

МАТЕРИАЛЫ
XI МЕЖДУНАРОДНОЙ КОНФЕРЕНЦИИ
СТУДЕНТОВ, АСПИРАНТОВ
И МОЛОДЫХ УЧЕНЫХ



ВЛАДИВОСТОКСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ
ЭКОНОМИКИ И СЕРВИСА

ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ВУЗОВ
НА РАЗВИТИЕ ДАЛЬНЕВОСТОЧНОГО
РЕГИОНА РОССИИ И СТРАН АТР



КНИГА 4

20 - 23 апреля 2009 г.

Федеральное агентство по образованию РФ
Департамент образования и науки администрации Приморского края
Государственное образовательное учреждение высшего профессионального
образования «Владивостокский государственный университет экономики и
сервиса»

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

**МАТЕРИАЛЫ XI МЕЖДУНАРОДНОЙ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ
КОНФЕРЕНЦИИ СТУДЕНТОВ, АСПИРАНТОВ И МОЛОДЫХ
ИССЛЕДОВАТЕЛЕЙ**

20 - 23 апреля 2009 г.

КНИГА 4

**Институт сервиса моды и дизайна
Институт менеджмента, бизнеса и экономики
Институт международных отношений и социальных технологий
Центр иностранных языков**

Владивосток 2009

СОДЕРЖАНИЕ

<i>Мешина Л.Ф.</i> ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ПЕРЕХОДА РОССИИ НА МСФО.....	165
<i>Мироненко Е.С.</i> АДАПТАЦИЯ К РОССИЙСКОМУ УЧЕТУ МСФО.....	168
<i>Моралевич В. В.</i> ПОВЫШЕНИЕ ПОШЛИН НА ИМПОРТНЫЕ АВТОМОБИЛИ: «ЗА» И «ПРОТИВ».....	170
<i>Мошалева В.А., Беликов Г.В.</i> ПРОБЛЕМЫ ТРУДОУСТРОЙСТВА СТУДЕНТОВ И МОЛОДЫХ СПЕЦИАЛИСТОВ.....	172
<i>Муллер Е.А.</i> ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЛЕСОПЕРЕРАБАТЫВАЮЩЕЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ В ПРИМОРСКОМ КРАЕ.....	174
<i>Никитина А.А., Сушкина КС.</i> ЦЕННЫЕ БУМАГИ КАК ОСНОВА ИНВЕСТИЦИОННОЙ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ....	177
<i>Николаев Д.А.</i> УНИВЕРСИТЕТСКИЙ КОМПЛЕКС И БИЗНЕС-СРЕДА: ВОПРОСЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ И ПРОТИВОРЕЧИЙ.....	179
<i>Сердюк Е.В.</i> ПРОБЛЕМЫ ФИНАНСОВОГО АНАЛИЗА В УСЛОВИЯХ ПЕРЕХОДА НА МСФО.....	182
<i>Соломатова Е.В., Ковальская КВ.</i> ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ПЕРЕХОДА РОССИИ К ТРЕБОВАНИЯМ МСФО.....	184
<i>Степанова Е.В.</i> ОЦЕНКА СООТВЕТСТВИЯ ПБУ МЕЖДУНАРОДНЫМ СТАНДАРТАМ ФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ.....	186
<i>Степин С.А.</i> ТЕНДЕНЦИИ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОГО ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ ПРОДУКЦИИ ОБУВНОГО ПРОИЗВОДСТВА.....	188
<i>Тихомирова А.В.</i> СРАВНИТЕЛЬНАЯ ОЦЕНКА КАЧЕСТВА УСЛУГ.....	192
<i>Худяков Е.А.</i> ПРОБЛЕМЫ КОРРЕКТИРОВАНИЯ БАЗОВОЙ ДОХОДНОСТИ ЕНВД В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИЧЕСКОГО КРИЗИСА.....	193
<i>Черногузова Е.Г., Еремина И.В.</i> ИССЛЕДОВАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ МЕБЕЛИ НА РЫНКЕ ГОРОДА ВЛАДИВОСТОКА.....	195
<i>Шигаляков И.В.</i> СТАТИСТИЧЕСКОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ МАКРОЭКОНОМИЧЕСКИХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ.....	198
<i>Яблокова Е.А.</i> ВЛИЯНИЕ АМОРТИЗАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ НА ОЦЕНКУ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ.....	199

СРАВНИТЕЛЬНАЯ ОЦЕНКА КАЧЕСТВА УСЛУГ

А. В. Тюомирова, М. Курд, Институт международного бизнеса и экономики
И.Г. Драгилев — научный руководитель, канд. техн. наук, доц. кафедры ТЭ

Анализ качества государственных услуг: оценка и рейтинг, г. Владивосток

Целью работы является сравнение результатов оценок качества услуг сотовой связи несколькими компаниями сотовой связи, полученных различными методами.

Услуги — это согласованный процесс взаимодействия двух или более субъектов рынка, когда один субъект воздействует на другого в целях создания, расширения или воспроизводства возможностей последних в получении фундаментальных благ (пользы). Контроль качества услуг и оценка показателей качества услуг осуществляется с использованием различных методов, которые могут классифицироваться по различным признакам.

В данной работе для оценки качества услуг было выбрано два метода: количественный метод (анкетирование) и метод фокус-групп. Метод фокус-групп — более сложный вид исследования. Это неструктурированный, свободный или полуструктурированный метод исследования с участием небольшой группы респондентов. В фокус-группе нет жесткой структуры вопросов и ответов, а есть свободная дискуссия.

Была проведена оценка четырех компаний сотовой связи.

Для сопоставления данных результаты оценок были переведены в среднее значение и представлены в таблице 1, где в левой колонке приводятся оценки, полученная методом фокус-групп, а в правой — методом анкетирования.

Таблица 1 - Средние оценки качества услуг, полученные двумя методами по основным параметрам

Компания сотовой	Параметры оценки качества услуг			
	1	2	3	4
А	4,0 - 3,6	3,5 - 1,8	3,5 - 3,8	3,5 - 3,6
Б	4,0 - 4,3	4,0 - 4,2	4,5 - 4,2	4,5 - 4,0
В	4,0 - 4,2	5,0 - 5,0	4,0 - 4,7	4,0 - 4,2
Г	5,0 - 4,5	5,0 - 4,8	4,0 - 4,8	5,0 - 4,2

где 1 - профессионализм КСМ-персонала;

2 - психологическое отношение к клиентам;

3 - быстрота обслуживания;

4 - точность информации

Практически все результаты оценки качества предоставления услуг сотовой связи методом анкетирования не совпадают с оценкой качества по методу «фокус-группы». Это объясняется тем, что участники групповой дискуссии стимулируют друг друга, в результате чего они выдают больше спонтанной информации, чем при индивидуальном интервью. Также преимуществом группового интервью является его гибкость в отличие от опросов, где структура вопросов жестко определена анкетой.

С одной стороны, метод фокус-групп более гибкий, так специально обученный интервьюер принципиально обращает внимание на заранее обозначенные для исследования показатели, но с другой стороны не может оценить само качество предоставляемой услуги, так как он только слушает и записывает. Также интерпретация полученных данных обычно имеет субъективный характер и в значительной степени зависит от характера аналитика. Поскольку структура рованной анкеты нет, а реплик обычно много и все они разные, аналитик всегда найдет то, что согласуется с его собственным мнением проблемы; всегда существует опасность, что один из участников фокус-группы будет доминировать над остальными, тем спровоцирует негативную реакцию со стороны других участников.

При анкетировании на потребителей услуги может влиять их субъективность, наличие свободного времени, компетентность в данной области, а также коммуникативность и личные качества самого интервьюера.