

Министерство образования и науки Российской Федерации
Национальный научно-образовательный инновационно-технологический консорциум вузов сервиса
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 XVI международной научно-практической конференции студентов,
аспирантов и молодых исследователей

(17–18 апреля 2014 года)

В шести томах

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

Том 3



Владивосток
Издательство ВГУЭС
2014

СОДЕРЖАНИЕ

МАРКЕТИНГ. КОММЕРЦИЯ. ЛОГИСТИКА. ТОВАРОВЕДЕНИЕ

Барагаева Н.С. Эффективность логистической деятельности на предприятии (на примере ООО «Желдор Альянс»)	9
Волкова Н.А., Прозорова А.А. Динамика и причины повышения цен продукции «Владхлеб»	11
Вшивкова Н.Д. Выбор показателей для оценки качества услуг торговли	13
Грицев Н.С. Из опыта практико-ориентированного обучения	14
Емелина Я.И. Анализ коммуникационной политики предприятия (на примере ИП Усатюк Зоя Александровна)	15
Жарников В.С., Подовалов А.С. Концепция «Кайдзен» и ее применение	16
Захарова В.В., Кичий Н.И. Инновационные технологии в сфере ЖКХ на примере Приморского края ...	18
Зуй К.Д., Симакова М.В., Столярова М.А., Исследование выпускников вуза с целью формирования электронной базы «Успешный выпускник ВГУЭС»	20
Кикта А.С. Пути совершенствование закупочной деятельности на примере ОАО «Хорольского топливоснабжающего предприятия»	22
Кузьмичева В.П. Исследование ассортимента йогурта на примере торгового предприятия, расположенного на территории ОАО Дальневосточный завод «Звезда»	24
Ладенкова А.Г. Совершенствование транспортной логистики дистрибьюторской компании «Владивостокский молочный комбината» (ВМК) филиал ОАО «Вимм-Билль-Данн» (ВБД) методом полных затрат	26
Лелейка В.Г. Особенности продвижения консалтинговых услуг в деловой среде	28
Лиходеедова А.Д. Исследование процесса продаж дилерского центра KIA ООО «Сумотори-Авто» в контексте клиентоориентированности	31
Михайлова М.С. Влияние заквасок на свойства кисломолочных продуктов	34
Монгуш Ш.М. Влияние традиций тувинского народа на развитие экономики в регионе	34
Мошкарева М.С. Маркетинговое исследование предпочтений потребителей сети магазинов «Чудодей»	35
Нерода А.Н. Исследование предпочтений студентов ВГУЭС в отношении дополнительных образовательных программ	37
Пиган И.И. Возможности использования кожевенных отходов	39
Подоплелова А.Н. Методы управления ассортиментом продукции на предприятии	41
Соболева В.В. Оценка конкурентоспособности торгового предприятия и разработка рекомендаций по ее повышению (на примере ИП З.А. Усатюк, г. Владивосток)	42
Соломаха А.В. Оценка деятельности вуза с помощью системы дихотомических шкал (на примере ФГБОУ ВПО «ВГУЭС»)	43
Старосельцева Д.С. Проблемы управления товарными запасами компании ООО «Байс – ДВ»	45
Стефанова К.С. Анализ ассортиментной политики предприятия (на примере ИП Усатюк З.А.)	48
Титова Я.А. Анализ внешних факторов стратегии развития услуг фитнес-клубов на примере фитнес-клуба «Багира»	50
Ткаченко А.С., Александрова Ю.Ю. Оптимизация представленности ВГУЭС в YOUTUBE	53
Цыганок С.А. Современные материалы в производстве спортивной одежды и анализ товарных запасов с использованием метода ABC-XYZ по заказу Общественной организации «Владивостокская городская федерация по футболу»	55
Шимина Т.А. Совершенствование конкурентоспособности предприятий оптовой торговли	57
Шкапорова А.О. Исследование рынка и ассортимента хлебобулочных изделий, реализуемых в ТЦ «Фреш 25»	59
Юлдашева Р.И., Ломаева А.Ю. Разработка модели регулирования властных, предпринимательских и общественных структур транспортной отрасли	59

проведение конкурсов для детей, что в свою очередь привлечет новых клиентов, и данные мероприятия пожат дополнительной рекламой.

Сети бутиков «Женское счастье» рекомендовалось размещение каталогов с товаром и их стоимость журналах для женщин. Возможно распространение сувениров, таких как брелоки, магниты, календари. Данное распространение послужит постоянным напоминание клиентам о данной сети бутиков. Индивидуально предпринимателю рекомендовалось лучше отслеживать работу продавцов. Так как после проведенного анализа было выявлено, что клиенты не довольны работой продавцов. Индивидуально предпринимателю необходимо улучшить стимулирование персонала. Давать возможность для карьерного роста. Для привлечения еще большего числа клиентов, было так же рекомендовано улучшить внешний вид магазина, на некоторых точках и даже, так как внешний вид, должен соответствовать продаваемому товару и предлагаемым ценам.

Также индивидуально предпринимателю необходимо пересмотреть продаваемый ассортимент и можно введение нового товара для молодых девушек. Необходимо ввести контроль за раскладкой товара. Товар должен располагаться так, что бы он был хорошо виден покупателю и покупатель мог его рассмотреть. На некоторых точках продаж необходимо улучшить освещение, так как это затрудняет покупателям выбор товара.

1. Бурцева Т.А., Сизов В.С., Цель О.А. Управление маркетингом. - Москва: Экномистъ, 2010.
2. Маркетинг: учеб. пособие/ под ред. А.Н. Немчина, Д.В. Милаева. - СПб.: ИД «Бизнес-пресса», 2010.
3. Котлер Ф. Основы маркетинга. - М.; СПб., 2013.
4. Котлер Ф., Бергер Р., Бикхофф Н. Стратегический менеджмент по Котлеру. Лучшие приемы и методы. М.: Альпина Паблишер, 2012.
5. Ким А.Г., Ким Е.В. Базисные составляющие инновационного стиля менеджмента: Транспортное. - М.: ИСИ. - М., 2012.
6. Ким А.Г. Аналитический обзор публикаций по маркетинговым исследованиям в Приморском крае: Фундаментальные исследования, 2013.

КОНЦЕПЦИЯ «КАЙДЗЕН» И ЕЕ ПРИМЕНЕНИЕ

В.С. Жарников, А.С. Подовалов, студенты I курса, Институт международного бизнеса и экономики
Владивостокский государственный университет экономики и сервиса, Владивосток

Эта тема является актуальной потому, что японские предприятия, внедрив Кайдзен на производстве достигли конкурентоспособности на мировом рынке, подняв качество производства на мировой уровень. Наш университет тоже стремится к повышению качества своих услуг, поэтому можно рассмотреть вопрос о том может ли Кайдзен помочь в совершенствовании процессов, происходящих во ВГУЭС во всех сферах деятельности, от образования до досуга. Это может повысить рейтинг ВГУЭС и привлечь новых абитуриентов.

Целью нашего доклада является рассмотрение способов применения концепции Кайдзен.

Мы поставили следующие задачи для достижения данной цели, а именно:

- изучить сущность и историю происхождения концепции «кайдзен»;
- проанализировать действующую схему «кайдзен» в ооо «collers-дальний восток»;
- рассмотреть применение «кайдзен» на крупных предприятиях;
- разработать предложения по применению «кайдзен» во вгуэс.

Кайдзен - это японская философия или практика, которая фокусируется на непрерывном совершенствовании процессов производства, разработки, вспомогательных бизнес-процессов и управления, а также всех аспектов жизни.

«Кайдзен» в бизнесе - это постоянное улучшение, начиная с производства и заканчивая высшим руководством, от директора до рядового рабочего. Улучшая стандартизированные действия и процессы, цель Кайдзен - производство без потерь [2].

Более того, это непрерывный процесс совершенствования, в котором участвуют все: и менеджеры, рабочие. Философия Кайдзен предполагает, что наш образ жизни, будь то работа, общественная или семейная жизнь, заслуживает постоянного улучшения [4].

Основных принципов Кайдзен насчитывается более 17, мы выделили несколько ключевых, из которых исходят все остальные:

Непрерывное улучшение качества - принцип, характеризующий саму суть Кайдзен, то есть, непрерывные малые изменения во всех сферах организации - снабжении, производстве, сбыте, личностных взаимоотношений и так далее.

Участие каждого в процессе улучшения - каждый работник может подать предложение по улучшению процесса производства.

Всеобщий контроль качества - каждый сотрудник следить за качеством производства.

Для достижения целей Кайдзен на производстве рекомендуется применять следующие системы:

- 1) всеобщий контроль качества /всеобщий менеджмент на основе качества (TQC/TQM),
- 2) систему производства «точно вовремя» (Just in Time, JIT),
- 3) всеобщий уход за оборудованием (TPM),

4) систему подачи предложений, поощрение сотрудников, чьи идеи действительно сыграли положительную роль,

5) работу малых групп. Работа людей в небольших неформальных, добровольных объединениях три компании, которые формируются для выполнения конкретных задач.

В рамках дисциплины «Введение в профессию» наша группа посетила завод Соллерс, который был открыт в 2010 году на базе Дальзавода. Во время экскурсии в цех производящий внедорожники Land Cruiser Prado узнали, как применяется Кайдзен в рамках производства автомобилей.

Экскурсовод рассказала нам о показательном примере применения Кайдзен. Предложение о совершенствовании внес сотрудник, обязанностью которого являлся развоз деталей к местам сборки автомобилей по мере надобности, чтобы детали всегда были в наличии. По мере выполнения своих обязанностей рабочий заметил, что если бы на заводе были двухъярусные тележки, то его производительность была бы выше, он мог бы избежать лишние передвижения и объем деталей, которые он мог бы доставить, увеличился бы вдвое. Предложение рассмотрели и теперь на производстве все тележки двухъярусные.

Каждый работник завода может улучшить процесс производства, написать предложение которое в дальнейшем рассмотрит комиссия по внедрению, и если предложение сочтется практичным и конструктивным – оно внедряется в производство, а работнику выплачивается премия [1].

Среди компаний, известных рядовому потребителю и использующих концепцию Кайдзен имеются гиганты производства как: Nestle, Bosch, Volvo, AMD, Karcher, Rolls-royce, Ford, Henkel и многие другие. В России говорить о широком применении системы пока рано. Многие руководители всё ещё недооценивают значимость «маленьких» улучшений, не хотят выделять деньги для мотивации сотрудников.

В той или иной мере Кайдзен существует в некоторых компаниях в виде книги отзывов и предложений, либо же зависит от отношения руководителя к ней. Либо это что-то из разряда предметов декора, либо это действительно книга отзывов и предложений, которая периодически просматривается, анализируется и на основе того реализуются или не реализуются предложения.

Приводя конкретные примеры увеличения производительности от внедрения Кайдзен можно рассмотреть производство самолетов Boeing. Сборочная линия Boeing-777 позволила сократить время производственного цикла с 22-х до 10 дней, оптимизировать незавершенное производство и повысить качество производимой продукции [5].

Рассматривая возможность внедрения Кайдзен в рамках ВГУЭС нужно начать с малого и внедрить ее, в первую очередь, среди сотрудников ВГУЭС, от работы которых напрямую зависит качество образовательных услуг.

Для этого мы разработали алгоритм внедрения Кайдзен. Процесс внедрения мы разделили на несколько этапов.

1. Сделать электронную систему подачи предложений, поручив контроль за работой системы кафедрам и институтам.

2. Создать комиссию по рассмотрению предложений из руководства ВГУЭС (на уровне заведующего кафедрой, директора института).

3. В дальнейшем по мере интеграции этой системы сделать так же Кайдзен для всех слушателей, для обучающихся в общежитиях студентов и их родителей.

4. Создание системы предложений на сайте вгуэс упростит подачу и рассмотрение предложений. Допустим преподаватель кафедры туризма подает предложение, оно рассматривается комиссией по рассмотрению предложений из сотрудников кафедры, и при конструктивности идеи предложение одобряется и идет выше по цепочке для рассмотрения ректоратом.

5. В дальнейшем можно внедрить Кайдзен для слушателей и студентов общежитий в рамках общественных объединений (ССО). Допустим, у студента возникла идея, он через старосту своей группы выносит ее на рассмотрение комиссии ССО (онять же через сайт ВГУЭС), далее это перенаправляется на рассмотрение ВГУЭС, но и самого вуза в глазах абитуриентов и их родителей [6].

6. В ходе разработки доклада у нас возникла одна из идей улучшения обслуживания ВГУЭС – внедрение местной безналичной формы оплаты услуг.

Во ВГУЭС существуют бейджи студентов, преподавателей и прочих работников. Эти бейджи закреплены на личном кабинете владельца в интернете. Идея заключается в следующем: необходимо закрепить банкетные карты (с учетом сотрудничества с Банком Приморья) в личном кабинете как форму безналичного расчета и внедрить оплату по бейджу на кассах ВГУЭС. Это может быть оплата за общежития, обучение, дополнительные курсы, услуги. Это может быть и оплата в кафе, расположенных на территории ВГУЭС, на стоянках, в комплексе "Чемпион" и прочих местах кампуса ВГУЭС.

Помимо всего прочего можно установить по всему ВГУЭС автоматы с готовыми продуктами питания (батончиков сникерс, m&m's, кока кола и пр.). Такой подход исключит возможность кражи товара и сократит очереди в кафе.

Таким образом, внедрение концепции Кайдзен во ВГУЭС позволит создать систему постоянного совершенствования всех процессов, происходящих в ВУЗе. Университет ожидают кардинальные изменения, ведь

будет учтено множество именно тех идей, которые действительно будут способствовать изменению университета в лучшую сторону.

Преподаватели будут с удовольствием проводить свои занятия, студенты начнут с особым усердием относиться к учебе. ВГУЭС изменится и станет более привлекательным и интересным, а это, как правило, привлечет новых абитуриентов, конструктивные пожелания которых будут также учтены.

1. Масааки Имаи Гемба кайдзен. Путь к снижению затрат и повышению качества = Gemba Kaizen: A Commonsense, Low-Cost Approach to Management. - М.: «Алпина Паблишер», 2010. - С. 344.
2. Масааки Имаи Кайдзен. Ключ к успеху японских компаний = Kaizen: The Key to Japan's Competitive Success. - М.: «Алпина Паблишер», 2011. - С. 280.
3. Масааки Имаи Японское чудо / М. Имаи // Свой бизнес. - 2007. - №1. - С. 13-17.
4. Каору И. Японские методы управления качеством / И. Каору. - М.: Экономика, 1988. - 215 с.
5. Веллингтон П. Стратегии кайдзен для успешных продаж = Kaizen Strategies for Customer Care. - СПб.: Питер, 2004. - С. 272.
6. Белозерцева Н.П. Кайдзен. Презентация к курсу «Управление цепями поставок» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.vvsu.ru/ddmp/search.asp?stype=4>.

ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В СФЕРЕ ЖКХ НА ПРИМЕРЕ ПРИМОРСКОГО КРАЯ

В.В. Захарова, Н.И. Кичий, студентки 3 курса, Институт международного бизнеса и экономики

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса, Владивосток

Жилищно-коммунальное хозяйство представляет собой комплекс подотраслей, который обеспечивает функционирование инфраструктуры различных зданий населенных пунктов, создает удобства и комфортное проживание и нахождения в них граждан [1].

Разработка инновационного проекта начинается с формирования инновационной идеи. Этот момент разработки инновационного процесса традиционно рассматривается с двух позиций.

С позиции одних авторов, инновационная идея это база и сущность инновационного проекта, который находит отражение в постановке конечной цели проекта.

С другой стороны, формирование инновационной идеи – осмысление задуманного плана действий, т.е. инновационная идея представляет собой способы или пути достижения цели проекта.

Таким образом, на этапе формирования инновационной идеи определяются альтернативные решения проблемы. Инновационная идея может формироваться длительно, путем разработки, а может возникнуть неожиданно [2].

По функциональному типу или по областям применения в научно-производственном процессе в сфере жилищно-коммунального хозяйства выделяются следующие виды инноваций:

- научно-исследовательские;
- технические или продуктовые (появляются обычно в производстве продуктов с новыми или улучшенными свойствами, ведут к изменению технологий деловых процессов у потребителя);
- технологические (возникают при применении улучшенных, более совершенных способов изготовления продукции, ведут к изменению технологий деловых процессов у потребителя);
- информационно-коммуникационные (ведут к изменению технологий обработки информации технологий связи у потребителя);
- маркетинговые (ведут к изменениям в исследовании рынков и работе на них, изменениям брендов товаров и организаций);
- логистические (ведут к изменениям в сфере организации движения потоков, снабжении и сбыте);
- организационно-управленческие (ведут к изменениям в организационном механизме и системах управления, совершенствуют их);
- социально-экономические, правовые и другие (изменяют социальные, экономические и правовые условия функционирования предприятий жилищно-коммунального хозяйства).

Ни одна инновационная идея не осуществится без инвестиционной программы. Под инвестиционную программу в сфере жилищно-коммунального хозяйства предлагается понимать совокупность взаимосвязанных инвестиционных программных мероприятий и проектов, определяющих уровень рисков. Они возникают при реализации целей развития жилищно-коммунального хозяйства, а также определяют уровень окупаемости вложенных средств и получения прибыли. Но, существуют проблемы разработки и реализации инвестиционных программ в сфере ЖКХ, которые разделены на четыре блока [3].

Первый блок – технологические проблемы. К ним относятся:

- большой износ основных производственных фондов;
- неэффективные технологические решения и схемы предоставления ЖКУ;
- разные условия предоставления услуг.

Второй блок – экономические проблемы:

- высокая бюджетная зависимость, недофинансирование;
- отсутствие оборотных средств и средств на модернизацию фондов;