

Министерство образования и науки Российской Федерации

Владивостокский государственный университет
экономики и сервиса

**СОВРЕМЕННЫЕ МАРКЕТИНГОВЫЕ
ТЕХНОЛОГИИ И ИХ РОЛЬ В ОСВОЕНИИ
БИЗНЕС-ПРОСТРАНСТВА**

Межвузовский сборник научных трудов

Владивосток
Издательство ВГУЭС
2011

ББК 65.290-2
С 56

Рецензенты: А.А. Исаев, д-р экон. наук, профессор;
В.А. Останин, д-р экон. наук, профессор

СОВРЕМЕННЫЕ МАРКЕТИНГОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ
С 56 И ИХ РОЛЬ В ОСВОЕНИИ БИЗНЕС-ПРОСТРАН-
СТВА [Текст] : межвузовский сборник научных трудов / науч.
ред. Е.В. Яскевич. – Владивосток : Изд-во ВГУЭС, 2011. –
290 с.

ISBN 978-5-9736-0203-1

В сборнике представлены статьи по двум направлениям: исследование регионального рынка товаров и услуг как основа принятия маркетинговых решений и применение инструментов маркетинга на предприятиях г. Владивостока. Статьи выполнены на основе совместных научных исследований преподавателей, аспирантов и студентов кафедр маркетинга ДВФУ, ТГЭУ, маркетинга и коммерции ВГУЭС, коммерции, логистики и рекламы ТГЭУ. Статьи подготовлены на основе конъюнктурных обзоров, исследований предпочтений потребителей на различных товарных рынках, предложены эффективные маркетинговые и коммерческие решения для предприятий г. Владивостока.

Материалы, представленные в сборнике, будут интересны для научной общественности и представителей бизнес-среды, интересующихся проблемами экономики, менеджмента, маркетинга и коммерции.

ББК 65.290-2

ISBN 978-5-9736-0203-1

© Издательство Владивостокского
государственного университета
экономики и сервиса, 2011

© Коллектив авторов, 2011

СОДЕРЖАНИЕ

| | |
|---|----|
| ВВЕДЕНИЕ | 6 |
| Раздел I. ИССЛЕДОВАНИЕ РЕГИОНАЛЬНОГО РЫНКА ТОВАРОВ И УСЛУГ КАК ОСНОВА ПРИНЯТИЯ МАРКЕТИНГОВЫХ РЕШЕНИЙ | 8 |
| <i>Яскевич Е.В.</i> | |
| ИССЛЕДОВАНИЕ СТЕПЕНИ УДОВЛЕТВОРЁННОСТИ РАБОТОДАТЕЛЕЙ КАЧЕСТВОМ ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПРОФИЛЯ ВУЗАМИ В г. ВЛАДИВОСТОКЕ | 8 |
| <i>Брылева М.Е.</i> | |
| ОСОБЕННОСТИ РЫНКА КОФЕ г. ВЛАДИВОСТОКА | 31 |
| <i>Носкова Е.В.</i> | |
| ИССЛЕДОВАНИЕ МЕЖДУНАРОДНОГО РЫНКА НЕДВИЖИМОСТИ..... | 51 |
| <i>Напалкова А.А.</i> | |
| «MYSTERY SHOPPING» КАК ИНСТРУМЕНТ ИССЛЕДОВАНИЯ И СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ УРОВНЯ СЕРВИСНОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ..... | 70 |
| <i>Пензин Т.Н., Кулинич А.С.</i> | |
| ИССЛЕДОВАНИЕ ПРЕДПОЧТЕНИЙ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ НА РЫНКЕ БИЖУТЕРИИ г. ВЛАДИВОСТОКА..... | 88 |
| <i>Серебрякова Л.А., Авеличева С.А.</i> | |
| АНАЛИЗ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ НА РЫНКЕ МЯГКОЙ МЕБЕЛИ г. ВЛАДИВОСТОКА | 98 |

21. Каков срок существования Вашего предприятия на рынке? (Дайте самостоятельный ответ на этот вопрос так, чтобы он был максимально лаконичным) _____

22. Укажите, пожалуйста, контактную информацию:

Название предприятия: _____

Должность респондента: _____

Срок работы респондента в этой должности: _____

Контактный телефон респондента: _____

Имя, отчество респондента: _____

Выражаем благодарность за участие в опросе и надеемся на дальнейшее сотрудничество!

ОСОБЕННОСТИ РЫНКА КОФЕ г. ВЛАДИВОСТОКА

М.Е. Брылева, канд. экон. наук, ВГУЭС

В настоящее время кофе и кофейные напитки употребляют практически во всех уголках земного шара – от Лондона до Сиднея и Токио. Кофе выращивают примерно в 80 странах: Южная и Центральная Америка, на побережье Карибского моря, в Африке и Азии. Крупнейшие страны поставщики кофе – Бразилия и Колумбия, третье место занимает Индонезия.

В мировой торговле продажа необжаренных зёрен кофе занимает второе место после продажи нефти. В зависимости от урожая 4–5 млн тонн кофе ежегодно отправляют на экспорт. Потребление кофе в странах происхождения занимает около 1,3 млн тонн. Во всём мире под плантации кофе занято более 10 млн га, на которых растёт 15 млрд кофейных деревьев. С одного кофейного дерева можно получить урожай 0,5–0,8 кг (3500–5000 зёрен).

Выращивание кофе очень трудоёмкий процесс. Во всём мире около 25 млн людей зарабатывают на жизнь тем, что выращивают или

■
L
Г
Г
В
Г
L
С
С
Г
Г
В

поставщиками. Успех продвижения зернового кофе можно видеть в комбинации двух подходов: прямой рекламы и обязательно дегустаций на местах продаж, которые позволяют конечному потребителюзнакомиться с новым для него вкусом достаточно дорогого продукта. Обязательно присутствие в ассортименте продукции дополнительных товаров и оборудования, для того чтобы ограничить риски перехода от одного поставщика к другому.

Импортные продукты, выпускаемые под развитыми торговыми марками, не пострадают от временного снижения цен. Владельцы международных брендов, позиционирование которых основано на уже созданном международном имидже, могут себе позволить снижение цен за счёт сокращения расходов на маркетинг и рекламу, которые в период кризиса резко подешевели.

ИССЛЕДОВАНИЕ МЕЖДУНАРОДНОГО РЫНКА НЕДВИЖИМОСТИ

Е.В. Носкова, канд. экон. наук, ТГЭУ

Состояние и тенденции развития международного рынка недвижимости

Международный рынок недвижимости является весьма специфичным ввиду некоторых особенностей товара: низкой ликвидности, высокой стоимости, длительных сроков экспозиции и т.д. Однако он чутко отражает изменения в мировой экономике. Рынок жилой недвижимости представлен тремя основными сегментами: эконом-класс, бизнес-класс и элитное жильё. Последнее является более стабильным и устойчивым, так как застройщик закладывает в цену определённую прибыль и не снижает цену при низком спросе. Также именно элитная недвижимость чаще становится объектом инвестиций, так как она всегда востребована.

Существует ряд показателей, которые позволяют судить о состоянии, тенденциях и перспективах международного рынка недвижимости, среди них:

- средняя стоимость квадратного метра жилья в мире;
- стоимость квадратного метра жилья в разных странах;
- темп прироста ёмкости рынка недвижимости;
- обеспеченность жильём в разных странах.