

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., Волычук А.В.</i> Сотрудничество России с партнёрами по объединению БРИКС в сфере ядерной энергетики.....	347
<i>Левин 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>Тереchenko 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., Грибанов 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., Драгшев И.Т.</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., Горобей 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., Драгшев И.Т.</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>Миснев Б.И., Воликов О.А.</i> Пути повышения конкурентоспособности предприятия.....	405
<i>Мишакова М.П., Вешнина А.Т.</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

- взаимосвязанная работа совместно споставщики, заказчиками и пользователи;
- стимулирование и развитие рынка маркетинговых услуг и продукции;
- активизировать рекламу.

1. Кумар, Н. Маркетинг как стратегия / Н. Кумар. - М.: Претекст, 2008. - 342 е..
2. Маркетинг / под ред. И.В. Липсица. - М.: ГЭОТАР-Медиа, 2012. - 576 с.
3. Панкрухин, А.П. Маркетинг / А.П. Панкрухин.'- М.: ИКФ «Омега-Л»У2009. - 656 с.

УДК 338.462

## СРАВНИТЕЛЬНОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ КАЧЕСТВА УСЛУГ С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ ГОСТ И ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

**В.Д. Корниенко**, бакалавр 3 курс, кафедра международного маркетинга и торговли  
**И.Г. Драгилев**, доцент, кафедра международного маркетинга и торговли

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса  
 Россия. Владивосток*

*В работе на основе анкетирования потребителей проведено сравнение показателей качества услуг, предъявляемых по ГОСТ Р 52113-2003 и показателей качества услуг с точки зрения потребителя.*

**Ключевые слова и словосочетания:** показатели качества, предпочтения потребителей, требования ГОСТ.

## COMPARATIVE RESEARCH OF QUALITY INDICATORS OF SERVICES FROM THE POINT OF VIEW OF GOST AND CONSUMERS

**V.D. Kornienko**, bachelor of the 3<sup>rd</sup> year, international marketing and trade department  
**I.G. Dragilev**, associate professor, international marketing and trade department

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

*On the basis of questioning of consumers comparison of indicators of quality of the services shown in accordance with GOST P 52113-2003 and indicators of quality of services from the point of view of the consumer is carried out in work.*

**Keywords:** quality indicators, consumer preferences, GOST requirements.

В настоящее время сфера услуг развивается достаточно быстрыми темпами. Появляются всё новые и новые технологии, оказываются все новые и новые услуги. При этом не всегда качество услуг отвечает запросам потребителей, поэтому была поставлена задача: сравнить показатели качества услуг, предъявляемые по ГОСТ Р 52113-2003 и показатели качества услуг с точки зрения потребителя.

Было проведено пилотажное исследование на примере услуг автосервиса и химчистки одежды, в котором приняло участие более 100 человек. Опрашиваемые заполнили анкету с вопросом: «Какие показатели важны для вас при выборе автосервиса (химчистки)?» Результаты анкетирования приведены на рис.1,2.

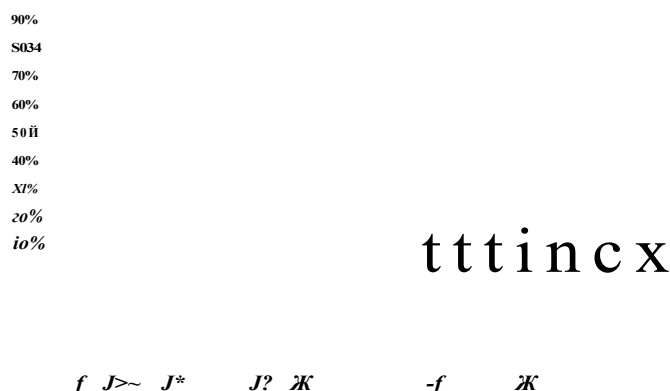


Рис. 1. Частота упоминания значимых показателей при выборе автосервиса

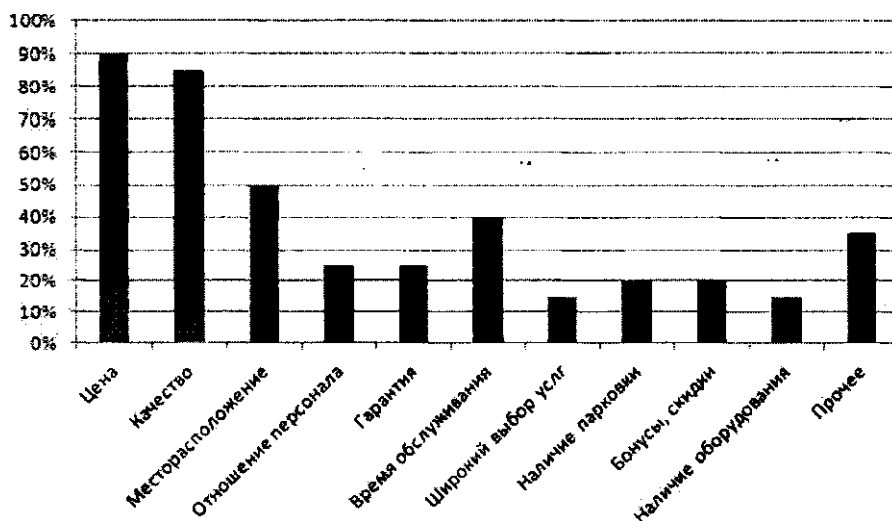


Рис. 2. Частота упоминания значимых показателей при выборе химчистки

Был также проведен дополнительный опрос: «Что вы понимаете под понятием «качество»? Оказалось, что потребителям сложно сформулировать само понятие. Однако они воспринимают качество через его показатели. Результаты опроса приведены на рис.3.

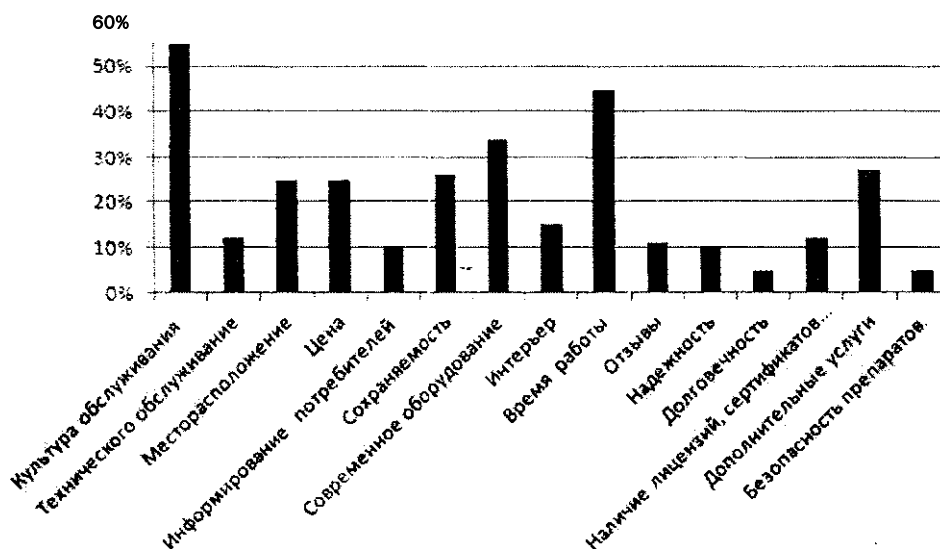


Рис. 3. Частота упоминания респондентами показателей, включаемых (входящих) в понятие «качество»

Анализ полученных результатов показал:

Некоторые ГОСТовские показатели потребителями не были названы. Например, показатели совместимости и большинство показателей безопасности.

Были неявно названы (данные показатели объединены потребителями в показателе качество):

- безопасность от воздействия химических и загрязняющих веществ.
- показатели надежности (показатели надежности результата услуги, долговечность, сохраняемость).
- показатели профессионального уровня персонала (умение обеспечить доброжелательную атмосферу, внимательность и предупредительность в отношениях с потребителями).

Были названы потребителями, но отсутствуют в ГОСТ следующие показатели:

- цена; месторасположение; отзывы, популярность; наличие парковки; бонусы, акции; партнеры за границей; наличие филиалов; наличие лицензии; различные способы оплаты; информирование потребителей.

Таким образом, найдено некоторое расхождение восприятия потребителями качества услуг с нормативными документами.

Результаты работы могут представлять интерес для предприятий сферы услуг и могут послужить отправной точкой для более глубоких исследований с целью совершенствования стандартов по качеству услуг.

1. ГОСТ Р 52113-2003. Услуги населению. Номенклатура показателей качества. - М.: Изд-во стандартов, 2004. - 16 с.

2. Формы и методы оценки качества товаров и услуг [Электронный ресурс]: Режим доступа: <http://www.referatbar.ru/referats/44FDE-3.html>.

УДК 338.465.2

## **ОСОБЕННОСТИ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ХОЗЯЙСТВУЮЩИХ СУБЪЕКТОВ ПО ВЫПУСКУ УГОЛЬНОЙ ПРОДУКЦИИ**

**Д.Е. Красилич**, специалист 5 курса, кафедры менеджмента и экономики

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

*Угольная продукция и её выпуск является составляющей топливно-энергетического комплекса страны. Топливо-энергетический комплекс содержит огромную районообразующую функцию: близко энергетических источников развивается сильная инфраструктура, подходяще содействующая формированию индустрии, подъему населенных пунктов и посёлков. Но, на долю ТЭКа приходится в пределах 90 % выбросов парниковых газов, в пределах пятидесяти процентов всех вредоносных выбросов в атмосферу и третья часть вредоносных препаратов, сбрасываемых в воду, что, безусловно, не имеет возможность быть позитивным.*

**Ключевые слова и словосочетания:** угольная продукция, топливно-энергетический комплекс, энергетические источники, угольная индустрия.

## **FEATURES OF STATE REGULATION OF ECONOMIC ENTITIES ON RELEASE OF COAL PRODUCTION**

**D.E. Krasilich**, specialist of the 5<sup>th</sup> year, Department of management and Economics

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

*Coal production and its release is a component of fuel and energy complex of the country.*

*The fuel and energy complex contains huge make region function: close power sources the strong infrastructure normal promoting formation of the industry, raising of settlements and settlements develops. But, the third part of the harmful preparations dumped in water falls to the share of energy industry within 90% of emissions of greenhouse gases, within 50 % of all harmful emissions in the atmosphere also that, certainly, has no opportunity to be positive.*

**Keywords:** coal production, fuel and energy complex, power sources, coal industry.

Угольная продукция и её выпуск является составляющей топливно-энергетического комплекса страны.

Топливо-энергетический комплекс содержит огромную районообразующую функцию: близко энергетических источников развивается сильная инфраструктура, подходяще содействующая формированию индустрии, подъему населенных пунктов и посёлков. Но, на долю ТЭКа приходится в пределах 90 % выбросов парниковых газов, в пределах пятидесяти процентов всех вредоносных выбросов в атмосферу и третья часть вредоносных препаратов, сбрасываемых в воду, что, безусловно, не имеет возможность быть позитивным [4, с.21].

Положение и технический степень-деятельных мощностей топливно-энергетического комплекса становятся в реальное время критичными. Израсходовали личный проектный ресурс больше пятидесяти процентов оснащения угольной индустрии, 30 % газоперекачивающих агрегатов, выше 50 % износа содержит середина оснащения в нефтедобыче и больше 1/3 - в газовой индустрии. Тем более великоват износ оснащения в нефтепереработке и электроэнергетике.

Структура топливно-энергетического комплекса представлена следующими составляющими:

Топливная индустрия:

Нефтяная, газовая, угольная, сланцевая, торфяная.

В состав нефтяной индустрии РФ входят нефтедобывающие фирмы, нефтеперерабатывающие фабрики и фирмы по перевозке и сбыту нефти и нефтепродуктов [1, с.20].