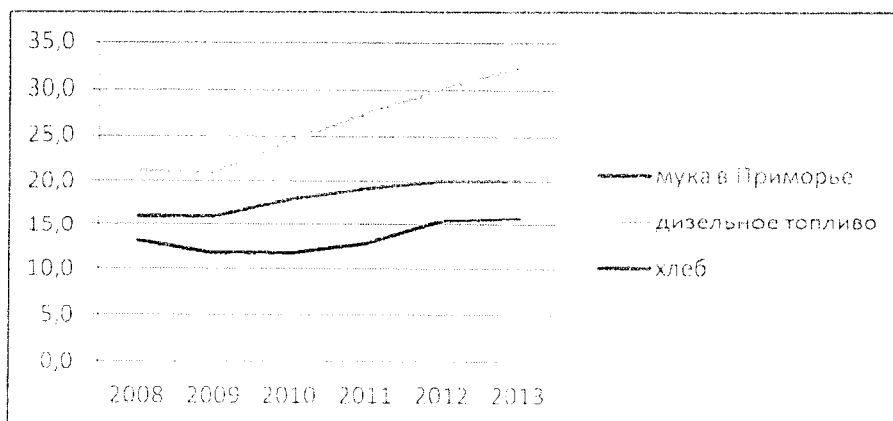


Рис. 4. Динамика роста цен муку в Приморье, дизельное топливо и хлеб

По прогнозу, сделанному на 2015-2016 гг., цена на хлеб будет повышаться (рис. 5).

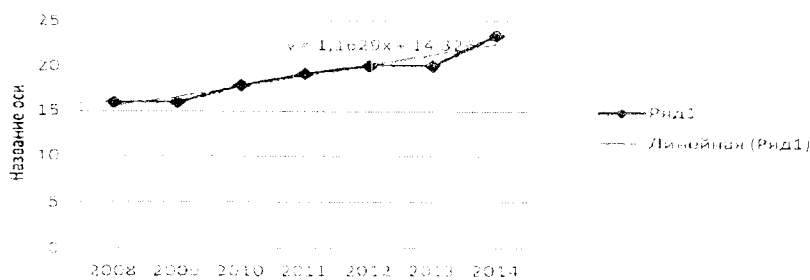


Рис. 5. Прогноз цены на хлеб «Подольский»

Исходя из нашего исследования можно сделать вывод, что одним из способов понизить цену на хлеб в Приморском крае – ввод льготных тарифов на ж/д перевозки для Дальнего востока.

1. Российское агентство международной информации (РИА Новости Владивосток) от 15 марта 2014 г.
2. Официальный сайт Владхлеб. Режим доступа: <http://www.vladhleba.ru/?razdel=1.5.1.&id=1511a>
3. Положение о резервном зерновом фонде Приморского края.

4. Цены на всю продукцию Владхлеба выросли в Приморье [Электронный ресурс]. Режим доступа: PrimaMedia.ru/news/vladhleba-virosli-primore.html.

ВЫБОР ПОКАЗАТЕЛЕЙ ДЛЯ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА УСЛУГ ТОРГОВЛИ

Н.Д. Вшивкова, студентка 2 курса, Институт международного бизнеса и экономики

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса, Владивосток

С расширением сфер торговли и возросшими требованиями потребителей качество услуг становится все более актуальным.

Существующие методы измерения качества сервиса условно могут быть разделены на две группы:

- характеристические методы, основанные на атрибутах сервиса, описывающих характеристики и свойства процесса обслуживания потребителей, и использующие их количественную оценку потребителями;
- качественные методы, например, модели, основанные на оценке критических происшествий (случаев).

К настоящему времени разработано множество методов оценки качества сервиса. Среди них наиболее известными являются: метод критических случаев, метод SERQUAL, метод SERVPERF, метод INDSERV, метод Кано. Между тем в области исследования проблем управления качеством в сфере услуг еще не решена задача разработки целостной, единой методологии оценки качества обслуживания, которая включала бы в себя все аспекты — начиная с оценки реакции потребителя с помощью анкетирования и заканчивая налаживанием системы статистического учета и анализа параметров оценки. Сложность оценки качественных параметров во многом вызвана трудностями формализации, обобщения и анализа критериев оценки, а также определения методов их измерения [1].

С другой стороны, методика оценки торговых услуг по экономическим показателям представляется достаточно отработанной. Например, на уровне регионов и отдельных торговых предприятий экономические