

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Владивостокский государственный университет»

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

Материалы XXVI международной научно-практической
конференции студентов, аспирантов и молодых ученых
мая 2024 г.

Том 4

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

Электронное научное издание

Владивосток
Издательство ВВГУ
2024

УДК 378.4
ББК 74.584(255)я431
И73

**Интеллектуальный потенциал вузов – на развитие Дальне-
И73 восточного региона России и стран АТР : материалы
XXVI международной науч.-практ. конф. студентов, аспирантов и молодых
ученых (г. Владивосток, мая 2024 г.) : в 4 т. Т. 4 / под общ. ред. д-ра экон. на-
ук Т.В. Терентьевой ; Владивостокский государственный университет ; Электрон.
текст. дан. (1 файл: 17,7 МБ). – Владивосток: Изд-во ВВГУ, 2024. – 1 электрон.,
опт. диск (CD-ROM). – Систем. требования: Intel Pentium (или аналогичный про-
цессор других производителей), 500 МГц; 512 Мб оперативной памяти; видеокарта
SVGA, 1280×1024 High Color (32 bit); 5 Мб свободного дискового пространства;
операц. система Windows XP и выше; Acrobat Reader, Foxit Reader либо любой
другой их аналог.**

ISBN 978-5-9736-0734-0

Включены материалы XXVI международной научно-практической кон-ференции студентов, аспирантов и молодых ученых «Интеллектуальный потен-циал вузов – на раз-витие Дальневосточного региона России и стран Азиатско-Тихоокеанского региона», со-стоявшейся во Владивостокском государственном университете (г. Владивосток, апре-ля 2024 г.).

Том 4 включает в себя следующие секции:

- Перспективные технологии и методы преподавания биологии и географии (Пе-дагоги).
- Экология и охрана окружающей среды (Экологи).
- Маркетинг и логистика исследования, профессия, практика.
- Сервис на транспорте как фактор повышения качества жизни.
- Физическая культура, спорт и здоровье концепции, инновации, технологии.
- Современный спорт концепции, технологии, перспективы.
- Актуальные вопросы адаптивной физической культуры и реабилитации.
- Современные практики адаптивного физического воспитания и спорта.
- Психология на современном этапе личность, возраст, профессия.

УДК 378.4
ББК 74.584(255)я431

Электронное учебное издание

Минимальные системные требования:

Компьютер: Pentium 3 и выше, 500 МГц; 512 Мб на жестком диске; видеокарта SVGA, 1280×1024 High Color (32 bit); привод CD-ROM. Операционная система: Windows XP/7/8.

Программное обеспечение: Internet Explorer 8 и выше или другой браузер; Acrobat Reader, Foxit Reader либо любой другой их аналог.

ISBN 978-5-9736-0734-0

© ФГБОУ ВО «Владивостокский государственный университет», оформление, 2024
Под общей редакцией д-ра экон. наук Т.В. Терентьевой

Компьютерная верстка М.А. Портновой

690014, г. Владивосток, ул. Гоголя, 41

Тел./факс: (423)240-40-54

Подписано к использованию 2024 г.

Объем МБ. Усл.-печ. л.

Тираж 300 (I–25) экз.

СОДЕРЖАНИЕ

Секция. ПЕРСПЕКТИВНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И МЕТОДЫ ПРЕПОДАВАНИЯ БИОЛОГИИ И ГЕОГРАФИИ (ПЕДАГОГИ)

<i>Блохина В.В., Кононов А.Ю.</i> Массовые открытые онлайн-курсы как ресурс образовательной программы 44.03.05 Педагогическое образование (с двумя профилями подготовки) "ФГБОУ ВО "ВВГУ"	7
<i>Никитина П.О., Кононов А.Ю.</i> Мастер-класс для 8–9 классов по направлению 44.03.05 Педагогическое образование (с двумя профилями подготовки) Биология и география	10

Секция. ЭКОЛОГИЯ И ОХРАНА ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЫ (ЭКОЛОГИ)

<i>Анипко В.А., Гриванов И.Ю.</i> Оценка воздействия на атмосферный воздух от деятельности ООО «Приморский тарный комбинат»	14
<i>Демиденко Р.С., Макарова В.Н.</i> Инвентаризация источников выбросов загрязняющих веществ для «Avto Dero» И.П. Мацко М.А., г. Находка	19
<i>Винокуров А.А., Макаров В.Н.</i> Выявление горимости территории Приморского края в аспекте рационального природопользования	23
<i>Волобуева А.С., Тарасова Е.В.</i> Оценка выбросов парниковых газов предприятиями угольной промышленности (на примере РУ «Новошахтинское» филиал ООО «Приморскуголь»)	29
<i>Давыденко Е.С., Тарасова Е.В.</i> Реализация программ экологического образования, воспитания и культуры в МБОУ СОШ №1 имени А.А. Курбаева Надеждинского района, Приморский край.	34
<i>Еланцева С.В., Макарова В.Н.</i> Инвентаризация отходов производства и потребления на примере ООО «Мартен», г. Артём, Приморский край	39
<i>Игнатенко И.И.</i> Почему важно сортировать мусор?	43
<i>Корчинова А.С., Тарасова Е.В.</i> Инвентаризация отходов производства и потребления на предприятии АО «ДРСК»	48
<i>Лапшин И.А., Гриванов И.Ю.</i> Расчет нормативов предельно допустимых выбросов в атмосферу и анализ поля рассеивания концентраций загрязняющих веществ на примере Преображенской базы тралового флота, пгт. Преображение	51
<i>Пузаков В.А., Самбуев С.Б.</i> Инвентаризация отходов предприятия розничной торговли ООО «Айсберг»	56
<i>Русакова М.А., Самбуев С.Б.</i> Формирование баз данных численности и распределения <i>Grus vipio</i> (Pallas, 1811) на территории заповедника «Даурский»	60
<i>Унжакова В.С.</i> Формирование стратегических целей государственной политики в области экологической безопасности и природопользования Приморского края	63

Секция. МАРКЕТИНГ И ЛОГИСТИКА ИССЛЕДОВАНИЯ, ПРОФЕССИЯ, ПРАКТИКА

<i>Валетова В.А., Тысячная Н.А.</i> Совершенствование качества услуги розничной торговли на основе структурирования функций качества	67
<i>Гаврилова А.В., Сычева В.М.</i> Исследование инструментов продвижения предприятия в сети Интернет	70
<i>Демченко Е.А., Саакян Г.А., Сары Ю.А.</i> Параллельный импорт: сущность, тенденции, перспективы	74
<i>Дербина М.И.</i> Выявление особенностей логистических подходов на маркетплейсах	79
<i>Дивнич П.С., Лайчук О.В.</i> Современные аспекты безопасности и сервиса промышленных и пассажирских перевозок на автомобильном транспорте	84
<i>Жидкова М.У., Сушкина А.Д., Жохова В.В.</i> Исследование инструментов продвижения в сети Интернет	88
<i>Латкина А.А.</i> Влияние глобальных факторов на международные транспортные коридоры между Европой и Азией	93
<i>Левченко А.В., Смольянинова Е.Н.</i> Проблема логистической транспортной инфраструктуры и её влияние на экологию	96
<i>Нагибко А.В.</i> Анализ модели бизнес-сервисов сетевых компаний FMCG-сегмента на примере ООО «Вирэй»	102
<i>Нечеухин М.С., Ким А.Г.</i> Социальные сети, как инструмент привлечения клиентов в сферу услуг	105

Секция. МАРКЕТИНГ И ЛОГИСТИКА ИССЛЕДОВАНИЯ, ПРОФЕССИЯ, ПРАКТИКА

УДК 330:658.8

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ КАЧЕСТВА УСЛУГИ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ НА ОСНОВЕ СТРУКТУРИРОВАНИЯ ФУНКЦИЙ КАЧЕСТВА

В.А. Валетова, Н.И. Тысячная, бакалавры

*Владивостокский государственный университет
Владивосток. Россия*

Аннотация. Магазины парфюмерно-косметических товаров востребованы на рынке товаров и услуг, поскольку реализуют товары для поддержания красоты и здоровья человека, являющихся, несомненно, важной составляющей жизни каждого. Для того, чтобы быть лидером среди конкурентов, магазину необходимо постоянно совершенствовать качество оказываемых услуг, а структурирование функций качества является отличным инструментом для его осуществления.

Ключевые слова: парфюмерно-косметические товары, оценка качества, торговая услуга, структурирование функций качества, метод анализа иерархий.

IMPROVING RETAIL SERVICES BASED ON STRUCTURING QUALITY FUNCTIONS

Abstract. Perfume and cosmetics stores are in demand in the market of goods and services, since they sell goods to maintain human beauty and health, which are undoubtedly an important component of everyone's life. In order to be a leader among competitors, the store needs to constantly improve the quality of its services, and structuring quality functions is an excellent tool for doing this.

Keywords: perfumery and cosmetic products, quality assessment, trade service, structuring of quality functions, hierarchy analysis method.

Актуальность темы обусловлена тем, что в настоящее время качество является главным фактором, по которому потребитель выбирает продукт или услугу. Все необходимые товары человек может приобрести в магазинах розничной торговли, поэтому они являются неотъемлемой частью его жизни. Магазин парфюмерно-косметических товаров является одним из наиболее востребованных направлений розничной торговли, поскольку люди всегда хотят выглядеть хорошо и ухаживают за своей внешностью. Для того, чтобы потребителю хотелось постоянно возвращаться в тот или иной магазин, он должен быть не только объектом, реализующим товары, но и местом с приятной обстановкой и высоким сервисом обслуживания. Для создания услуги, максимально реализующей ценность для потребителя, применяются инструменты управления качеством. Один из таких инструментов рассмотрен в данной работе.

Под розничной торговлей понимается вид торговой деятельности, связанный с приобретением и продажей товаров для использования в личных, семейных, домашних и иных целях, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности [1].

Объектом исследования является услуга розничной торговли на примере магазина парфюмерно-косметических товаров «Лэтуаль».

Предмет – метод совершенствования качества услуг розничной торговли.

Для совершенствования качества услуги был выбран инструмент «Структурирование функций качества», а именно «Дом качества», который является основным в структурировании нужд и желаний потребителя.

Структурирование функций качества (СФК) или Quality function deployment (QFD) применяется для поэтапного развертывания и конкретизации требований потребителей, а затем дальнейшего преобразования их в общие характеристики работы организации [2]. Общими характеристиками работы организации можно считать пожелания потребителей, переведенные на технический

язык и отражающие, какие параметры следует изменить организации в своей деятельности, чтобы удовлетворить потребности пользователей услуг [2].

Данная концепция была разработана японским специалистом по планированию Йойи Акао в 1966 году. Структурирование функций качества является одним из самых мощных инструментов проектирования качества [3]. Данный инструмент позволяет владельцам бизнеса взглянуть на продукт глазами потребителя, исправить ошибки в позиционировании на рынке, разработать долгосрочную стратегию продвижения.

«Дом качества» представляет собой последовательность логически связанных таблиц и матриц. Основными преимуществами концепции является гибкость интерпретации выходных данных, а также сочетаемость с математическими методами [3].

Основными составляющими «Дома» являются: стена дома, крыша, веранда и подвал.

Построение стены начинается с выявления основных потребительских требований к качеству услуг магазина парфюмерно-косметических товаров и расчета весомости потребительских требований с определением их важности.

Для выявления потребительских требований был проведен опрос методом интервьюирования.

Для расчета весомости потребительских требований был использован метод анализа иерархий (МАИ).

МАИ – математический инструмент системного подхода к сложным проблемам принятия решений [4], разработанный американским математиком Т.Л. Саати. Он позволяет понятным и рациональным образом структурировать сложную проблему принятия решений в виде иерархии, сравнить и выполнить количественную оценку альтернативных вариантов решения.

Вычисления производились в программе с заранее заложенным алгоритмом расчета. Отношение согласованности оказалось равным 2,33%, что показало высокую согласованность мнений. Полученные весомости критериев были переведены в рейтинг важности по 5-балльной шкале, представлены в таблице.

Таблица

Результаты расчета весомости критериев и определение важности этих критериев

Наименование потребительского требования	Вес в долях	Вес в процентах	Важность
Широкий ассортимент	0,153	15,3	4
Быстрый, удобный поиск товара	0,02	2	1
Наличие пробников	0,068	6,8	3
Наличие известных, проверенных брендов	0,033	3,3	2
Сотрудники, компетентные в данной области	0,153	15,3	4
Удобство/ наполняемость сайта магазина	0,153	15,3	4
Наличие акций, скидок, бонусной программы	0,083	8,3	3
Безопасность помещения	0,335	33,5	5

Из таблицы видно, что самыми важным для потребителя является безопасность помещения. Были выделены наиболее важные критерии: широкий ассортимент, сотрудники, компетентные в данной области и удобство/ наполняемость сайта магазина. Наличие пробников и наличие акций, скидок, бонусной программы вошли в группу показателей средней важности, а быстрый, удобный поиск товара и наличие известных, проверенных брендов оказались наименее важными для потребителей.

На основании выявленных потребительских требований была выполнена разработка технических требований к магазину парфюмерно-косметических товаров для достижения поставленных потребительских пожеланий. Следующим шагом было проведено вычисление зависимости потребительских и технических требований. Для этого построена таблица-матрица. Используются такие понятия, как «сильная связь», численно равная 9; «средняя связь», равная 3 и «слабая связь», равная 1.

Умножением важности потребительских требований на числовой показатель связи между потребительскими показателями и техническими характеристиками и суммированием результатов

по всей графе соответствующей технической характеристики была получена относительная важность каждой технической характеристики, переведенная в рейтинг важности по 5-балльной шкале.

Второй этап – построение крыши, которая представляет собой корреляционную матрицу, заполненную символами, указывающими на положительную или отрицательную связь между соответствующими техническими требованиями.

Третий этап – построение веранды. На веранде «Дома качества» по пятибалльной шкале определили степень выполнения требований потребителя магазином косметики «Лэтуаль» и двумя его конкурентами: «Чудодей» и «Рив Гош» путем построения сравнительных профилей. Профили, на которых представлены конкуренты, показывают следующее: «Лэтуаль» превосходит своих конкурентов по всем требованиям, кроме «наличие пробников». Исходя из профилей были рассчитаны абсолютная и относительная весомости потребительских требований для исследуемого объекта.

Четвертый этап – построение подвала.

В подвале расположены профили магазинов, отражающие их степень выполнения технических требований. По профилям видно, что и здесь «Лэтуаль» стоит на первом месте по соблюдению требований. Для того, чтобы технические характеристики были соблюдены предприятием и максимально удовлетворяли требования потребителей, для каждой из них в подвале были разработаны оценки целей: мониторинг потребительского спроса, расширение базы поставщиков; размещение баннеров, вывесок и указателей; ежедневный контроль за расходными материалами; анализ потребительского спроса, мониторинг рынка; периодическое обучение и тренинг сотрудников; мониторинг производителей, улучшение интерфейса; поддержание бонусных программ, проведение акций, скидок; мониторинг подрядных организаций по установке, заключение договора; заключение договора на обслуживание (проверку) сигнализации.

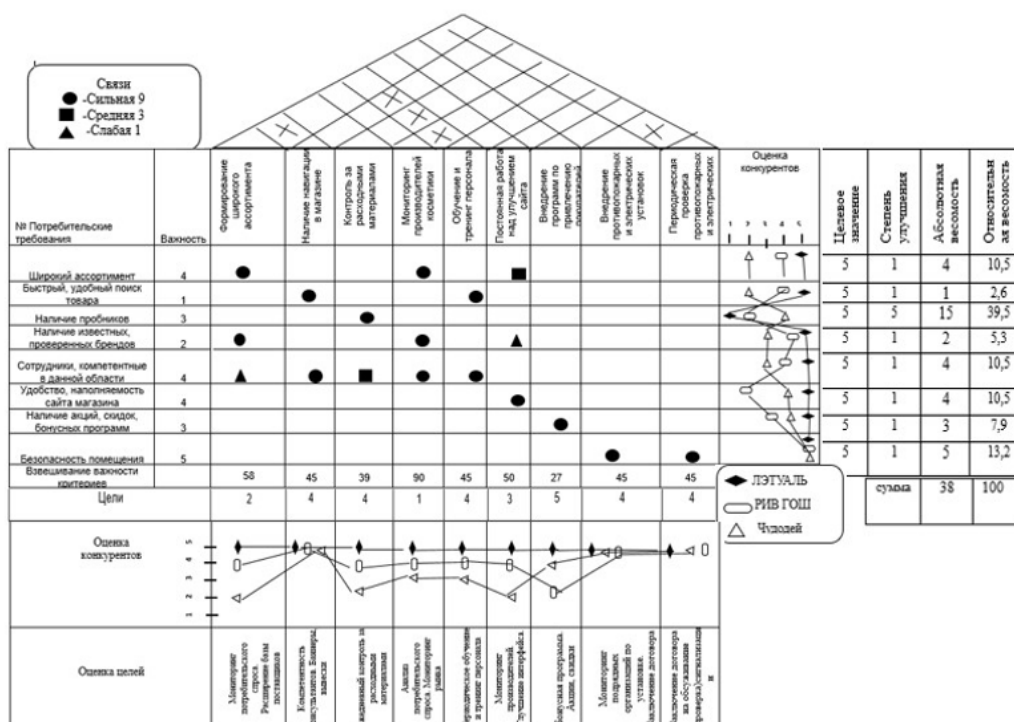


Рис.1. «Дом качества» торговой услуги

Построенный «Дом качества» напоминает развернутую карту, которая наглядно показывает следующее:

- какие критерии наиболее важны для потребителей при выборе магазина декоративной косметики для совершения покупки;
- какие технические требования к реализации предоставляемой услуги имеют наибольший вес: соблюдение данных требований позволит удовлетворить пожелания покупателей;
- силу связей между потребительскими и техническими требованиями, а также связь технических характеристик друг с другом: эти характеристики определяют, каким способом, при каких

условиях следует вести процесс оказания услуг, чтобы в конечном счете оказывать услуги, в максимальной степени отвечающие потребностям потребителям;

– степень соблюдения потребительских и технических требований магазином декоративной косметики «Лэтуаль» и его конкурентами «Чудодей» и «Рив Гош»;

– абсолютную и относительную весомость, которые показывают слабые места организации, которые необходимо подтянуть для улучшения качества услуги.

– цели и оценки целей, позволяющие предприятию соблюдать технические требования.

Применение концепции «Дом качества» имеет большое преимущество перед другими инструментами планирования качества, так как обеспечивает предупреждение возможных несоответствий еще до их появления, дает возможность увидеть и проработать недостатки, проявление которых возможно при реализации товара или услуги. Благодаря данной концепции пожелания потребителя становятся встроенными в товар или услугу [5], что позволяет повысить качество конечного товара или услуги и сделать их более востребованными на рынке.

1. ГОСТ Р 51303-2013. Торговля. Термины и определения. – Текст: электронный. – URL: <https://internet-law.ru/gosts/gost/56884/>

2. Ходыревская С.В., Гнездилова Н.Ю. Применение концепции «Дом качества» для улучшения качества услуг – Текст: электронный. – URL: https://elibrary.ru/download/elibrary_23418834_16559884.pdf

3. Гвоздев В.Е., Курунова Р.Р., Бежаева О.Я., Ахметова Д.Р. Информационная поддержка принятия решений на ранних стадиях проектирования на основе концепции «Дома качества». – Текст: электронный. – URL: https://elibrary.ru/download/elibrary_26056536_76927010.pdf

4. Богачева А.М., Рыбакова Е.С. Проблемы применения метода анализа иерархий при принятии решений. – Текст: электронный. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-primeneniya-metoda-analiza-ierarhiy-pri-prinyatii-resheniy/viewer>

УДК 330

ИССЛЕДОВАНИЕ ИНСТРУМЕНТОВ ПРОДВИЖЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ

А.В. Гаврилова, В.М. Сычева, бакалавры

*Владивостокский государственный университет
Владивосток. Россия*

Аннотация. Актуальность темы обоснована тем, что она чрезвычайно важна в современном деловом мире. С развитием технологий и ростом интернет-аудитории компании все чаще используют онлайн-пространство для продвижения своих товаров и услуг. Изучение этой темы позволяет оценить эффективность различных инструментов интернет-маркетинга, таких как контекстная реклама, социальные сети, SEO-оптимизация, email-маркетинг и другие. Анализ этих инструментов поможет вам понять, какие из них наиболее эффективны для конкретной компании, в зависимости от ее целей, бюджета, отрасли и целевой аудитории. Учитывая жесткую конкуренцию в Интернете и быстрое изменение тенденций и поведения потребителей, постоянное изучение инструментов продвижения поможет вам оставаться на плаву и успешно конкурировать. Таким образом, изучение инструментов продвижения предприятия в Интернете является необходимым шагом для успешного развития бизнеса в современном цифровом мире и весьма актуально.

Ключевые слова: информационные платформы, маркетинг, рекламные продукты, исследования, охваты.

RESEARCH OF ENTERPRISE PROMOTION TOOLS ON THE INTERNET

Abstract. The relevance of the topic is justified by the fact that it is extremely important in the modern business world. With the development of technology and the growth of the Internet audience, companies are increasingly using the online space to promote their products and services. The study of this topic allows you to evaluate the effectiveness of various Internet marketing tools, such as contextual advertising, social networks, SEO optimization, email marketing and others. Analyzing these tools helps you understand which ones are most effective for a particular company, depending on its goals, budget, industry and target audience. Given the fierce