

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Владивостокский государственный университет экономики и сервиса (ВГУЭС)

---

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

Материалы XXIV международной научно-практической  
конференции студентов, аспирантов и молодых ученых  
21–23 апреля 2022 г.

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

Электронное научное издание

Владивосток  
Издательство ВГУЭС  
2022

УДК 378.4  
ББК 74.584(255)я431  
И73

**Интеллектуальный потенциал вузов – на развитие Дальне-  
И73 восточного региона России и стран АТР :** материалы XXIII между-  
народной науч.-практ. конф. студентов, аспирантов и молодых ученых  
(г. Владивосток, 21–23 апреля 2021 г.) : в 5 т. Т. 1 / под общ. ред. д-ра экон. наук  
Т.В. Терентьевой ; Владивостокский государственный университет экономики и  
сервиса; Электрон. текст. дан. (1 файл: 13,5 МБ). – Владивосток: Изд-во ВГУЭС,  
2021. – 1 электрон., опт. диск (CD-ROM). – Систем. требования: Intel Pentium  
(или аналогичный процессор других производителей), 500 МГц; 512 Мб опера-  
тивной памяти; видеокарта SVGA, 1280×1024 High Color (32 bit); 5 Мб свобод-  
ного дискового пространства; операц. система Windows XP и выше; Acrobat  
Reader, Foxit Reader либо любой другой их аналог. – Владивосток: Изд-во  
ВГУЭС, 2021.

ISBN 978-5-9736-

Включены материалы XXIII международной научно-практической конференции  
студентов, аспирантов и молодых ученых «Интеллектуальный потенциал вузов – на раз-  
витие Дальневосточного региона России и стран Азиатско-Тихоокеанского региона», со-  
стоявшейся во Владивостокском государственном университете экономики и сервиса  
(г. Владивосток, 21–23 апреля 2022 г.).

УДК 378.4  
ББК 74.584(255)я431

---

Электронное учебное издание

Минимальные системные требования:

Компьютер: Pentium 3 и выше, 500 МГц; 13,5 МБ; 5 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-

© ФГБОУ ВО «Владивостокский государственный университет экономики и сервиса», оформление, 2022

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

Компьютерная верстка М.А. Портновой

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса

690014, г. Владивосток, ул. Гоголя, 41

Тел./факс: (423)240-40-54

Подписано к использованию 15 октября 2021 г.

Объем 13,5 МБ Усл.-печ. л.

Тираж 300 (I–25) экз.

# СОДЕРЖАНИЕ

## **Секция. ОТ ТОВАРОВЕДЕНИЯ ДО ТОВАРНОГО МЕНЕДЖМЕНТА: ЭВОЛЮЦИЯ ПРОФЕССИИ И ПРАКТИКИ**

<i>Баранов Н.И.</i> Информационная идентификация рыбной продукции в цифровой среде как основа безопасности .....	17
<i>Баранов Н.И.</i> Проблема оценки качества красной икры потребителем .....	23
Проблема оценки качества красной икры потребителем .....	23
<i>Воложанинова А.А., Вершинина А.Г.</i> К вопросу формирования качества детского питания .....	27
<i>Варфоломеева Е.И., Наумова К.А., Драгилев И.Г.</i> Об особенностях применения методики определения конкурентоспособности товаров .....	33
<i>Жажин С.А., Белозерцева Н.П.</i> Сегментация на основе ключевых пользовательских характеристик как основной элемент стратегического планирования развития товарной категории .....	36
<i>Кузнецова О.В., Вершинина А.Г.</i> Организация заработной платы, порядок расчета и учет отдельных ее видов .....	40
<i>Макарова Д.М., Масленникова Е.В.</i> Исследование ассортимента детских мясных консервов, реализуемых на рынке города Владивосток .....	44

## **Секция. ЦИФРОВЫЕ РЕСУРСЫ АКТИВИЗАЦИИ МАРКЕТИНГА И ЛОГИСТИКИ**

<i>Барышева Ю.И., Исаев А.А.</i> Факторы конкурентоспособности интегрированных продуктов на основе мороженой рыбной продукции .....	50
<i>Киньков С.Д., Сергеева А.А., Жохова В.В.</i> Разработка концепции для Instagram-аккаунта компании MYASKO .....	54
<i>Мирошниченко С.А., Кметь Е.Б.</i> Выявление эффективных каналов продвижения направлений подготовки 38 укрупненной группы направлений («Экономика», «Менеджмент», «Товароведение», «Бизнес-информатика», «Торговое дело» и «Государственное и муниципальное управление») .....	59
<i>Петропавловская А.А., Гуляева А.Е., Жохова В.В.</i> Уровень цифровизации образовательной деятельности ППС при реализации магистерских программ в российских вузах .....	67

## **Секция. СОВРЕМЕННЫЕ ТРЕНДЫ В ИССЛЕДОВАНИЯХ МЕНЕДЖМЕНТА: ИННОВАЦИИ, НОВЫЕ БИЗНЕС-МОДЕЛИ И СТРАТЕГИИ**

<i>Аглеулина К.И.</i> Единое цифровое пространство государственных органов .....	72
<i>Горленко А.А., Плетнева А.В., Сахарной К.В., Вертинова А.А.</i> Барьеры при создании стартапов студентами .....	76
<i>Драч А.В.</i> Экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности ООО «Далькомсервис» .....	80
<i>Ермоленко Л.В.</i> Совершенствование логистических процессов предприятия на основе внедрения бережливого производства .....	84
<i>Жаркова Е.А.</i> Анализ условий ведения предпринимательской деятельности ООО «Автокам» .....	89
<i>Кисарова А.В.</i> Оценка рыночных возможностей ООО «Спецтехнологии» .....	93
<i>Кисель К.В., Яковлева А.А.</i> Формирование экосистем в России: причины, особенности, типы .....	97
<i>Лисоцкая В.М.</i> Отраслевой анализ рынка бытовой техники на примере ООО «Холод Комплект» .....	101
<i>Лобынцева Д.Р.</i> Разработка проекта развития предприятия на примере НОУ ДПО «Восточно-Европейский Гештальт Институт» .....	105
<i>Машинина Д.Г., Гомилевская Г.А.</i> Современные методы франчайзинга в управлении гостиничными сетями .....	109
<i>Пичуева Я.Д.</i> Стратегия устойчивого развития университетов .....	113
<i>Садакова В.А.</i> Анализ маркетинговой среды предприятия и факторы, влияющие на деятельность ООО УК «ХАСАН-СЕРВИС ДВ» .....	116
<i>Сенченко Э.Н., Загорская А.В., Салова Л.В.</i> Особенности кредитования малого бизнеса в современных условиях .....	119
<i>Тубольцева В.А., Пащук Н.Р.</i> Влияние цифровизации на принятие управленческих решений .....	123
<i>Шемякина Е.Р.</i> Влияние санкций на предпринимательство .....	127

## ИССЛЕДОВАНИЕ АССОРТИМЕНТА ДЕТСКИХ МЯСНЫХ КОНСЕРВОВ, РЕАЛИЗУЕМЫХ НА РЫНКЕ ГОРОДА ВЛАДИВОСТОК

Д.М. Макарова

бакалавр

Е.В. Масленникова

канд. техн. наук, доцент кафедры МТ

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса  
Владивосток, Россия*

*В данной статье проведен анализ структуры ассортимента детских мясных консервов, представленных на рынке города Владивостока. Проведено исследование потребительских предпочтений на детские мясные консервы, реализуемые на рынке города Владивостока. Проанализировано соответствие представленного ассортимента детских мясных консервов потребительским предпочтениям.*

*Ключевые слова: детское питание, пюре для прикорма, мясные консервы, структура ассортимента продукции, потребительские предпочтения, рынок города Владивостока.*

## STUDY OF THE RANGE OF CHILDREN'S CANNED MEAT SOLD IN THE MARKET OF THE CITY OF VLADIVOSTOK

*This article analyzes the structure of the assortment of canned meat for children on the market of the city of Vladivostok. A study was made of consumer preferences for products of enterprises producing canned meat for children sold on the market of the city of Vladivostok. The compliance of the presented range of children's canned meat with consumer preferences is analyzed.*

*Keywords: baby food, puree for food, canned meat, product range structure, consumer preferences, the market of Vladivostok.*

Маленькому ребенку по мере развития его процессов жизнедеятельности требуется особое питание, которое удовлетворяет потребность в балансе питательных веществ, отличном от взрослых. Для этого существуют специальные детские продукты, содержащие наиболее адаптированное к детскому организму сырье.

Продукты детского питания можно классифицировать на две группы: основное питание (молочные смеси, каши) и прикорм (овощные, фруктовые, мясные консервы, соки) [1]. Мясо – важная часть рациона ребенка при переходе к самостоятельному питанию, т.к. в нем содержатся необходимые аминокислоты (лейцин, лизин, метионин, валин, изолейцин) для нормального развития [8]. Согласно «Национальной программе оптимизации питания детей» указано, что в нормах физиологических потребностей в белке указывается процент необходимого содержания животных белков, который составляет 70% для детей в возрасте от 1 года до 3 лет [9, с. 13].

От структуры ассортимента зависит, какое положение будет занимать торговая сеть на рынке. В частности ассортимент оказывает огромное влияние на прибыль. Предприятию необходимо формировать структуру ассортимента с учетом потребительских предпочтений, чтобы уверенно себя чувствовать в условиях современного рынка. Формирование ассортимента должно проходить пропорционально изменению спроса на продукцию, реализуемого в торговой сети. Чтобы достичь данных целей, необходим постоянный анализ структуры ассортимента продукции, исследование предпочтений потребителей – тоже один из важных инструментов для выполнения поставленной задачи.

В связи с этим проведение анализа ассортимента детских мясных консервов на рынке города Владивостока и исследование потребительских предпочтений является актуальным.

В настоящее время рынок мясных консервов уверенно растет. Так по оценкам BusinesStat, производство мясных консервов в России в 2016–2020 гг. выросло на 14,4%: с 225 тыс т до 257 тыс т. Показатель ежегодно увеличивался, за исключением 2018 г, когда он сократился на 6,9%. В 2019 г отмечался наибольший прирост выпуска за пятилетие – на 10,9% к 2018 г. [2].

В России с 2019 по 2021 наблюдается подъем производства консервов мясных (мясосодержащих), включая консервов для детского питания. В 2020 году в России было произведено

744 024,8 тыс. усл. банок консервов мясных (мясосодержащих), также консервов для детского питания, что на 11,3 % больше объема производства 2019 года [10].

Производство консервов мясных (мясосодержащих), включая консервов для детского питания в сентябре 2021 года уменьшилось на -0,2% к уровню сентября прошлого года и составило 56 106,0 тыс. усл. Банок [Там же].

ОАО «Сады Придонья», ОАО «Вимм-Билль-Данн», «Лебедянский» («Прогресс»), ООО «ТД СЛАЩЁВА», Heinz, Nestle, Danone, HiPP Organic – крупнейшие представители на рынке детского питания мясных консервов [3].

Экономическое и внешнеполитическое санкционное давление на страну оказывает существенное влияние на весь внутренний рынок России. Однако детское питание – социально значимый продукт, в связи с чем, сужение ассортимента детских мясных консервов недопустимо и требует расширения выпускаемой продукции.

Целью данной работы является исследование ассортимента детского питания, реализуемого на рынке города Владивостока и проведение сравнительного анализа ассортимента детского питания, реализуемого в торговых сетях г. Владивосток, таких как «Детский мир», «Детландия» и «Бубль Гум». Данные по анализу структуры ассортимента представлены на период октябрь 2021 г. – январь 2022 г.

Для исследования были проанализированы следующие параметры: производитель, страна – производитель, тип тары, вид сырья, объём тары.

В исследуемых розничных сетях представлены такие наименования детских мясных консервов, как «Агуша», «Тема», «Фруто Няня», «Heinz», «Gerber», «Semper», «HiPP», «Ам Ам», «Номе», «Ложка в ладошке».

Установлено, что на рынке г. Владивостока преобладают мясные консервы отечественных производителей (50–62%). В меньшей степени представлены консервы производства США (18–29%). Швейцария, Германия и Чехия имеют самую малую долю на рынке г. Владивостока (до 14%) (рис. 1).

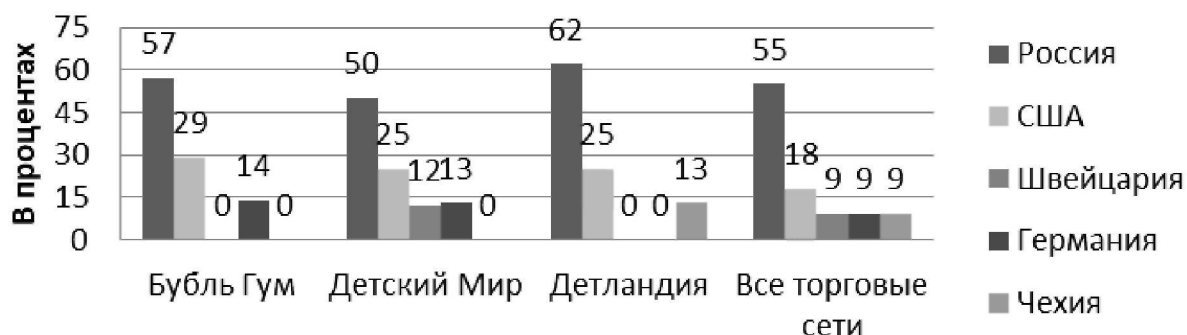


Рис. 1. Структура ассортимента по стране-производителю, в %

В результате анализа структуры ассортимента по типу тары определено, что в торговой сети «Детский Мир» мясные консервы в стеклянной таре (88%) в процентном соотношении значительно преобладают над долей консервов в жестяной таре. Данная тенденция также наблюдается и в «Бубль Гуме»: доля стеклянной тары (86%) превосходит долю жестяной (14%). В торговой сети «Детландия» ситуация немного отличается тем, что процентное число доли (37%) жестяной тары больше, чем в других исследуемых торговых сетях. Согласно анализу трех данных предприятий больше всего детских мясных консервов в стеклянной таре в «Детском Мире» (39%), меньше всего в «Детландии» (28%). Аналогично с жестяной тарой: больше всего в «Детландии» (60%), а в «Бубль Гуме» и «Детском Мире» ассортимент консервов в жестяных банках представлен в равной степени (20%) (рис. 2).

Согласно закону РФ № 29-ФЗ от 02.01.2000 «О качестве и безопасности пищевых продуктов» потребительская тара для детских продуктов должна гарантировать безопасность продукции и сохранность ее пищевой ценности, в то же время она должна быть экономичной и экологичной. Всем этим параметрам соответствует стеклянная тара [11].

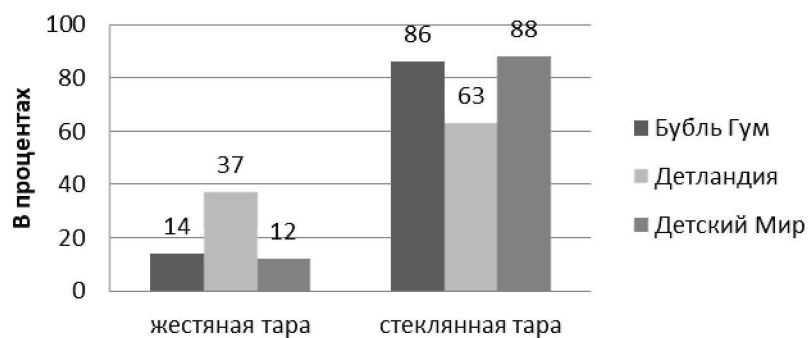


Рис. 2. Структура ассортимента по типу тары, в %

Детские мясные консервы реализуются в таре 100 и 80 г. Результаты исследования показали, что пюре в таре разного объема представлено в неравной степени. Значительно преобладает пюре в таре 80 гр. – это 70 %.

Наиболее популярные виды сырья для детского мясного пюре представлены индейкой (24%), говядиной (21%). Производитель на маркировке своего продукта указывает, что пюре сделано из цыпленка, что относится к мясу курицы. Возможно, производитель хотел акцентировать внимание, что мясо цыпленка нежнее, чем мясо курицы, что значительно влияет на выбор потребителя. Наименьшую долю на рынке г. Владивостока (1,5 %) занимают консервы из конины (рис. 3).

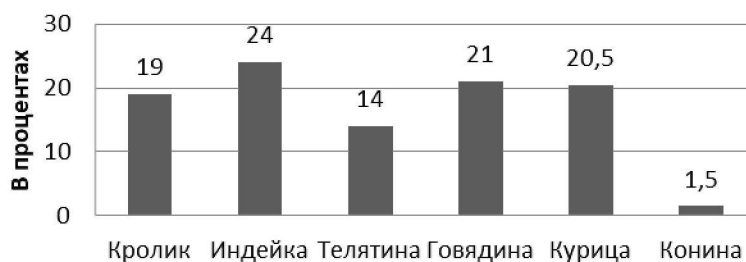


Рис. 3. Структура ассортимента по виду сырья, в %

Следующим этапом исследования являлось создание опроса респондентов для анализа потребительских предпочтений. Количество респондентов составило 145 человек [7].

Большинство опрошенных (42,3 %) редко приобретают детское мясное пюре, около пятой части (21,1 %) респондентов никогда не покупали данные товары и лишь малая часть от опрошенных (16,9 %) являются постоянными покупателями пюре.

Также был задан вопрос о предпочтительности торговой сети. Большинство опрошенных (40,8 %) выбирают «Бубль Гум», меньшинство (12,7 %) – «Детландию» (рис. 4).

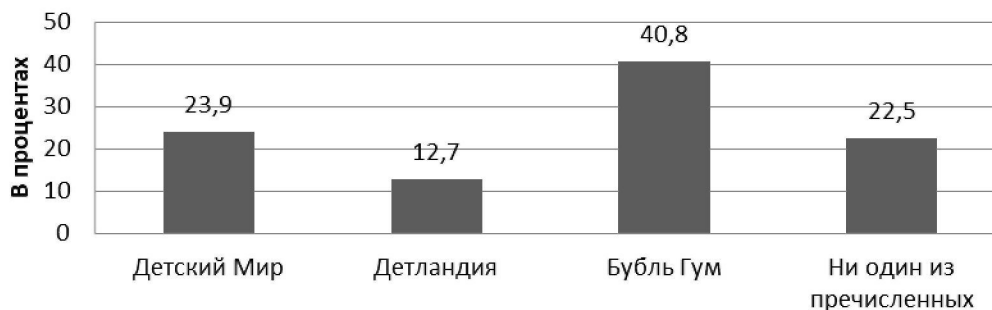


Рис. 4. Распределение респондентов по выбору торговой сети, в %

Большая часть респондентов предпочитают пюре из мяса курицы (21,1 %) и индейки (16,9 %). Значительная часть опрошенных затрудняются в своем выборе (15,5 %). Самое непопулярное сырье для детского мясного пюре – конина, т.к. его выбирают меньшего всего респондентов (4,2 %) (рис. 5).

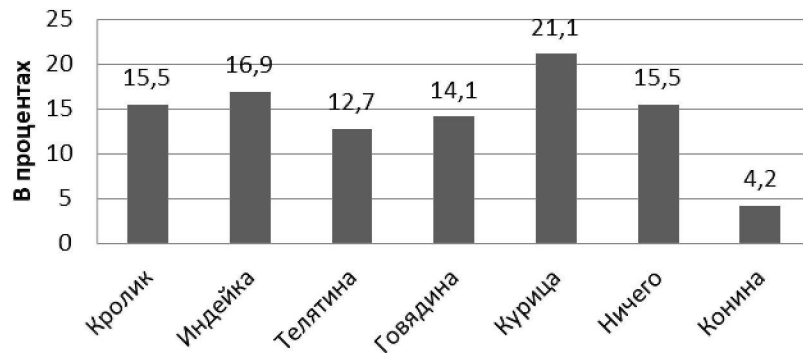


Рис. 5. Распределение респондентов по выбору вкуса мясного пюре, в %

Большая часть респондентов выбирают такие марки, как «ФрутоНяня» (74,6%), «Агуша» (71,8%) и «Gerber» (69%). Самые непопулярные марки среди респондентов – «Semper» (1,4%), «Ам Ам» (2,8%), «Ложка в ладошке» (1,4%) (рис. 6). Это связано с доверием потребителя к отечественному производителю, а также к бренду с многолетним опытом на рынке.

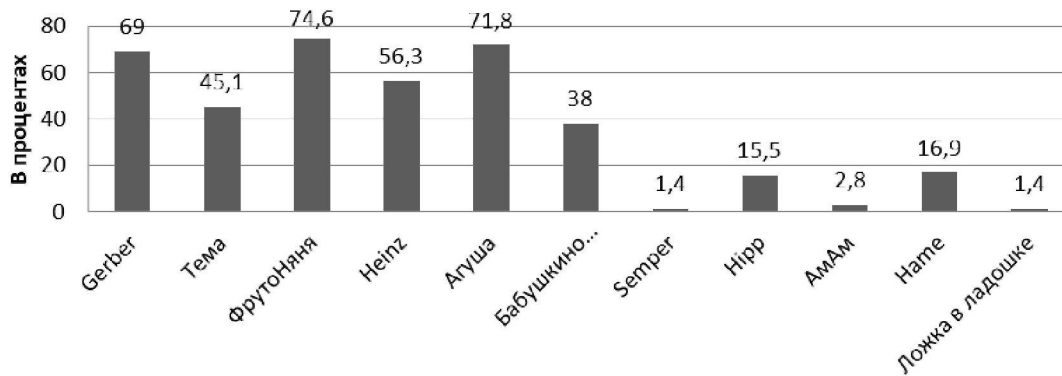


Рис. 6. Распределение респондентов по выбору марок мясного пюре, в %

Большинство респондентов в первую очередь при покупке обращают внимание на вкус, качество и состав пюре (64,3%). Наименьшее число опрошенных при выборе пюре руководствуются внешним видом (13,1%) (рис. 7). У детского организма завышенные требования к качеству питания, поэтому это наиважнейший критерий, на который обращает внимание потребитель.

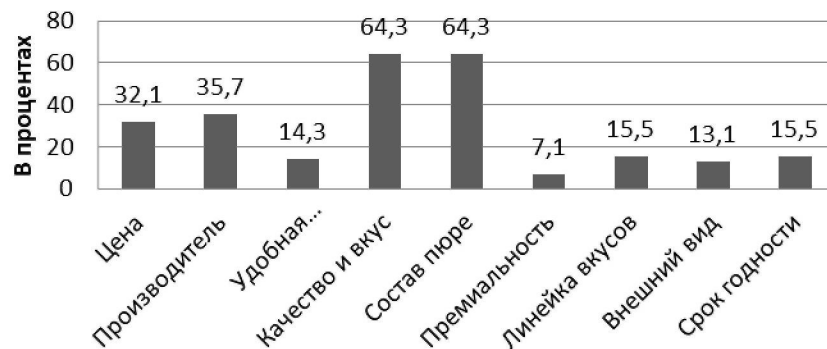


Рис. 7. Распределение респондентов по критериям выбора мясного пюре, в %

Половина опрошенных находятся в возрастной категории от 18 до 25 (52,1%), а наименьшая возрастная группа – это люди старше 55 лет (рис. 8), значит основной потребитель – это молодые люди, приобретающие продукцию для членов семьи.

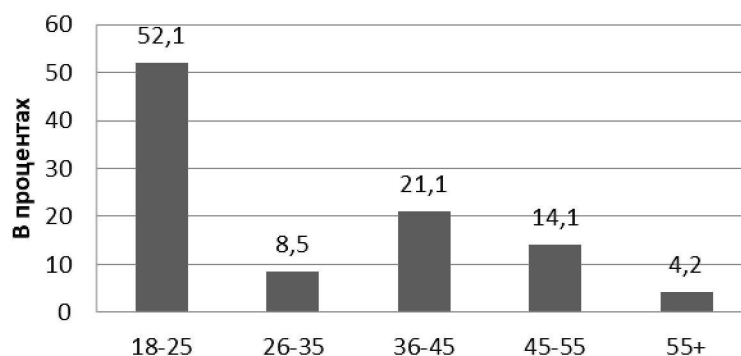


Рис. 8. Распределение респондентов по возрастной категории, в %

Анализ потребительских предпочтений и структуры ассортимента детских мясных консервов позволяют сделать следующие выводы.

Большинство опрошенных входят в группу по доходам от 30 до 45 тысяч рублей (54%). Респонденты с доходом от 45 до 60 тысяч рублей составляют пятую часть опрошенных (20%). Наименьшую группу представляют люди с доходом выше 60 тысяч рублей (7%).

Портрет покупателя детского мясного пюре представлен респондентом женского пола (69%) в возрасте от 18 до 25 лет с уровнем дохода от 30 до 45 тысяч рублей, который ценит качество и вкус при выборе покупки, но редко совершают данную покупку.

Структура ассортимента торговых марок представлены в полной мере в торговых сетях «Детландия», «Детский Мир», «Бубль Гум». Так, самые популярные торговые марки среди респондентов «ФрутоНяня», «Gerber» есть во всех торговых сетях.

Потребителю предлагается широкий выбор детских мясных пюре российского производства с широкой линейкой видов сырья. Так, потребительские предпочтения по выбору видов сырья для детского мясного пюре полностью соответствует структуре ассортимента в торговых сетях г. Владивостока.

В качестве потребительской упаковки детских мясных консервов используется стеклянная тара. Это связано с тем, что стекло – химически-нейтральный материал, не выделяющий никаких веществ и запахов, и не взаимодействующий с продуктом. В то время как при деформации жестяной тары возможен переход металлов из стенок банки в сам продукт. При транспортировании и хранении мясных консервов необходимо строго соблюдать режимы хранения, не подвергать их деформации и воздействию прямых солнечных лучей [5].

В торговых сетях наблюдается популярность мясных консервов из кролика, индейки, говядины и курицы. В связи с тем, что кроличье мясо – содержит мало холестерина и много белка, хорошо усваивается организмом детей. [4] В индейке, как и в говядине много витаминов А, Е, К, РР, группы В, минералов [6, с. 30]. Структура ассортимента по виду сырья в исследуемых торговых сетях полностью соответствует потребительским предпочтениям.

По данным опроса, видно, что большинство респондентов, при покупке детского питания, отдадут предпочтение сети гипермаркетов «Бубль-Гум», это связано с удобным расположением магазинов, широким ассортиментом и стабильностью компании на рынке. Также структура ассортимента по типу тары, виду сырья, производителю полностью соответствует потребительским предпочтениям.

1. Анализ рынка мясных детских консервов в России. – Текст: электронный // ГидМаркет [сайт]. – URL: <https://gidmark.ru/cat1/marketingovoc-issledovanie-rynka-myasnih-detskih-konservov> (дата обращения: 20.04.2022).

2. Анализ рынка мясных консервов в России в 2016-2020 гг, прогноз на 2021–2025 гг. Структура розничной торговли. – Текст: электронный // РБК Магазин исследований [сайт]. – URL: <https://marketing.rbc.ru/research/27620> (дата обращения: 20.04.2022).

3. Анализ рынка мясных консервов в России в 2017–2021 гг, прогноз на 2022–2026 гг. Потенциал импортозамещения и новые рынки сбыта. – Текст: электронный // BusinesStat [сайт]. – URL: <https://businessstat.ru/catalog/id45014> (дата обращения: 20.04.2022).

4. Беленикина А. Ю., Бачинская В. М. Пищевая ценность и польза мяса кроликов. – Текст: электронный // Научная электронная библиотека «Киберленинка» [сайт]. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/pischevaya-tsennost-i-polza-myasa-krolikov> (дата обращения: 19.04.2022).

5. Голуб О.В., Санжаровский А.Ю., Михайлиди Д.Х. Стимулирование вовлечения в экономический оборот использованной стеклотары. – Текст: электронный // Научная электронная библиотека «Киберленинка»



[сайт]. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/stimulirovanie-vovlecheniya-v-ekonomicheskij-oborot-ispolzovannoy-steklotalary> (дата обращения: 19.04.2022).

6. Дубровская В.И., Гоноцкий В.А. Продукты из мяса индейки // Птица и птицепродукты. – 2013. – №3. – С. 30–33.

7. Макарова Д. М. Исследование рынка детского мясного пюре. –Текст: электронный // Google формы: создание электронных опросов [сайт]. – URL: <https://docs.google.com/forms/d/1r9D4z43c96hpVPmHtGRHUPzX13ssSi6BmWqKAc1285E/edit?usp=sharing> (дата обращения: 10.01.2022)

8. Липкин В. М., Родионов И. Л. Аминокислоты. – Текст: электронный // Большая российская энциклопедия [сайт]. – URL: <https://bigenc.ru/biology/text/1818210> (дата обращения: 20.04.2022)

9. Программа оптимизации питания детей в возрасте от 1 года до 3 лет в Российской Федерации: методические рекомендации // ФГАУ «НМИЦ здоровья детей» Минздрава России. – Москва: б. и., 2019. – 35 с.

10. Рынок консервов мясных (мясосодержащих), включая консервы для детского питания в России. Текущая ситуация и прогноз 2022–2026 гг. – Текст: электронный // Alto Consulting Group (ACG) [сайт]. – URL: <https://alto-group.ru/otchet/rossija/3887-rynok-konservov-mjasnyh-mjasosoderzhaschih-vkljuchaja-konservy-dlja-detskogo-pitanija-v-rossii-tekuschaja-situacija-i-prognoz-2020-2024-gg.html> (дата обращения: 20.04.2022).

11. О качестве и безопасности пищевых продуктов: Федер. закон от 02.01.2000 №29-ФЗ.