

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>Шарапов Д.А.</i> СПОСОБЫ ОЦЕНКИ ОБЪЕМА ТРЕНИРОВОЧНОЙ НАГРУЗКИ ГИРЕВИКОВ.....	112
<i>Щинова Е.А.</i> ИСПОЛЬЗОВАНИЕ БОЛОТНО-ОЗЕРНЫХ ЛАНДШАФТОВ ОЗЕРА ХАНКА В ТУРИСТСКОЙ ИНДУСТРИИ ПРИМОРСКОГО КРАЯ.....	114
<i>Юрченко Ю.Ю., Новикова А.В.</i> К ВОПРОСУ ОБ АВТОМАТИЗАЦИИ ПРОЦЕССА ПРОЕКТИРОВАНИЯ ШВЕЙНЫХ ИЗДЕЛИЙ ИЗ ВЫСОКОЭЛАСТИЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ.....	116
<i>Юрченко Ю.Ю., Подшивалова А.В.</i> РАЗРАБОТКА ОНТОЛОГИИ ПРЕДМЕТНОЙ ОБЛАСТИ «МАТЕРИАЛОВЕДЕНИЕ В ШВЕЙНОМ ПРОИЗВОДСТВЕ».....	120
<u>ИНСТИТУТ МЕНЕДЖМЕНТА, БИЗНЕСА И ЭКОНОМИКИ</u>	
<i>Белов А.А.</i> ОПТИМИЗАЦИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ РЕСУРСОВ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА НА ОАО «ВЛАДХЛЕБ».....	123
<i>Гадецкая И.С.</i> ОЦЕНКА ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПРОГРАММЫ ПО ПОДДЕРЖКЕ РЫБОДОБЫВАЮЩЕЙ ОТРАСЛИ.....	126
<i>Гордиенко Е.А., Бусаедова О.А.</i> ТОВАРОВЕДНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА И АНАЛИЗ РЫНКА КОЛБАСНЫХ ИЗДЕЛИЙ Г. ВЛАДИВОСТОКА.....	128
<i>Горох А.В., Дубовицкая Е.В.</i> ВНУТРЕННИЙ АУДИТ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА И ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОМПАНИИ.....	130
<i>Демьянова Ю.В.</i> ОСНОВНЫЕ ПРАВИЛА ПОДБОРА ДЕТСКОЙ ОБУВИ ДЛЯ ПОТРЕБИТЕЛЯ.....	133
<i>Драгилева О. И.</i> ЭКОЛОГИЯ ГОРОДА: ПРОБЛЕМА БЕЗДОМНЫХ ЖИВОТНЫХ.....	135
<i>Драгилева О. И., Моисеева О. С.</i> ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ КОМПАНИИ «РОС ОФИС».....	138
<i>Дягилев В.А.</i> ВЫЧИСЛЕНИЕ НЕКОТОРЫХ ЭЛЕКТРОМАГНИТНЫХ ХАРАКТЕРИСТИК ЗАДАЧИ ВОЗБУЖДЕНИЯ ДИПОЛЕМ ИДЕАЛЬНО ПРОВОДЯЩЕГО СПЛЮСНУТОГО СФЕРОИДА.....	141
<i>Звозникова М.А.</i> ПРОБЛЕМЫ ТЕОРЕТИЧЕСКИХ И ОРГАНИЗАЦИОННЫХ ОСНОВ БАНКОВСКОГО НАДЗОРА.....	145
<i>Казакова Д.В.</i> ПРЕДПРИЯТИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА: СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ В ПРИМОРСКОМ КРАЕ.....	148
<i>Калягин Д.С.</i> РАСЧЕТ ГЕОПОТЕНЦИАЛА СРЕДНЕГО УРОВНЯ В АТМОСФЕРЕ.....	151
<i>Кобзева Т.А., Новикова Ю.А.</i> МЕТОДИКА ОПРЕДЕЛЕНИЯ СРАВНИТЕЛЬНОГО РЕЙТИНГА ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ КОМПАНИЙ-АВТОПЕРЕВОЗЧИКОВ ПРИ МИНИМАЛЬНЫХ ДАННЫХ.....	152
<i>Корнева Е.В.</i> ИНВЕРСНЫЕ ФОНДЫ: ЗАРАБАТЫВАЕМ НА КРИЗИСЕ.....	155
<i>Корниенко Н. С., Турлова И. Ю.</i> АДАПТАЦИЯ РОССИЙСКОГО УЧЕТА К ТРЕБОВАНИЯМ МСФО.....	157
<i>Кравцова И.Ю.</i> КОНСОЛИДИРОВАННАЯ ОТЧЕТНОСТЬ: МЕЖДУНАРОДНАЯ ПРАКТИКА.....	160
<i>Куриц О.К., Мажорова Г.Ю.</i> ВОПРОСЫ УЧЕТА ОПЕРАЦИЙ С ПЛАСТИКОВЫМИ КАРТОЧКАМИ.....	162
<i>Мальшичева Н.О., Ющенко Ю.А.</i> ТОЛЕРАНТНОСТЬ КАК ЖИЗНЕННЫЙ ПРИНЦИП ЧЕЛОВЕКА.....	164

ТОВАРОВЕДНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА И АНАЛИЗ РЫНКА КОЛБАСНЫХ ИЗДЕЛИЙ Г. ВЛАДИВОСТОКА

Е.А Гордиенко, О.А Бусаедова, III курс, институт менеджмента, бизнеса и экономики
Т.Ю. Гарцман — научный руководитель, канд. мед. наук, доц. кафедры ТВЭ

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса, г. Владивосток

Колбасные изделия занимают четвертую позицию в шкале продуктов, пользующихся постоянным спросом россиян, уступая молочной продукции, овощам и фруктам, а также хлебобулочным изделиям. Российский рынок колбасных изделий - один из самых быстрооборачиваемых рынков в российской пищевой промышленности. В связи с этим все больше как российских, так и западных компаний рассматривают его как перспективный. В связи с этим мы решили провести исследование рынка колбасных изделий (КИ) города Владивостока.

Классификация КИ.

По виду изделия и способу обработки КИ классифицируют на следующие группы:

1. Варёные колбасы. 2. Фаршированные колбасы. 3. Полукопченые колбасы. 4. Копченые колбасы. 5. Кровяные колбасы. 6. Ливерные колбасы. 7. Сосиски и сардельки. 8. Мясные хлебы. 9. Мясные паштеты. 10. Зельцы и студни.

— Анализ рынка КИ города Владивостока.

Целью нашего исследования было определить потребительские предпочтения в области колбасных изделий. С этой целью было опрошено 50 человек в возрасте от 18 до 73-х лет, мужчины и женщины. Были получены следующие результаты:

По результатам опроса лидером стала продукция ТД «Ратимир», поскольку именно ее предпочитают более 45% опрошенных, за ним следует ВИК – 26,2%, далее «Надежда-95» и «Доброе Дело» - 7,14% и «Отец и сыновья» - почти 6%. Также были отмечены производители «Дымов», «Элефант», «Влад-Бекон» и «Никольск – Уссурийский».

Причины, по которым потребители приобретают продукцию именно этих производителей:

3. Вкус - 44,16%
4. Качество – 25,98%
5. Цена – 15,58%
6. Доверие к производителю – 6,49%
7. Другие причины – 7,79% (ассортимент, состав, упаковка, магазин рядом с домом).

I. Чаще всего приобретаются сосиски и сардельки -24,26% и вареные колбасы 23,67%, затем следуют колбасы полукопченые 16,57% и копченые 15,98%, далее паштеты 8,28%, студни и зельцы 6,51%, кровяные и ливерные колбасы 2,96%. Очень мало употребляют мясные хлебы 1,18% и колбасы фаршированные 0,59%.

II. 38% респондентов заявили, что покупают колбасные изделия 1-2 раза в неделю и ровно столько же, что 1-2 раза в месяц; более двух раз в неделю приобретают колбасные изделия 16% опрошенных, и менее родного раза в месяц 8%.

III. На вопрос «Подвергаете ли вы колбасные изделия термической обработке перед употреблением?» были получены следующие ответы:

6. Да - 8,00%
7. Иногда – 74,00%
8. Нет – 18,00%

I. Большинство опрошенных приобретают колбасные изделия в продовольственных магазинах - 42%, 29,5% - в супермаркетах, 25 % – в спецкиосках. Колбасу домашнего производства на рынке предпочитают приобретать 3,4% опрошенных.

II. Большинство опрошенных, а именно 58%, заявили, что на их выбор колбасных изделий влияют различные референтные группы, в основном, члены семьи, на 42% опрошенных референтные группы никак не влияют.

III. 50% опрошенных всегда обращают внимание на упаковку и маркировку колбасных изделий. Только на состав смотрят 16%, на срок годности 4% опрошенных. Никогда не обращают внимание на маркировку 26%.

IV. На абсолютное большинство респондентов не повлиял МЭК, т.е. они не стали