

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>Вишневская 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 комбинат» (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>Шимина 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

ИССЛЕДОВАНИЕ РЫНКА И АССОРТИМЕНТА ХЛЕБОБУЛОЧНЫХ ИЗДЕЛИЙ, РЕАЛИЗУЕМЫХ В ТЦ «ФРЕШ 25»

А.О. Шканорова, студентка 3 курса, Институт международного бизнеса и экономики

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса, Владивосток

Во многих странах мира, хлебу как уникальному продукту питания, посвящено много исследований. Это позволяют десятки разновидностей хлеба. Рынок хлеба Владивостока также представлен широким ассортиментом. Поэтому потребителям становится трудно ориентироваться в новинках, а предприятиям становится сложно формировать ассортимент.

Данное исследование предполагает рассмотрение следующих задач:

- изучить анализ рынка хлебобулочных изделий;
- выявить потребительские предпочтения;
- изучить подходы по управлению торговыми запасами в ТЦ «Фреш 25»;
- изучить ассортимент политики ТЦ «Фреш 25»;
- разработать рекомендации по формированию ассортимента хлебобулочных изделий на основе потребительских предпочтений.

Хлебные изделия, в зависимости от вида муки, могут быть ржаными, ржано-пшеничными, пшенично-ржаными, пшеничными. По рецептуре теста – простые, улучшенные и слоенные. По способу выпечки – подовым и формовым.

По способу реализации хлеб выпекают штучным и развесным.

В названиях сортов хлеба нет единого принципа. Часть сортов именуется по виду и сорту муки (хлеб из муки высшего, первого или второго сортов); в других – подчеркиваются определенные особенности рецептуры (хлеб Горчичный, Молочный, Луковый, Ароматный и т.д.). Названия некоторых изделий сложны. Многие стали традиционным и подчеркивают местные особенности (хлеб Бородинский, Украинский, и т.д.).

Ввиду с основными видами хлеба существуют:

- национальный хлеб (лаваш, чебурек и т.д.);
- диетический хлеб (батонны с добавлением пшеничных отрубей и другими добавками).

Хлеб – продукт, содержащий белки (5,5-9,5 %), углеводы (42-50 %), витамины группы В, минеральные вещества, железа, фосфора – 1,4-2,5 %), органические кислоты. Хлеб и хлебобулочные изделия относятся к категории ежедневного потребления. Этот продукт повсеместно пользуется спросом и охватывает все возрастные группы населения.

Для выявления предпочтений потребителей в выборе хлеба и хлебобулочных изделий было проведено данное исследование путем анкетирования покупателей в ТЦ «Фреш 25». Всего, было опрошено около 100 человек.

Результаты показали, что наибольшим предпочтением пользуется пшеничный хлеб различных сортов, на более 80% респондентов. Из семи разновидностей ржаного хлеба, наибольшим спросом пользуются сорта как «Бородинский» – так отметили 36% респондентов. «Боярский» предпочитают 31 % респондентов. «Владимосковский» пользуется спросом у 26% респондентов. Анализируя частоту совершения покупок хлеба и хлебобулочных изделий, необходимо отметить, что большая часть опрошенных потребителей, делают покупки хлеба, это 56% опрошенных.

Оценивая состояние торговли хлебом и хлебобулочными изделиями в ТЦ «Фреш 25», большинство опрошенных покупателей отметили ее улучшение. Выбор места покупки хлеба и хлебобулочных изделий объясняется покупателями в основном близостью торгового предприятия к месту проживания или работы (67% опрошенных). Не маловажное значение имеет для респондентов и время, затрачиваемое на приобретение хлеба.

Таким образом, формирование ассортимента является одним из важнейших условий организации эффективной работы предприятия, позволяет ориентироваться на различные требования потребителей и стимулирование совершения покупок в одном месте, может удовлетворять потребности различных покупательских сегментов по одному продукту.

1. Дашков Л. П., Памбучхиянц О. В. Коммерция и технология торговли. – М.: Маркетинг, перераб. и доп.,

2. ГОСТ 5667 – 65 «Хлеб и хлебобулочные изделия. Правила приёмки, методы отбора образцов, методы органолептических показателей и массы изделий».

РАЗРАБОТКА МОДЕЛИ РЕГУЛИРОВАНИЯ ВЛАСТНЫХ, ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ И ОБЩЕСТВЕННЫХ СТРУКТУР ТРАНСПОРТНОЙ ОТРАСЛИ

Аллашева, А.Ю. Ломаева, студентки 4 курса, Институт международного бизнеса и экономики

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса, г. Владивосток

Целью исследования является разработка модели взаимодействия властных, предпринимательских и общественных структур транспортной отрасли для оптимизации взаимоотношений между бизнес-структурами, государством и обществом.