

Министерство образования и науки Российской Федерации

Владивостокский государственный университет
экономики и сервиса (ВГУЭС)

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

**Материалы XIX Международной научно-практической
конференции студентов, аспирантов и молодых ученых**

26–28 апреля 2017 г.

В 5 томах

Том 3

Под общей редакцией д-ра экон. наук О.Ю. Ворожбит

Владивосток
Издательство ВГУЭС
2017

<i>Галутдинова Е.Н., Стрихаскас Л.В., Обертас О.Г., Чернявина Л.А.</i> Городские лестницы как туристический бренд города Владивостока	325
<i>Громак И.И., Рыжова Е.В., Счастливец М.А., Шемиллина Д.К.</i> Владивосток. Дыхание города	330
<i>Федотова Л.В.</i> Анализ современного архитектурного облика исторического центра города Владивосток	334
<i>Щербакова К.В.</i> Преобразование открытых общественных пространств (на примере центральной площади г. Владивостока)	337
Секция 11. ИННОВАЦИИ В СФЕРЕ ИНДУСТРИИ МОДЫ	341
<i>Герасимчук И.В., Данилова О.Н., Зайцева Т.А.</i> Анализ приемов нанесения авторских рисунков принтов в текстильных изделиях	341
<i>Татренко Д.М., Данилова О.Н., Зайцева Т.А.</i> Стилизация творческого источника для разработки коллекции моделей одежды с использованием авторских принтов	344
<i>Филатова П.А., Данилова О.Н., Зайцева Т.А.</i> Презентация студенческих творческих работ в информационно-креативном пространстве вуза	347
<i>Червакова И.А., Латкина И.А., Усольцева А.П., Данилова О.Н., Зайцева Т.А.</i> Разработка концепции образного решения театрального костюма (по заявке АНО «Благое дело», г. Владивосток)	352
<i>Эсаул В.С., Слесарчук И.А.</i> Специфика мерчендайзинга в магазинах тканей ограниченной площади	355
Секция 12. ПРОБЛЕМЫ КУЛЬТУРЫ ДАЛЬНЕГО ВОСТОКА РОССИИ	359
<i>Буртасовская М.С., Василевская Т.А., Метлева Т.В.</i> Особенности формирования имиджевых характеристик хорового коллектива ветеранов г. Владивостока	359
<i>Дорменко В.С., Зайцева А.С., Рудая М.Н., Месенева Н.В.</i> Маяки Владивостока	365
<i>Медведчикова В.А.</i> Культурная жизнь дальневосточного города Уссурийска в эпоху развитого социализма 1965-1985 гг.	368
Секция 13. ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СЕРВИСНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	373
<i>Божок Т.А., Слесарчук И.А.</i> Особенности формирования системы качества в клининговых компаниях	373
<i>Гаврилова Ю.Э., Коноплева Н.А.</i> Опыт применения Интернет-маркетинга в регионах: проблемы и перспективы развития	376
<i>Корнилова А.А., Коноплева Н.А.</i> Исследование проблем в воспитании детей и подростков в российской культуре	380
<i>Никанорова А.В., Терская Л.А.</i> Разработка стандарта управления «Методика определения состава работ для содержания и ремонта общего имущества в многоквартирном доме»	383
<i>Плещищев Т.А., Коноплева Н.А.</i> Образ Краснодарского края в контексте формирования территориального имиджа и позиционирования региона	387
<i>Шарифуллина Р.Р., Терская Л.А.</i> Формирование мероприятий по благоустройству придомовой территории многоквартирного дома	391

Секция 13. ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СЕРВИСНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Рубрика: Экономика и управление народным хозяйством

УДК 648.04

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ СИСТЕМЫ КАЧЕСТВА В КЛИНИНГОВЫХ КОМПАНИЯХ

Т.А. Божок
бакалавр, 4 курс

И.А. Слесарчук
доцент, канд. техн. наук, кафедра дизайна и технологий

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Россия. Владивосток*

В последние годы значительно возрос спрос на специализированные клининговые услуги. Специфика системы качества клининговых предприятий обуславливает недостаточную разработанность важнейшего её элемента – системы документооборота. В работе рассмотрена специфика системы качества для клининговых предприятий, разработаны стандарты качества, которые в дальнейшем могут быть использованы в работе конкретного клинингового предприятия.

Ключевые слова и словосочетания: клининговая компания, система качества, клининговые услуги, технологическая карта, контроль качества.

FEATURES OF THE FORMATION OF A QUALITY SYSTEM IN CLEANING COMPANIES

T.A. Bozhok
bachelor of the 4nd year

I.A. Slesarchuk
professor, candidate of technical sciences, department of design and technology

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

In recent years significantly increased the demand for specialized cleaning services. The specificity of the system of quality cleaning companies leads to the underdevelopment of its most important element – a document management system. The paper discusses the specifics of the quality system for the cleaning enterprises, developed quality standards that can later be used in a specific cleaning company.

Keywords and phrases: cleaning company, quality system, cleaning services, manufacturing plan, quality control.

В современном обществе в условиях возникновения все большего числа различных предприятий, торговых и развлекательных центров, спортивных комплексов, офисов и т.д. спрос на специализированные клининговые услуги неуклонно возрастает. В частности, во Владивостоке сейчас насчитывается более 50 клининговых компаний.

Клининговая сфера – это особая область, которая связана с сохранением здоровья человека и сохранностью жилища и места работы. Неправильно подобранные химические средства для уборки помещений могут испортить не только ковровое покрытие или ламинат, но и принести вред самому человеку. В связи с этим на предприятиях клининга особое значение, как ни в какой другой отрасли ЖКХ, должно быть уделено системе качества.

Под системой качества понимают комплекс организационной структуры, процессов, процедур и ресурсов, необходимых для осуществления общего руководства качеством, содержащих документированные правила выполнения работ, формы и методы управления качеством, обеспечивающие соответствие продукции установленным требованиям [1]. Одним из наиболее важных и сложных вопросов при

внедрении и функционировании системы менеджмента качества, особенно для такой специфичной отрасли ЖКХ, как клининг, является документирование процессов.

Анализ имеющейся немногочисленной нормативной и специальной литературы по данному вопросу показал, что в настоящее время компании по клинингу руководствуются лишь единственным нормативным документом – ГОСТ Р 51870–2014 [2], устанавливающим общие технические условия к предоставлению услуг профессиональной уборки на различных объектах. Стандарты, содержащие конкретные показатели качества клининговых услуг в этой отрасли, пока не созданы. Специалисты клининговых компаний в настоящее время разрабатывают документы в произвольной форме в виде отдельных инструкций, без всестороннего учета процесса оказания услуг в целом, не позволяя объективно оценить качество. Вследствие этого чистоту каждый (работник и заказчик) воспринимает по-своему, что нередко приводит к конфликтам. Отсутствие единообразия, объективности и конкретности при разработке соответствующей документации создают серьезные проблемы в обеспечении качества клининговых услуг.

Главная сложность в формировании системы качества на клининговых предприятиях связана, главным образом, со специфичностью процесса клининга. Поэтому целью данной работы явилось проведение исследований по выявлению особенностей формирования системы качества в клининговых компаниях.

Для достижения данной цели решались следующие задачи:

- проанализировать особенности системы качества на клининговом предприятии;
- определить специфику стандартов качества для клининговой компании.

Анализ процесса создания и внедрения системы качества на клининговых предприятиях показал, что в основном эта схема отличается от типовой в составе и содержании блока документации.

На основе анализа информации были выявлены особенности документооборота, связанного с особенностями уборочного процесса на клининговом объекте:

- во-первых, это безопасность: применяются только такие профессиональные средства, материалы и оборудование, которые будут безопасны для человека, интерьера и оснащения помещения;
- во-вторых, объемы работ должны четко оговариваться в техническом задании на уборку помещений и оформляться подробной спецификацией;
- в-третьих, это своевременность: до начала работ на объекте должен быть определен график и периодичность уборки помещений, которого будет придерживаться клининговая компания в процессе оказания услуг;
- в-четвертых, на стандарты будет влиять качество выполняемых работ: до начала работ должны быть согласованы с клиентом критерии качества и способы контроля.

В соответствии с выявленными особенностями определен состав документации на каждом этапе процесса оказания клининговых услуг (рис.).

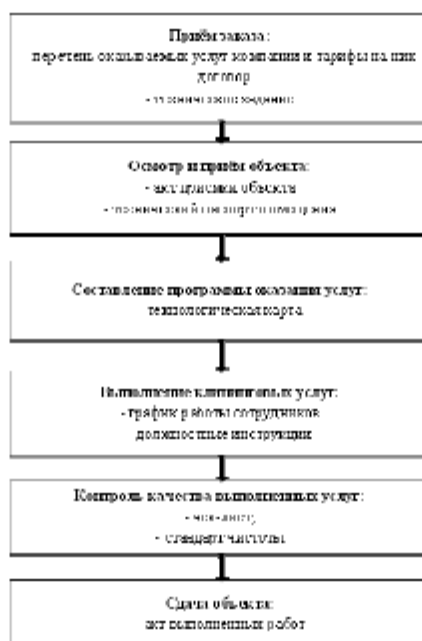


Рис. Состав документации на этапах процесса обслуживания в клининговых компаниях

На первом этапе, при приеме заказа, предложено использовать, помимо стандартных документов (договор и техническое задание) такую новую форму, как перечень оказываемых услуг компании и тарифы на них.

В разработанном документе клиент сможет выбрать перечень предоставляемых услуг в соответствии с приемлемым для него тарифом (эконом, стандарт, люкс).

В связи с отсутствием единой формы технического задания (в настоящий момент заказчик может изложить его в свободной форме), на этапе приема заказа предложено ввести стандартизированный бланк технического задания и внедрить его в клининговые компании (таблица).

Таблица

Фрагмент технического задания на оказание клининговых услуг

Офисы	Утро	День	1 раз	1 раз
	С 10.00	С 10 до 18	В месяц	В квартал
Сухая уборка коврового покрытия пылесосом или влажная уборка	+			
Вывоз мусора из мусорных корзин, в объеме, не превышающем 10 л с одного рабочего места		+		
Разовая замена мешка для мусора в корзине		+		
Удаление пыли и пятен с поверхности рабочих столов, свободной от бумаги	+			
Удаление пыли с мебели, с открытых поверхностей на высоте до 2-х метров			+	

При оказании клининговой услуги с целью исключения вредного взаимодействия с некоторыми химическими средствами и возможностью ущерба объекта должна быть обеспечена экологическая безопасность путем соблюдения установленных требований охраны окружающей среды, к чистоте и содержанию зданий, помещений и прилегающих территорий. В связи с этим важным документом при осмотре помещения служит технический паспорт, содержащий информацию о технических характеристиках подлежащих уборке мест.

Основным нормативным документом для осуществляемого процесса уборки служит технологическая карта, содержащая следующие сведения:

- наименование объекта;
- номер рабочего места (участка);
- время начала и окончания смены;
- дата разработки или введения в действие;
- время начала и окончания этапов работ;
- границы зон с одинаковыми методами уборки;
- применяемое оборудование;
- метод уборки;
- время уборки;
- химические средства, их расход и разведение;
- описание работ.

Контроль качества выполняемых услуг происходит с помощью чек-листа и стандартов чистоты. Чек-лист представляет собой разделенный по зонам подробный список предметов и элементов помещений, качество уборки которых необходимо проверить. Чек-листы в конце месяца должны подвергаться тщательному анализу для составления объективной оценки работы в целом.

Для того, чтобы объективно оценить качество выполненной услуги, разработаны стандарты чистоты для различных видов клининговых услуг. В документе указаны необходимые объективные показатели качества при проверке убранного объекта и допустимые отклонения от нормы.

На таких ответственных объектах, как детские сады, школы, предприятия общественного питания и т.п. к процессу уборки предъявляются более жесткие требования, согласованные с требованиями соответствующих СанПинов или СНИПов.

Таким образом, особенности системы качества для клининговых компаний связаны с разработкой стандартов качества, обеспечивающих сохранность имущества и здоровья людей. Стандарты качества должны быть дифференцированы в зависимости от вида деятельности организации-заказчика.

Полученные результаты будут использованы для разработки и внедрения системы качества клининговой компании г. Владивостока.

1. ГОСТ Р ИСО 9000–2015. Системы менеджмента качества – Основные положения и словарь. – М.: Стандартинформ, 2015. – 49 с.

2. ГОСТ Р 51870 – 2014 «Услуги профессиональной уборки – клининговые услуги. Общие технические условия». – М.: Стандартинформ, 2015. – 32 с.

Рубрика: Информационные технологии

УДК 339.138:004 (571.6)

ОПЫТ ПРИМЕНЕНИЯ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА В РЕГИОНАХ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

Ю.Э. Гаврилова
бакалавр, 3 курс

Н.А. Коноплева
профессор кафедры дизайна и технологий

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Россия, Владивосток*

Данная тема является актуальной, поскольку в настоящее время важным является повышение результативности управления социально-экономическим развитием территорий. Наиболее популярной современной управленческой технологией является региональный Интернет-маркетинг. Он представляет собой новейший инструмент управления развитием территорий. Его основными задачами являются: обеспечение открытости и доступности субъектов управления для потребителей ресурсов региона; осуществление мониторинга и своевременного анализа изменений, появившихся в регионе и за его пределами; координирование процессов управления; облегчение контроля.

Ключевые слова и словосочетания: имидж территории, интернет-маркетинг, региональный интернет-маркетинг, сайт города.

EXPERIENCE OF USING INTERNET MARKETING IN THE REGIONS: PROBLEMS AND DEVELOPMENT PROSPECTS

Yu.E. Gavrilova
bachelor, 3 year

O.N. Konopleva
Professor of the Department of Design and Technology

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

This topic is actual, because at present it is important to increase the effectiveness of managing the socio-economic development of the territories. The most popular modern management technology is regional E-Marketing. It is the newest tool for managing the development of territories. Its main tasks are: to ensure the openness and accessibility of governance entities for consumers of the region's resources; Monitoring and timely analysis of the changes that have emerged in the region and beyond; Coordination of management processes; Facilitate control.

Keywords and phrases: image of territory, E-Marketing, regional Internet marketing, city website.

В современной российской культуре активно развиваются информационные технологии, используемые в продвижении территориального имиджа и бренда. Одной из таких технологий является интернет-маркетинг

Объект исследования – Интернет-маркетинг.

Предмет исследования – опыт применения Интернет-маркетинга в регионах.

Целью исследования является изучение концепции регионального Интернет-маркетинга, освещение проблем и перспектив его развития.