

Министерство образования и науки Российской Федерации  
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 XVII международной научно-практической конференции  
студентов, аспирантов и молодых исследователей**

(28-29 апреля 2015 г.)

**В пяти томах**

**Том 2**

Под общей редакцией д-ра экон. наук О.Ю. Ворожбит

Владивосток  
Издательство ВГУЭС  
2015 "

|  |            |
|--|------------|
| <i>Федорякина В.В., Бондаренко Т.Н.</i> Роль государственных внебюджетных фондов в социальном обеспечении.....   | 323        |
| <i>Хмеляк А.С., Петечел Т.А.</i> Особенности и последствия введения налога на недвижимое имущество для физических и юридических лиц.....                               | 325        |
| <i>Чураков Е.Е., Дробаха А.А.</i> Анализ режима Порто-франко, преимущества и недостатки.....   | 328        |
| <i>Швидун Н.В.</i> Пополнение территориальных бюджетов России как основа для поддержания экономики страны.....   | 331        |
| <i>Шульженко Л.С.</i> Управление рисками на предприятиях в сфере торговли.....   | 335        |
| <b>Секция 4. МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА И МЕЖДУНАРОДНЫЙ БИЗНЕС.....</b>   | <b>339</b> |
| <i>Баранов Е.В.</i> Канал Кра: анализ позиций сторон.....  | 339        |
| <i>Вертнов А.В., Матвейчук Л.И.</i> Место и роль транснациональных корпораций в экономике Российской Федерации.....  | 341        |
| <i>Долженкова Е.М.</i> Транснациональные корпорации как субъект международных экономических отношений. Региональный аспект.....  | 343        |
| <i>Крылоа И.А., Волыничук А.В.</i> Сотрудничество России с партнёрами по объединению БРИКС в сфере ядерной энергетики.....   | 347        |
| <i>Левик И.И.</i> Современные тенденции реформирования инвестиционного климата.....  | 352        |
| <i>Пиковская А.В.</i> Эффективность Институтов Конфуция в рамках концепции «мягкой силы».....  | 354        |
| <i>Свиридоchina В.А.</i> Национальная модель экономического развития Германии.....   | 356        |
| <i>Тереценко А.В.</i> Место и роль транснациональных корпораций в экономике России.....  | 359        |
| <i>Шевлякова Е.С., Васюкова Л.К.</i> Тенденции развития рынка перестрахования России в условиях ограничительных санкций.....   | 362        |
| <i>Шингарева А.А., Гриванов Р.И.</i> Дальневосточная железная дорога и развитие региона.....   | 364        |
| <i>Шулюкна В.А.</i> Анализ экспорта и импорта на примере Владивостокской таможни в период 2012-2014 гг.....  | 366        |
| <b>Секция 5. ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА: КАЧЕСТВО, КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ И БЕЗОПАСНОСТЬ ТОВАРОВ ВО ВНУТРЕННЕЙ И ВНЕШНЕЙ ТОРГОВЛЕ.....</b> | <b>372</b> |
| <i>Архипова А.В., Драгилев И.Г.</i> Состояние технического регулирования и стандартизации на современном этапе развития общества.....                                  | 372        |
| <i>Баканина Е.А., Власова Е.М.</i> Возможности краудфандинга как способа организации бизнеса в России  | 374        |
| <i>Баранова Д.Н.</i> Проблемы оказания специальных услуг в муниципальных образованиях.....   | 376        |
| <i>Бармина Э.А.</i> Биржевые торговые роботы в условиях информационного общества.....  | 378        |
| <i>Белокурова А.Э., Фалько Л.Ю.</i> Исследование восприятия потребителями имиджа бренда «Gerber» компании ООО «Нестле Россия».....                                     | 381        |
| <i>Беляев Е.С., Дмитрук О.В.</i> Разработка маркетинговой стратегии обеспечения конкурентных преимуществ предприятия на примере ООО «Оптима».....                      | 385        |
| <i>Григорьева В.П., Ким А.Г.</i> Роль маркетинговых исследований в предсказании изменения рынка (на примере ВГУЭС).....  | 388        |
| <i>Денисов А.В., Горобец Е.Д.</i> Разработка конкурентной стратегии на примере ОАО «Восточный порт»  | 390        |
| <i>Джалилова О.С., Дмитрук О.В.</i> Формирование стратегии повышения конкурентоспособности организации.....  | 393        |
| <i>Ефимова В.В.</i> Создание дополнительных услуг как часть менеджмента предприятия.....   | 396        |
| <i>Ким В.А., Воликов О.А.</i> Разработка мероприятий совершенствования маркетинга в розничной торговле.....  | 399        |
| <i>Корниенко В.Д., Драгилев И.Г.</i> Сравнительное исследование показателей качества услуг с точки зрения ГОСТ и потребителей.....                                     | 401        |
| <i>Красилин Д.Е.</i> Особенности государственного регулирования хозяйствующих субъектов по выпуску угольной продукции.....   | 403        |
| <i>Мисинев Б.И., Воликов О.А.</i> Пути повышения конкурентоспособности предприятия.....  | 405        |
| <i>Мишакова М.П., Вешинина А.Г.</i> Изменение товарных потоков молочной продукции, импортируемых на территорию ЕАЭС на примере Владивостокской таможни.....            | 408        |
| <i>Ни В.В.</i> Позиционирование предприятия питания в условиях конкуренции на примере ООО «Якудза Суши», г. Находка.....   | 411        |

3. Основные направления повышения конкурентоспособности предприятия [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.moluch.ru/conf/econ/archive/9/466/>
4. Фатхудинов, Р.А. Управление конкурентоспособностью организации: учебник. - 2-е изд., испр. и доп. / Р.А.Фатхудинов - М.: Издательство Эксмо, 2012. - С. 544.
5. Хруцкий, Е.А. Современный маркетинг / Е.А. Хруцкий. - М.: Финансы и статистика, 2002. - 320 с.
6. Царев, В.В. Оценка конкурентоспособности предприятий (организаций). Теория и методология / В.В. Царев. - М.: Юнити-Дана, 2011. - 799 с.

УДК 620.2: 637.1/3

## **ИЗМЕНЕНИЕ ТОВАРНЫХ ПОТОКОВ МОЛОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ, ИМПОРТИРУЕМЫХ НА ТЕРРИТОРИЮ ЕАЭС НА ПРИМЕРЕ ВЛАДИВОСТОКСКОЙ ТАМОЖНИ**

**М.П. Мишакова, бакалавр 4 курса, кафедра международного маркетинга и торговли  
А.Г. Вершинина, канд. техн. наук, доцент кафедры международного  
маркетинга и торговли**

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса  
Россия. Владивосток*

*Рассмотрено развитие и изменение товарных потоков молочной продукции за 5 лет. Приводятся статистические данные Владивостокской Таможни. В результате анализа выделены дополнительные возможности расширения рынка для отечественных компаний и приведены данные поставок молока и молочной продукции в Россию, в связи с геополитической обстановкой.*

***Ключевые слова и словосочетания:** молочные продукты, динамика рынка, рост импорта, спрос, импортозамещение, кризис, рынок молока.*

## **CHANGING TRADE FLOWS OF DAIRY PRODUCTS IMPORTED INTO THE TERRITORY OF THE EAEC AS AN EXAMPLE OF THE VLADIVOSTOK CUSTOMS**

**M.P. Mishakova, bachelor of the 4<sup>th</sup> year, Department of International Marketing and Trade  
AG Vershinina, candidate of technical sciences, assistant professor of international  
marketing and trade**

*Vladivostok State University of Economics and Service  
Russia. Vladivostok*

*We consider the development of trade flows and changes in dairy production for 5 years. Statistical data of the Vladivostok Customs. The analysis highlighted additional opportunities to expand the market for domestic companies and provides data supply of milk and dairy products in Russia, due to the geopolitical situation.*

***Keywords:** dairy products, market dynamics, the growth of imports, demand, import substitution, the crisis milk market.*

Рынок молочных продуктов и молока, как известно, всегда был и будет одним из важнейших стратегических рынков продовольствия, так как молоко и молочные продукция является продуктами первой необходимости. Молоко по определению, это продукт эмульсионного ряда прямого типа «масло в воде», в свою очередь молоко - это продукт нормальной физиологической секреции молочных желез сельскохозяйственных животных, получаемое от одного или нескольких животных в период лактации при одном и более доении без каких-либо добавлений.

Тенденция последних пяти лет показывает снижение производства и продажи молока и молочной продукции. Это связано с устойчивым сокращением голов скота с 13млн. в 2005 до 9,5 млн голов в 2013г.

Для поддержания национального рынка молока и молочной продукции, Министерством сельского хозяйства была принята государственная целевая программа «Развития производства молока и молочной продукции» (субсидии предусмотрены только для молока высшего и первого сортов): в 2013 г. - не менее 3,4% жира и 3% белка; в 2014 г. - не менее 3,6% жира и 3,1% белка; в 2015 г. - не менее 3,7% жира и 3,1% белка; с 2016 по 2020 гг. - не менее 3,8% жира и 3,2% белка [4].

Эксперты рынка, собравшиеся на форуме «Молочной индустрии» (г. Москва, 12.03-15.03.2015 г.), заявленный уровень поддержки считают недостаточным, оперируя высоким удельным весом затрат на капитальные вложения, обусловленные необходимостью существенного восстановления ОПФ, в струк-

туре конечной цены реализации молока-сырья. Наибольшей критике подвергаются установленные значения целевых показателей выхода телят на 100 коров (в 2013 году по фактическому показателю, сложившемуся в 2012 году; в 2014 году по показателю 2013 года, но не менее 76 голов; в 2015 году по показателю 2014 года, но не менее 78 голов; в 2016-2020 годах по показателю предыдущего года, но не менее 80 голов) оцениваются большинством экспертов рынка как труднореализуемые и противоречивые.

Рассмотрим, как выглядит динамика рынка молока в мире за последние 5 лет, согласно данных Euromonitor International в таблице 1 [3].

Таблица 1

**Динамика мирового производства молока и молочных продуктов за 2010—2014гг. (%)**

| Страна                     | 2010 | 2011 | 2012  | 2013 | 2014 |
|----------------------------|------|------|-------|------|------|
| Китай                      | 4    | 5    | 3,5   | 3    | 7    |
| Индия                      | 4    | 3,9  | 3,8   | 4,2  | 5    |
| ЮАР                        | 1,5  | 2,4  | 1,8   | 2,6  | 1,5  |
| Мексика                    | 1    | 0,9  | 0,8   | 0,7  | 0,9  |
| Аргентина                  | 2,5  | 3,2  | 3,4   | 3,7  | 4    |
| Литва                      | 1,3  | 1,7  | 1,6   | 1,7  | 1,8  |
| Польша                     | 7,2  | 7,3  | 6,9   | 7 "  | 7,8  |
| Великобритания             | 3,2  | 4    | 4,2   | 4,3  | 4,5  |
| Новой Зеландии и Аргентине | 9,8  | 9,5  | 9,78  | 10   | 10,1 |
| США                        | 24   | 25   | 25,6  | 26   | 28   |
| ЕС                         | 1,8  | 2,3  | 2,5   | 2    | 2    |
| Франция                    | 2,3  | 1,8  | 1,9   | 2,3  | 2,3  |
| Греция                     | 3,5  | 3,7  | 4,2   | 4,5  | 4,7  |
| Финляндия                  | 8,2  | 9    | 7,2   | 8    | 9    |
| Россия                     | 4,5  | 5    | 10    | 11   | 10   |
| Другие страны              | 21,2 | 15,3 | 10,32 | 8    | 1,4  |

Из данной таблица можно выделить 5 стран, динамика производства которых за последние года изменилась. Данные отражены на рис. 1.

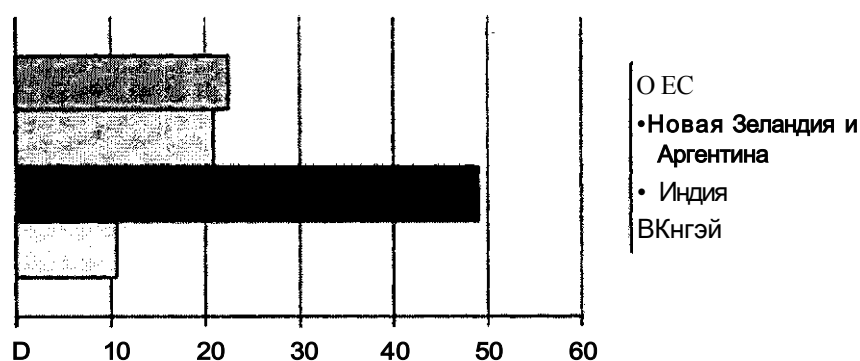


Рис.1. Динамика мирового производства молока за 2010-2014 гг

Как видно из таблицы 1 и рисунка 1, мировое производство молока за последние 5 лет остается практически на одном уровне, за исключением роста в Индии и Китае на 4 %, Новой Зеландии и Аргентине на 10 %, тогда как в ЕС на протяжении последних 5 лет темпы роста производства не превышали 2%. Однако, как и прежде, основными экспортёрами молочной продукции на мировом рынке является ЕС и Новая Зеландия, доля которых в среднем за 5 лет составила 66 %. Динамика импорта потребления также не изменяется, за исключением Китая у которого несмотря на рост производства, импорт в 2014 году вырос в сравнении с 2013 годом в 2,5 раза [5].

За анализируемый период наибольший рост импорта в Россию наблюдался в 2013 году, и в сравнении с 2012 годом увеличен был практически в 2 раза (190,0 тыс. тонн).

При анализе рынка молочных товаров необходимо обратить внимание на данный рынок в ЕАЭС на примере Владивостокской таможни.

Таблица 2

**Динамика товарооборота в ЕАЭС на примере Владивостокской таможни за 2010-2014 гг. (%)**

| Страна                                 | 2010  | 2011  | 2012 | 2013.. | 2014  |
|--|-------|-------|------|--------|-------|
| Уровень продаж                         |       |       |      |        |       |
| Россия                                 | 73    | 72    | 69   | 72     | 73    |
| Белоруссия                             | 15    | 10    | 14   | 12     | 15    |
| Казахстан                              | 12    | 18    | 17   | 16     | 12    |
| Итого                                  | 100   | 100   | 100  | 100    | 100   |
| Уровень производства на душу населения |       |       |      |        |       |
| Россия                                 | 215   | 202   | 218  | 219    | 230   |
| Белоруссия                             | 698   | 672   | 562  | 515,0  | 692,3 |
| Казахстан                              | 324,4 | 320,2 | 320  | 314,2  | 324,9 |

Согласно данным таблицы 2, рассматривая рынок ЕАЭС на примере Владивостокской таможни, то наибольший удельный вес производства 73 % занимает Российская Федерация, однако уровень производства молока на душу населения является самым низким - 230 литров, тогда как в Белоруссии и Казахстане он составляет 692,3 и 324,9 соответственно. Данные наглядно отражены на рис. 2 [5].



Рис. 2. Уровень производства на душу населения (л)

Из рисунка 2 видно, что всего за 2012—2014 годы рост производства молока наблюдался лишь в Белоруссии, а в России и Казахстане его производство хотя и незначительно, но снизилось.

Это обусловлено в первую очередь тем, что в 2013 году из-за аномальной засухи погибла практически половина посевных площадей, вследствие чего, кормовая база не была полноценно сформирована, и поголовье скота в личном подворье снизилось в Казахстане на 32,4 тыс. голов, в России на 213 тыс. голов. Из последнего следует, что основная доля, как производства молока, так и поголовье коров в Российской Федерации и в Казахстане сосредоточено в личном подворье 50 и 84% соответственно. Тогда как в Белоруссии 86% молока производится в сельхоз формированиях. Это в свою очередь влияет и на конкурентоспособность продукции, так как средний надой в сельхозпредприятиях от одной головы на 50% выше, чем в личном подворье.

Согласно прогнозным данным, спрос и предложение молочной продукции в Белоруссии в 2015 году сможет нарастить поставки молока и молочной продукции в Россию на 26,5%.

Согласно балансу, Белоруссия в 2015 году поставит на российский рынок сыров и творога 107,6 тыс. тонн, сухого обезжиренного молока - 80 тыс. тонн, цельного молока - 36 тыс. тонн, концентрированного молока - 60 тыс. тонн, прочей молочной продукции - 430 тыс. тонн, в пересчете на молоко 3,923 млн тонн и 390,3 тыс. тонн мяса и мясной продукции. В 2014 году эти цифры составляли 3,1 млн тонн и 350 тыс тонн соответственно [2, с. 67].

Кризис, вызвавший в 2014 году впервые за послевоенный период сокращение мирового валового внутреннего продукта (на 2,3%), обусловил небывалое падение мировой торговли. Стоимость мирового экспорта сократилась по сравнению с 2008 годом на 23% до 12,1 трлн долл.

Рынок молока и молочной продукции переживает в России не самые лучшие времена, и связано это с геополитической обстановкой, которая значительно осложнила экономическую ситуацию. Кстати говоря, потери в денежном плане коснулись не только Россию, из-за наложенных на нее санкций, но и саму Европу, которая потеряла главного отраслевого экспортёра [3, с.5].

Молочная продукция уже подорожала на 15-20%, и это не конечный рост цен в 2015г. Рост цен естественным образом сократил потребление молока и молочных продуктов в России. Проблемы ведущие к девальвации рубля и снижения спроса на продукты первой необходимости решаются. Из кризиса можно выйти только путем поддержки молочной отрасли со стороны государств. Движение в сторону поддержки данной отрасли можно проследить уже в этом году, планируется большие финансовые вложения в молочную промышленность, так как России пора переходить на уровень самообеспеченности молоком и молочными изделиями. Данный подход к проблеме поможет поднять промышленность и держать цены на молоко и молочные продукты в рамках разумных.

1. Министерство сельского хозяйства Российской Федерации [Электронный ресурс]. - Режим доступа: [www.mcx.ru/documents/rile\\_document/v7\\_show/22206.159.htm](http://www.mcx.ru/documents/rile_document/v7_show/22206.159.htm). Дата доступа (18.05.2015).

2. Молочный рынок России. Меры государственной поддержки / В. В. Лабинов // Молочная промышленность. - 2014. - № 3. - С. 5-10.

3. Статистика Владивостокской Таможни, отдел ОТНиПТ.

4. Таможенный союз: рынки сырья продовольствия / З.М. Ильина [и др.]; под ред. З.М. Ильиной. - Минск: Институт системных исследований в АПК НАН Белоруссии, 2013. - 199 с.

5. Euromonitor International [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.euromonitor.com/consumer-trends-and-lifestyles>. Дата доступа (17.05.2015).

УДК 338

## ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯ ПИТАНИЯ В УСЛОВИЯХ КОНКУРЕНЦИИ НА ПРИМЕРЕ ООО «ЯКУДЗА СУШИ», Г. НАХОДКА

**В.В. Ни, специалист 5 курса, кафедра дизайна и сервиса**

*Филиал Владивостокского государственного университета экономики и сервиса в г.Находке  
Россия. Находка*

*Под общественное питание (индустрия питания) в ГОСТ 31985-2013 (введен в действие Приказом Росстандарта от 27.06.2013 N 191-ст) понимается, как самостоятельная отрасль экономики, состоящая из предприятий различных форм собственности и организационно-управленческой структуры, организующая питание населения, а также производство и реализацию готовой продукции и полуфабрикатов, как на предприятии общественного питания, так и вне его, с возможностью оказания широкого перечня услуг по организации досуга и других дополнительных услуг.*

**Ключевые слова:** общественное питание, предприятие общественного питания, позиционирование предприятия, продвижение товаров, услуг.

## POSITIONING CATERING IN A COMPETITIVE ENVIRONMENT AS AN EXAMPLE OF «YAKUZA SUSHI» IN NAKHODKA

**V. V. Ni, specialist of the 5<sup>th</sup> year, the Department of design and service**

*A branch of Vladivostok state University of Economics and service in Nakhodka  
Russia. Nakhodka*

*By catering (food industry) in GOST 31985-2013 (introduced in Corollary dei Rosstandart Order of 27.06.2013 N 191 - st) is understood as an independent branch of the economy, consisting of enterprises of different forms of ownership and organizational -tive management structure, the organizing power of the population, as well as the production and sale offinished products and semi-finished products, as the company catering, and outside it, with the ability to provide a wide range of services for leisure and other additional services.*

**Keywords:** catering, catering business, positioning the company, promotion of goods and services.

Позиционирование - это то, что потребитель думает о компании, продукции или услуге. В основном это вызвано комбинациями реальных характеристик (осознаемые особенности продукта, его цена, каналы распределения, тип и уровень сервиса данного товара) и имиджа (произведенное впечатление от рекламы, PR, стимулирования и так далее).