

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

УДК 74.584(255)Я431  
ББК 378.4  
И73

ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ВУЗОВ – НА РАЗВИ-  
И 73 ТИЕ ДАЛЬНЕВОСТОЧНОГО РЕГИОНА РОССИИ:  
материалы XVII Междунар. науч.-практ. конф. студентов, аспиран-  
тов и молодых ученых. (28–29 апреля 2015 г.): в 5 т. Т. 2 / под общ.  
ред. О.Ю. Ворожбит; Владивостокский государственный университет  
экономики и сервиса. – Владивосток: Изд-во ВГУЭС, 2015. – 500 с.

ISBN 978-5-9736-0319-9  
ISBN 978-5-9736-0323-6

Включены материалы XVII международной научно-практической конференции студентов, аспирантов и молодых исследователей «Интеллектуальный потенциал вузов – на развитие Дальневосточного региона России и стран АТР», состоявшейся во Владивостокском государственном университете экономики и сервиса (г. Владивосток, 28–29 апреля 2015 г.).

Том 2 представляет широкий спектр исследований молодых ученых и студентов вузов Дальнего Востока и других регионов России, ближнего и дальнего зарубежья, подготовленных в рамках работы секций конференции по следующим темам:

- Актуальные проблемы и тенденции современного менеджмента.
- Региональная экономика практика учета, анализа и аудита.
- Современное состояние и проблемы финансовой среды.
- Мировая экономика и международный бизнес.
- Проблемы формирования и развития потребительского рынка: качество, конкурентоспособность и безопасность товаров во внутренней и внешней торговле.
- Эффективные маркетинговые технологии в России и за рубежом.

УДК 74.584(255)Я431  
ББК 378.4

ISBN 978-5-9736-0319-9

ISBN 978-5-9736-0323-6

© Владивостокский государственный  
университет экономики и сервиса,  
издание, 2015

## СОДЕРЖАНИЕ

<b>Секция 1. АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ И ТЕНДЕНЦИИ СОВРЕМЕННОГО МЕНЕДЖМЕНТА .</b>	<b>8</b>
<i>Амбарнова О.Ю.</i> Факторы потребительского выбора высших учебных заведений.....	8
<i>Белоусова А.С.</i> Особенности развития агропромышленного комплекса Приморского края.....	10
<i>Богданова А.К., Любогощинская Л.В., Суботина Т.А.</i> Опыт использования SWOT-анализа при разработке стратегий развития фондомских лабораторий ВГУЭС.....	14
<i>Боранов А.А.</i> Совершенствование организации обслуживания VIP-клиентов в коммерческих банках России.....	18
<i>Василаки Е.С.</i> Управление себестоимостью как инструмент ценообразования по созданию интернет-сайтов.....	21
<i>Вирченко М.В.</i> Диверсификация деятельности как способ снижения угроз внешней среды в условиях кризиса.....	24
<i>Грицюк М.И.</i> Мониторинговая карта малого бизнеса Приморского края на современном этапе.....	26
<i>Демьянова Д.В.</i> Оценка влияния факторов внешней и внутренней сред на эффективность бизнеса (на примере ООО «ВЛ-Лоджистик», г. Владивосток).....	30
<i>Еременко Е.А.</i> Анализ инвестиционной привлекательности ОАО «МегаФон Ритейл», г. Владивосток .	32
<i>Загоруйко М.В.</i> Признаки и проявления интернационализации бизнес-среды в Приморском крае.....	35
<i>Иванчук А.С.</i> Снижение экологической нагрузки цементных заводов как комплексное общественное благо.....	37
<i>Каранцева А.Е.</i> Создание территорий опережающего социально-экономического развития (ТОСЭР) в Приморском крае.....	40
<i>Карпова Ю.А.</i> Анализ финансовой устойчивости ОАО «Мечел».....	41
<i>Карцев В.А.</i> Роль и место аутсорсинга в развитии малого и среднего предпринимательства (на примере call-центра «Деловой тон»).....	45
<i>Кириллова З.Р.</i> Оценка конкурентоспособности предприятий общественного питания (на примере ООО «Веранда» г. Владивосток).....	47
<i>Клишкова А.Н.</i> Анализ направлений оптимизации расходов на примере Владивостокского государственного университета экономики и сервиса.....	52
<i>Кавтрова А.Е.</i> Групповая динамика и производительность труда малого предпринимательства.....	55
<i>Ларичкина Д.А.</i> Особенности развития отрасли телекоммуникационных услуг в России.....	58
<i>Лисоцкая А.М.</i> Влияние имиджа на эффективность деятельности фитнес-клубов Владивостока.....	61
<i>Лисоцкая А.М.</i> Проблемы развития конкуренции Приморского края розничной торговли продовольственными товарами.....	65
<i>Любогощинская Л.В.</i> Особенности бизнес-планирования предприятия Агропромышленного комплекса Приморского края.....	67
<i>Махмудов Р.С., Яковлева Ю.Р.</i> Перспективы развития судостроительного кластера Приморского края как ключевой фактор решения социально-экономических проблем малых городов.....	70
<i>Петрищев П.В.</i> Тенденции и проблемы интеграционного взаимодействия российских вузов с зарубежными партнерами.....	75
<i>Реуцкая Д.Д.</i> Создание студенческих команд самоменеджмента в рамках проекта практико-интегрированного обучения.....	77
<i>Родионова Е.А.</i> Прогнозирование финансово-экономических показателей торговой сети на основании модели типового магазина.....	80
<i>Рощина П.В.</i> Конкурентоспособность ООО «Клеопатра» на рынке парикмахерских услуг.....	82
<i>Савин А.В.</i> Перспективы развития автомобильной отрасли в России.....	84
<i>Тиханская В.И., Филипова А.В.</i> Обоснование целесообразности организации фитнес-клубов для людей с ограниченными возможностями (на примере фитнес-клуба «Без границ», г. Владивосток).....	88
<i>Трясова Н.В.</i> Инвестиции в человеческий капитал.....	90
<i>Усатиук А.В.</i> Бюджетирование как инструмент стратегического управления организацией.....	93
<i>Федорова В.А.</i> Перспективы и проблемы развития рыбной отрасли в России.....	95
<i>Шефер О.В.</i> Методические основы оценки результативности финансовой деятельности предприятия: оценка разработанности.....	99
<i>Шкорик Е.Ю.</i> Проблемы согласования интересов стейкхолдеров в процессе организации международной перевозки.....	102
<i>Штакел А.К.</i> Свободный порт: Владивосток город будущего.....	104

2) для магазинов, уплачивающих ЕНВД:

$$TR_{\min} = \frac{TC + \text{ЕНВД}_{\text{мес.}}}{\% \text{ наценки} + \% \text{ доп. дох.} - \text{NPM}}$$

где  $TR_{\min}$  – минимальный товароборот без НДС;

TC – издержки магазина (все расходы за исключением себестоимости);

% наценки – средний процент наценки, планируемой в торговой сети;

% доп. дох. – средний процент дополнительных доходов (маркетинг), планируемый в торговой сети;

NPM – рентабельность чистой прибыли;

ЕНВД<sub>мес.</sub> – сумма единого налога на вмененный доход в месяц (т.е. разделенная на три).

Данные формулы универсальны для любой торговой сети и могут быть использованы при прогнозировании показателей торговой сети различных специализаций.

Прогнозирование финансово-экономических показателей торговой сети на основании предложенной модели типового магазина позволяет не только создать инвестиционный проект развития торговой сети и оценить его эффективность, но и управлять затратами на открытие магазинов в процессе реализации проекта. Кроме того, такая модель позволяет управлять деятельностью магазинов, ориентируясь по отклонениям от показателей типового магазина на протяжении всей жизни торговой сети.

1. Ветренко, П.П. Организационно-экономическое обеспечение системы гипермаркетов в России / Л.П. Ветренко // Retailermagazine. – 2006. – №1. – С. 59–65.

2. Копенкина, А.О. Диссертация на тему: Статистический анализ и прогнозирование розничного товарооборота сувенирной продукции г. Москвы: автореф. дис...канд. экон. наук: 080012 / А.О. Копенкина. – М., 2008. – 22 с.

3. Созинов, В.А. Комбинированная система инновационного управления // Развитие и эффективность предпринимательства / под ред. В.А. Осипова. – Владивосток: Изд-во Дальневосточного федерального университета. – 2011. – С. 36–40.

УДК 339.13

## КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ООО «КЛЕОПАТРА» НА РЫНКЕ ПАРИКМАХЕРСКИХ УСЛУГ

*П.В. Рошчин*, бакалавр 3 курса, кафедра экономики и менеджмента

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса  
Россия, Владивосток*

*Высокая конкурентоспособность предприятия позволяет обеспечить извлечение максимальной прибыли, что является конечной целью любой коммерческой деятельности. Парикмахерские услуги отличаются от товаров своей неосвязаемостью, непостоянством качества, недолговременностью и неотделимостью от ее исполнителя. Наибольшее влияние на конкурентоспособность предприятий сферы парикмахерских услуг оказывают такие факторы, как качество предоставляемых услуг, имидж предприятия, формирование рациональной кадровой политики, цена на услуги. Для усиления конкурентных позиций следует в первую очередь создать конкурентное преимущество услуги и конкурентное преимущество салона.*

*Ключевые слова и словосочетания:* конкурентоспособность, конкурентное преимущество, рынок парикмахерских услуг, конкурентоспособность услуги, имидж салона.

## THE COMPETITIVENESS OF «CLEOPATRA» IN THE MARKET OF HAIRDRESSING SERVICES

*P.V. Roshchin*, bachelor of the 3<sup>rd</sup> year, Department of Economics and Management

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

*High competitiveness of the enterprise helps to provide the receipt of the maximum profit, and it is the last purpose of the commercial action. Haircuts are different from the merchandise. Haircuts have a great difference between goods: they are more intangible, the quality is impermanent, non-durability and inherency from her executants. The greatest influence on the competitiveness of the haircuts services provides some factors, such as quality of the services, the company image, forming of the rational personnel policy, prices for services.*

*For intensification of the concurrency positions it is necessary to create competitive advantage of the services and competitive advantage of the salon.*

**Keywords:** *competitiveness, competitive advantage, market of the haircut services, competitiveness of the service, company image.*

В условиях рыночной экономики для любого хозяйствующего субъекта крайне актуальной является проблема повышения его конкурентоспособности.

Особо остро данная проблема встает в сфере услуг, а именно на рынке парикмахерских услуг. В связи с политическими и экономическими трудностями в стране, произошло снижение платежеспособности населения и повышение стоимости услуг, что вынуждает компании прибегать к разнообразным способам увеличения продаж. Высокая конкурентоспособность предприятия позволяет обеспечить извлечение максимальной прибыли, что является конечной целью любой коммерческой деятельности.

Рынок парикмахерских услуг является одним из самых массовых по уровню потребления и наиболее доходными в сфере обслуживания. Средства, вложенные в этот бизнес, относительно быстро окупаются, поэтому предприниматели достаточно охотно открывают новые парикмахерские салоны. В связи с этим следует говорить о нарастающей на российском рынке конкуренции среди парикмахерских салонов.

Целью исследовательской работы являлась оценка текущей позиции ООО «Клеопатра» на рынке парикмахерских услуг города Владивосток и разработка рекомендаций по повышению его конкурентоспособности.

Для достижения цели был решен ряд задач:

- рассмотреть понятие конкурентоспособности;
- выявить отличительные особенности парикмахерских услуг;
- провести анализ конкурентоспособности ООО «Клеопатра».

Конкурентоспособность – это свойство объекта, характеризующееся степенью удовлетворения им конкретной потребности по сравнению с аналогичными объектами, представленными на данном рынке [4].

Современная адаптация предприятий к конкурентным условиям нестабильной и изменчивой внешней среды должна проводиться в процессе всестороннего и постоянного анализа деятельности конкурентов, собственного стратегического потенциала и оценки эффективности его использования, а также определения положения предприятия на рынке товаров и услуг относительно конкурентов, то есть оценки конкурентоспособности предприятия.

Конкуренция является наиболее эффективным методом взаимной координации индивидуальных действий субъектов рынка без централизованного вмешательства в их деятельность. И для того, чтобы понять сущность экономических аспектов конкуренции, необходимо ответить на весьма важный с точки зрения построения стратегии вопрос: что необходимо предпринять для захвата лидерства в конкурентной борьбе или что такое конкурентоспособность предприятия и как ее обеспечить.

Для оценки уровня конкурентоспособности описаны множество методов. Анализ конкурентоспособности по Ж.Ж. Ламбену, матрица бостонской консультативной группы (БКГ), матрица Мак-Кинси, SWOT-анализ и анализ конкурентов. Все эти методы необходимы для определения стратегии развития компании.

Цель конкурентной стратегии – вести свои дела этично по отношению к конкурентам, добиваться конкурентного преимущества на рынке и создавать круг лояльных покупателей. Конкурентная стратегия должна предусматривать краткосрочные тактические ходы для немедленной реакции на изменение ситуации и долгосрочные действия, от которых зависят будущие конкурентные возможности организации и ее позиции на рынке [1,2,3].

Конкурентное преимущество – это характеристика, позволяющая компании занять более выгодную позицию на рынке по отношению к конкурентам, то есть быть более конкурентоспособным.

Клиент является главным ресурсом, за который идет борьба на рынке услуг, поэтому более конкурентоспособным предприятием будет то, которое несет наибольшую ценность для клиента.

Парикмахерские услуги отличаются от товаров своей неосязаемостью, в связи с невозможностью их попробовать с момента приобретения, непостоянством качества, что выражается в неспособности повторить одну стрижку одинаково, недолговременностью и неотделимостью от ее исполнителя.

Наибольшее влияние, на конкурентоспособность предприятий сферы парикмахерских услуг оказывают следующие основные факторы: качество предоставляемых услуг; имидж предприятия; формирование рациональной кадровой политики; цена на услуги.

Следовательно, для усиления конкурентных позиций предприятиям следует в первую очередь создать конкурентное преимущество услуги.

Основным компонентом конкуренции является конкуренция на основе качества предоставляемых услуг. Качество услуги – это комплекс, который можно разделить на две группы: качество оказания услуги и качество обслуживания клиента.

Повышая качественные характеристики предоставляемой услуги, предприятие получает значительные преимущества перед конкурентами, которые могут служить основанием для назначения более высокой цены. Более высокое качество при удержании цен на свои услуги на уровне конкурентов, также позволит занять лидирующее положение на рынке, увеличить число потребителей своих услуг и размер занимаемой рыночной доли.

Качество выполнения услуги непосредственным образом зависит от квалификации мастеров, качества технологий, применяемых при выполнении сложных современных моделей причесок, качество инструментов, используемых средств и препаратов [5].

Укрепить свои позиции в конкурентной среде можно не только с помощью цены и качества, но и с помощью имиджа предприятия [6]. Имидж определяется как совокупность всех представлений, опыта желаний, чувств, связанных с определенным предметом, включает в себя информационную, эмоциональную и мотивационную составляющие, заключается в целостной характеристике объекта. Имидж объединяет в себе все представления, наиболее существенные, применительно к рассматриваемому объекту, становится необходимым условием достижения фирмой устойчивого и продолжительного делового успеха.

ООО «Клеопатра» успешно работает на рынке парикмахерских услуг с 2004 года, за это время компания пережила ребрендинг, прошла через кризис 2008 и 2014 годов.

В рамках решения поставленной задачи при оценке конкурентоспособности, в качестве одной из составляющих, был применен опрос респондентов, посещающих салон. Исследование показало, что парикмахерский салон «Клеопатра» занимает третье место среди салонов в этом районе города. Были выявлены критерии, на которые опираются люди при выборе тех или иных салонов, так 71% опрошенных, в первую очередь, смотрят на приемлемую цену, 62% – на удобное местоположение, 58% – на профессиональную подготовку мастеров и 27% – на имидж салона. Также немаловажными факторами при выборе салона являются качество препаратов, с которыми работают специалисты салона.

Проанализировав результаты, были разработаны практические рекомендации по улучшению конкурентоспособности салона парикмахерских услуг «Клеопатра», а именно: расширить линейку препаратов, повысить качество услуг с сохранением цены на прежнем уровне, провести мероприятия, направленные на повышение имиджа салона.

1. Басовский, Л.Е. Современный стратегический анализ: учебник / Л.Е. Басовский. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014.

2. Квасникова, В.В. Конкурентоспособность товаров и организаций: учеб. пособие / В.В. Квасникова, О.Н. Жучкевич. – М.: НИЦ ИНФРА-М; Мн.: Нов. знание, 2013.

3. Круглик, В.М. Конкурентоспособность предприятия (фирмы): учеб. пособие / В.М. Круглик, А.К. Александров и др.; под общ. ред. В.М. Круглика. – М.: НИЦ ИНФРА-М; Мн.: Нов. знание, 2013.

4. Техническая и гуманитарная литература [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.telenir.net/delovaja\\_literatura/osnovy\\_upravlenija\\_malym\\_biznesom\\_v\\_sfere\\_parikmaherskih\\_uslug/p3.php#metkadoc12](http://www.telenir.net/delovaja_literatura/osnovy_upravlenija_malym_biznesom_v_sfere_parikmaherskih_uslug/p3.php#metkadoc12).

5. Титова, Н.Ю. Оценка предпосылок кластеризации Приморского края / Н.Ю. Титова, О.Ю. Воротнич // Региональная экономика: теория и практика. – 2014. – № 33. – С. 13–20.

6. Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент: учебник для студентов вузов / Ф. Котлер, К.Л. Келлер; пер. с англ.: С. Жильцова, М. Жильцова, Д. Раевской. – 12-е изд. – СПб.: Питер, 2012. – 816 с.

УДК 339.13

## ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ АВТОМОБИЛЬНОЙ ОТРАСЛИ В РОССИИ

**А.В. Савин**, бакалавр 4 курса, кафедры экономики и менеджмента

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса  
Россия, Владивосток*

*В статье проанализированы особенности развития автомобильной отрасли в России и дана характеристика существенных признаков присущих данной отрасли, сбалансированное воздействие на развитие которых приводит не только к развитию самого рынка, но и к развитию территории в целом. Обобщен подход к наполнению структуры экономического развития автомобильной отрасли в России.*

*Ключевые слова и словосочетания:* отрасль, автомобильная отрасль, автомобили, объем продаж, авторынок, автомобильные компании.

## PROSPECTS OF DEVELOPMENT OF AUTOMOBILE INDUSTRY IN RUSSIA

**A.V. Savin**, bachelor of the 4<sup>th</sup> year, Department of Economics and Management

*Vladivostok State University Economics and Service  
Russia, Vladivostok*

*The article analyzes the features of automotive industry development in Russia and describes the essential features inherent in the industry, balanced impact on the development of which leads not only to the devel-*