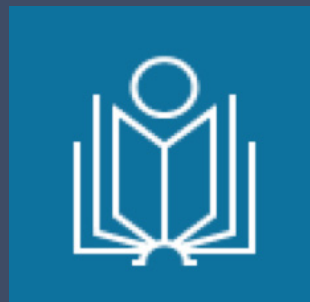


УНИВЕРЗИТЕТ „ГОЦЕ ДЕЛЧЕВ“ – ШТИП ЕКОНОМСКИ ФАКУЛТЕТ

УПРАВУВАЊЕ СО РАЗВОЈОТ
НА ЕКОНОМСКИТЕ
РЕГИОНАЛНИ СИСТЕМИ:
ЕВРОАЗИСКА ПЕРСПЕКТИВА
VI Меѓународна научна и
практична конференција



УПРАВЛЕНИЕ РАЗВИТИЕМ
ЭКОНОМИЧЕСКИХ И
РЕГИОНАЛЬНЫХ СИСТЕМ:
ЕВРАЗИЙСКАЯ ПЕРСПЕКТИВА
VI Международная научно-
практическая конференция



30-31 мај 2016 година,
Штип, Македонија
30-31 мая, 2016
Штип, Македония

ИЗДАВА / ИЗДАТЕЛЬ

Универзитет „Гоце Делчев“, Економски факултет, Штип, Република Македонија
Универзитет «Гоце Делчев», Экономический факультет, Штип, Македония

ОДГОВОРЕН УРЕДНИК / РЕДАКТОР

Проф. д-р Трајко Мицески

ГЛАВНИ УРЕДНИЦИ / ГЛАВНЫЕ РЕДАКТОРЫ

Доц. д-р Благоица Колева, Доц. д-р Елена Веселинова, доц. д-р Емилија Митева Кацарски

УРЕДУВАЧКИ ОДБОР / РЕДАКЦИЈА

Проф. д-р Трајко Мицески (Р. Македонија, претседател), Доц. д-р Љупчо Давчев (Р. Македонија), Доц. д-р Елена Веселинова (Р. Македонија), Доц. д-р Марија Гогова Самоников (Р. Македонија), Доц. д-р Тамара Јованов Марјанова (Р. Македонија), Доц. д-р Благоица Колева (Р. Македонија), Проф. д-р Александар Гачев (Р. Бугарија), Проф. д-р Јово Атељевиќ (Босна и Херцеговина), Проф. д-р Сузана Стефановиќ (Р. Србија), Проф. д-р Мехмет Билгин (Р. Турција), Проф. д-р Никос Хоурвоулиадес (Р. Грција), Доц. д-р Ольга Јаскина (Русија).

ОРГАНИЗАЦИОНЕН ОДБОР / ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ КОМИТЕТ

Проф. д-р Трајко Мицески, Проф. д-р Ристе Темјановски, Проф. д-р Круме Николовски, Проф. д-р Оливера Ѓоргиева – Трајковска, Проф. д-р Еленица Софијанова, Проф. д-р Јанка Димитрова, Доц. д-р Љупчо Давчев, Доц. д-р Елена Веселинова, Доц. д-р Марија Гогова – Самоников, Доц. д-р Тамара Јованов – Марјанова, Доц. д-р Емилија Митева – Кацарски, Доц. д-р Благоица Колева, Доц. д-р Стеван Габер, Доц. д-р Илија Груевски, Доц. д-р Дарко Лазаров, Проф. д-р Роман Власов, Доц. д-р Алена Позаженикова, Проф. д-р Ердоган Ѓунџуполат.

ЛЕКТУРА / КОРРЕКТУРА

Даница Гавриловска-Атанасовска

(македонски јазик)

Проф. д-р Костадин Голаков

(руски јазик)

ТЕХНИЧКО УРЕДУВАЊЕ / ТЕХНИЧЕСКИЙ РЕДАКТОР

Славе Димитров

Благој Михов

РЕДАКЦИЈА И АДМИНИСТРАЦИЈА / РЕДАКЦИОННЫЙ И АДМИНИСТРАЦИЯ

Универзитет „Гоце Делчев“ – Штип

Економски факултет

бул. „Крсте Мисирков“ бб

п.фак 201, 2000 Штип, Република Македонија

Универзитет «Гоце Делчев» - Штип

Экономический факультет

бул. «Крсте Мисирков» бб

п.фак 201, 2000 Штип, Македония

CIP - Каталогизација во публикација

Национална и универзитетска библиотека “Св. Климент Охридски”, Скопје

33(4+5)(062)

МЕЃУНАРОДНА научна и практична конференција Управување со развојот на економските регионални системи (6 ; 2016 ; Штип)

Управување со развојот на економските регионални системи :

Евроазиска перспектива / VI Меѓународна научна и практична конференција, 30-31 мај, 2016 година, Штип, Македонија = Управление

развитијем економических и региональных систем : Евроазийская

перспектива / VI Meždunarodnaja naučno-praktičeskaja konferencija, 30-31 maja, 2016, Štip, Makedonija. - Штип :

Универзитет Гоце Делчев = Штип = Универзитет Гоце Делчева, 2017. - 370 стр. : табели ; 25 см

Трудови на мак., и рус. јазик. - Библиографија кон трудовите

ISBN 978-608-244-374-4

I. Международная научно-практическая конференция Управление развитијем економических и региональных систем (6 ; 2016 ; Штип) види

Меѓународна научна и практична конференција Управување со развојот на економските регионални системи (6 ; 2016 ; Штип)

а) Економија - Развој - Европа - Азија - Собири

COBISS.MK-ID 102620938



«Высшая бизнес-школа» Омского государственного педагогического университета
(Россия, Омск)

Универзитет им. Гоце Делчева (Македонија, Штип)

“Higher Business School” OmSPU, Russia, Omsk

“Goce Delcev” University, Macedonia, Stip

Управление развитием экономических и региональных систем: Евразийская перспектива

Managing the development of economic and regional systems: an Eurasian perspective

VI Международная научно-практическая конференция

VI International scientific and practical conference

30-31 мая, 2016

Штип, Македонија

30-31 May, 2016

Stip, Macedonia



“Goce Delcev” University, 2016

“Higher Business School” OmSPU, Russia, Omsk

“Goce Delcev” University, Macedonia, Stip

VI International scientific and practical conference

Managing the development of economic and regional systems: an Eurasian perspective

30-31 May, 2016 Stip, Macedonia

“Высшая бизнес-школа” Омского государственного педагогического университета
(Россия, Омск)

Универзитет им. Гоце Делчева (Македонија, Штип)

VI Международная научно-практическая конференция

**Управление развитием экономических и региональных систем: Евразийская
перспектива**

30-31 мая, 2016 Штип, Македонија

„Висока бизнис школа“ Омск Државен педагошки универзитет (Русија, Омск)

Универзитет „Гоце Делчев“ (Македонија, Штип)

VI Меѓународна научна и практична конференција

**Управување на развојот на економските и регионалните системи: евроазиски
изгледи**

30-31 мај 2016 година, Штип, Македонија



СОДРЖИНА

Р.Г. Власов ЕВРАЗИЙСКОЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ПРОСТРАНСТВО: УПРАВЛЕНИЕ РЕГИОНАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИМИ СИСТЕМАМИ, ГЕОЭКОНОМИЧЕСКИЕ ВЫЗОВЫ, МОДЕЛИРОВАНИЕ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ	12
Ю.Л. Муравьев ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПРОМЫШЛЕННАЯ ПОЛИТИКА КАК ОСНОВНОЕ УСЛОВИЕ ПРЕОДОЛЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО КРИЗИСА В РОССИИ.....	28
М.Л.Калужский ГОРИЗОНТЫ РОССИЙСКО-МАКЕДОНСКИХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СВЯЗЕЙ В СЕТЕВОЙ ЭКОНОМИКЕ.....	35
Ю.В.Крупенич,Н.Ю.Симонова ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ГОСУДАРСТВЕННО- ЧАСТНОГО ПАРТНЕРСТВА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ.....	43
А.А. Сапунков ПРЕПЯТСТВИЯ РАЗВИТИЮ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РОССИИ (ОПЫТ СУДЕБНОЙ РЕФОРМЫ II-ОЙ ПОЛОВИНЫ XIX ВЕКА, КАК ПРИМЕР ПРЕОДОЛЕНИЯ ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОЙ ОТСТАЛОСТИ).....	49
Ю.С. Попова АНАЛИЗ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РОССИЙСКИХ БАНКОВ НА РЫНКЕ КРЕДИТОВАНИЯ КРЕДИТНЫМИ КАРТАМИ	55
Т.Miceski, E.Veselinova СИГНАЛИЗАРАЊЕТО НА НАТАЛИТЕТОТ И ОЧЕКУВАНОТО ТРАЕЊЕ НА ЖИВОТОТ ВО Р.МАКЕДОНИЈА И РУСИЈА ЗА КРЕИРАЊЕТО НА СТРАТЕГИЈА ЗА РАЗВОЈ НА ЧОВЕЧКИТЕ РЕСУРСИ.....	60
Riste Temjanovski TRANSPORT INFRASTRUCTURE AND NEW GEO-ECONOMIC AND GEOPOLITICS CONTOURS: LINKS OR GAPS.....	71
А.А. Желомко МЕДИАЦИЈА В КОНФРОНТАЦИОННОМ МЕНЕДЖМЕНТЕ И РАЗВИТИЕ МЕДИАЦИОННОЙ КОМПЕТЕНТНОСТИ УПРАВЛЕНЦА.....	80
О.А. Яскина, Н.С. Сосименко,Е.Н. Арбузова ИННОВАЦИОННАЯ МОДЕЛЬ СИСТЕМЫ ПОДГОТОВКИ КАДРОВ ДЛЯ УПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЕМ БИЗНЕСА НА ПРИМЕРЕ ВЫСШЕЙ БИЗНЕС-ШКОЛЫ ОМГПУ.....	84
Е.Д. Ветчинкина, Р.Г. Власов СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ ОБУЧЕНИЕМ И РАЗВИТИЕМ ПЕРСОНАЛА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ОБОРОННО- ПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА.....	89



М.Н.Гребенщикова МОТИВАЦИОННАЯ СРЕДА КАК УСЛОВИЕ РАЗВИТИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ АКТИВНОСТИ ПЕДАГОГОВ.....	95
Ю. П. Денисов ИМИДЖ СОВРЕМЕННОГО ВУЗА В КИБЕРПРОСТРАНСТВЕ КАК ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ.....	103
А.Г. Гусев, А.А.Желомко ПРОБЛЕМЫ ОЦЕНКИ ПЕРСОНАЛА В НОВЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ УСЛОВИЯХ РОССИИ.....	109
А.А. Димитрюк К ВОПРОСУ О СТРАТЕГИЧЕСКОМ УПРАВЛЕНИИ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ ПРЕДПРИЯТИЯ.....	114
Д.Н.Исаенко МОТИВАЦИЯ СОТРУДНИКОВ CALL-ЦЕНТРА ПАО «РОСТЕЛЕКОМ».....	118
Л.П. Берестовская ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ И ФОРМЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫМ КОМПЛЕКСОМ МАЛОГО ГОРОДА ЕВРАЗИЙСКОГО ПРОСТРАНСТВА	123
О.А. Яскина ИММАНЕНТНОСТЬ БИЗНЕС-ОБРАЗОВАНИЯ НА ЕВРАЗИЙСКОМ ПРОСТРАНСТВЕ КАК ГЛОБАЛЬНАЯ ПАРАДИГМА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ МОДЕЛИ.....	127
Elenica Sofijanova, Tamara Jovanov Marjanova, Davcev, Ljupco COMMITMENT AND POLICY TO QUALITY.....	131
D. Lazarov, M. Kocovski, N. Stojkovic ПРЕМОСТУВАЊЕ НА ЈАЗОТ ПОМЕЃУ ИНДУСТРИЈАТА И АКАДЕМИЈАТА: КОНЦЕПТУАЛНА АНАЛИЗА СО ПОСЕБЕН ОСВРТ НА СЛУЧАЈОТ НА МАКЕДОНИЈА.....	136
А.В. Посаженикова ИНСТИТУТЫ РЕГИОНАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ – ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СИСТЕМА ЕВРАЗИЙСКОГО ПРОСТРАНСТВА КАК ИМПУЛЬС НЕО- ИНДУСТРИАЛИЗАЦИИ.....	143
Ю.В. Куприянов МЕТОДЫ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ПЛАНИРОВАНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ БИЗНЕС-СИСТЕМЫ.....	150
Н.Ю.Симонова ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ РАЗВИТИЯ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СУБЪЕКТАХ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ.....	160
М.А. Драчук СИСТЕМА ЛОКАЛЬНЫХ НОРМАТИВНЫХ АКТОВ: ВОЗМОЖНОСТИ РАБОТОДАТЕЛЯ И ТРЕБОВАНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА.....	166
А.В. Шастин, А.В. Посаженикова ИНСТИТУТЫ РАЗВИТИЯ В УСЛОВИЯХ ДОГОНЯЮЩЕЙ ЭКОНОМИКИ.....	170



В.В. Проскурин, V.V. Proskurin МЕТОДИЧЕСКИЕ ИНСТРУМЕНТЫ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО КОНСУЛЬТИРОВАНИЯ.....	175
А.Н. Романова СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ И ЕГО ПРИНЦИПЫ	177
А.В.Биньковская, Е.В. Иванова ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОЕ ПАРТНЕРСТВО КАК ФОРМА ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ БИЗНЕСА И ВЛАСТИ В РЕГИОНЕ.....	182
Г.Н. Галаганова, Е.В. Иванова СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ В СОВРЕМЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ.....	187
О.Н.Горбунова, Р.Г. Власов МЕТОДИКА ФОРМИРОВАНИЯ ПРОГРАММ РАЗВИТИЯ МУНИЦИПАЛЬНЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ.....	194
С.Ю. Гуца ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИНДУСТРИИ EVENT-МАРКЕТИНГА.....	198
Н.Н. Каштанов РАЗРАБОТКА МЕТОДИКИ РЕЙТИНГОВОЙ ОЦЕНКИ РЕГИОНАЛЬНОГО РЫНКА ТУРИСТСКИХ УСЛУГ (НА ПРИМЕРЕ ОМСКОЙ ОБЛАСТИ).....	202
Н.Н. Каштанов, Ю.Л. Муравьев ОСОБЕННОСТИ РИСКОВ В СФЕРЕ ТУРИСТСКИХ УСЛУГ.....	208
В. В. Лазуткин ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ.....	212
Т.В. Лалетина ПРИЕМЫ НЕЙРОЛИНГВИСТИЧЕСКОГО ПРОГРАММИРОВАНИЯ В РЕКЛАМЕ.....	216
К. Р. Магомадова МЕТОДИКА ВЫБОРА СТРАТЕГИИ АНТИКРИЗИСНОГО УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ.....	220
А. С. Селезнева ИСКУССТВО УПРАВЛЕНИЯ И ЕГО ВОЗДЕЙСТВИЕ НА СОЦИАЛЬНЫЙ ОБЪЕКТ.....	226
Д.С.Толеубаева,Т.Ю. Волгина КЛЮЧЕВЫЕ ФАКТОРЫ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ЭКОНОМИКИ ЗНАНИЙ	230
И.А. Хмелев ВОССТАНОВЛЕНИЕ АВТОМОБИЛЬНЫХ ЗАПЧАСТЕЙ, И РЕЭКПОРТ НЕЛИКВИДНОЙ ПРОДУКЦИИ КАК ЭФФЕКТИВНЫЙ СПОСОБ ПОВЫШЕНИЯ УСТОЙЧИВОСТИ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ СТРУКТУРЫ НА АВТОМОБИЛЬНОМ РЫНКЕ УСЛУГ АВТОСЕРВИСА.....	234
А.О. Дашковская ОСОБЕННОСТИ КЛАССИФИКАЦИИ КРЕДИТОВАНИЯ ФИЗИЧЕСКИХ ЛИЦ КОММЕРЧЕСКИМИ БАНКАМИ.....	238
А.М. Курманова, Н.Ю. Симонова РАЗВИТИЕ РЫНКА МИКРОФИНАНСОВЫХ УСЛУГ	242



А.С. Суворова, Н.Ю.Симонова АНАЛИЗ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ.....	246
А.А. Брычкова, Р.Г. Власов УПРАВЛЕНИЕ И ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОЦЕССОВ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ ПРОИЗВОДСТВЕННО-КОММЕРЧЕСКОГО ПРЕДПРИЯТИЯ В КРИЗИСНОЙ СИТУАЦИИ НА ПРИМЕРЕ ООО «СибЭК».....	250
А.В. Семенов МОДЕЛИ ПРИНЯТИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ ДЛЯ РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА, ПОИСК ОПТИМАЛЬНОЙ МОДЕЛИ.....	254
В.Н. Зарубина, Р.Г. Власов АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ РЫНКА КРЕДИТНЫХ КАРТ НА ПРИМЕРЕ КРУПНЫХ БАНКОВ. ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА КРЕДИТНЫХ КАРТ В РОССИИ.....	259
Т.В. Игнатъева СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА НА ПРИМЕРЕ ОТРАСЛЕВОЙ ДИВЕРСИФИКАЦИИ АКЦИОНЕРНОГО ОБЩЕСТВА «ОСНОВА ХОЛДИНГ».....	265
Е.М. Кузнецова КОММУНИКАТИВНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ВИРТУАЛЬНОЙ БИЗНЕС-СРЕДЫ РОССИЙСКОГО РЫНКА.....	270
А.И. Никитина ТЕХНОЛОГИИ И ИНСТРУМЕНТЫ МОДЕЛИРОВАНИЯ КОММУНИКАЦИЙ СРЕДЫ РАЗВИТИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ЦЕНТРА С ВНЕШНЕЙ СРЕДОЙ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ.....	274
Н.В. Лисникова МЕХАНИЗМЫ ФОРМИРОВАНИЯ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ЦЕНТРА ЧЕРЕЗ ТЕХНОЛОГИИ УПРАВЛЕНИЯ ИЗМЕНЕНИЯМИ, ГЕНЕРИРУЕМЫМИ СИСТЕМОЙ ОТРАСЛЕВОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ.....	280
С.Ю. Зяблова СТРАТЕГИЯ УПРАВЛЕНИЯ ВНУТРЕННЕЙ СРЕДОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ В УСЛОВИЯХ ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫХ ИЗМЕНЕНИЙ.....	284
А.В. Шастин ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МЕТОДОВ ПРОЕКТНОГО УПРАВЛЕНИЯ В АГРОПРОМЫШЛЕННЫХ КЛАСТЕРАХ.....	289
Emilija Miteva-Kacarski ANALYSIS OF THE TRADE RELATIONS BETWEEN THE REPUBLIC OF MACEDONIA AND RUSSIA.....	298
Е. Veselinova, М. Gogova Samonikov СТРАТЕГИСКИ ФАКТОРИ НА КАПИТАЛОТ НА БРЕНДОТ.....	306
О. Gjorgieva-Trajkovska, В. Koleva, V. Georgieva Svrtinov ВЛИЈАНИЕТО НА ГЛОБАЛИЗАЦИЈАТА ВРЗ СМЕТКОВОДСТВОТО	314
В. Koleva, О. Gjorgieva-Trajkovska, V. GeorgievaSvrtinov ПРЕДИЗВИЦИ НА МЕНАџЕРСКОТО СМЕТКОВОДСТВО ВО УСЛОВИ НА ГЛОБАЛИЗАЦИЈА	318



J. Dimitrova ПРИДОНЕСОТ НА РЕВИЗИЈАТА И РЕВИЗОРСКИТЕ ИЗВЕШТАИ КОН ПОДИГАЊЕ НА КВАЛИТЕТОТ НА ФИНАНСИСКОТО ИЗВЕСТУВАЊЕ И КОН ЗГОЛЕМУВАЊЕ НА МЕЃУНАРОДНОТО ДВИЖЕЊЕ НА КАПИТАЛ.....	324
M.Gogova Samonikov, E. Veselinova МЕНАЦИРАЊЕТО СО Е-ФИНАНСИИТЕ КАКО ПРЕДИЗВИК ПРЕД МАКЕДОНСКАТА И РУСКАТА ЕКОНОМИЈА.....	332
K. Fotova Cikovik ,R. Fotov ВЛЕЗ НА СТРАНСКИ КАПИТАЛ ВО БАНКАРСКИОТ СЕКТОР: АРГУМЕНТИ ЗА И ПРОТИВ.....	338
I. Gruevski, S. Gaber ДАНОЧНИТЕ ТРЕТМАНИ НА ПРИВАТНИТЕ ПЕНЗИСКИ ФОНДОВИ.....	349
V. Vasileva, O. Gjorgieva-Trajkovska ВЛИЈАНИЕТО НА ГЛОБАЛИЗАЦИЈАТА ВРЗ КРЕДИТНИОТ РИЗИК	359
Даница Стојановска КРЕИРАЊЕ И ИМПЛЕМЕНТАЦИЈА НА СТРАТЕГИИ ВО ИТАЛИЈАНСКИОТ МАЛ БИЗНИС СПОРЕДБЕНО СО МАЛИОТ БИЗНИС ВО МАКЕДОНИЈА.....	364



УДК: 338.487:303.43(571.13)

Н.Н. Каштанов

Омский государственный педагогический университет, Высшая бизнес-школа, магистрант

N.N. Kashtanov

Omsk State Pedagogical University, Higher Business School, undergraduate

РАЗРАБОТКА МЕТОДИКИ РЕЙТИНГОВОЙ ОЦЕНКИ РЕГИОНАЛЬНОГО РЫНКА ТУРИСТСКИХ УСЛУГ (НА ПРИМЕРЕ ОМСКОЙ ОБЛАСТИ)

В настоящее время на рынке туристских услуг Омского региона наблюдается превышения предложения услуг над спросом на них. Это связано с общим снижением благосостояния населения. Тем не менее, в регионе действуют большое количество туристских организаций, предлагающих схожие турпродукты по различным ценам. Разброс цен достаточно велик, так как зависит от качества предлагаемых услуг и от того, работает ли компания, представляя интересы крупного туроператора или как мелкий туристический агент.

Ключевые слова: рынок, рейтинговая оценка, методика, туризм, исследование, формула, расчет.

DEVELOPMENT OF METHODOLOGY FOR RATING THE REGIONAL TOURISM MARKET (FOR EXAMPLE, THE OMSK REGION)

Currently on the market of tourist services Omsk region observed excess of supply over demand of services to them. This is due to the general decline in welfare. Nevertheless, the region has a large number of tourist organizations offering similar tourism products at different prices. Price dispersion is large enough, as it depends on the quality of services offered and on whether the company, representing the interests of a large tour operator or travel agent as a fine.

Keywords: market, rating, technique, tourism, research, formula calculation.

Отметим, что на рынке Омского региона зарегистрировано более 250 туристских агентств. По мере роста количества туристских агентств, за последние 5 лет широко внедряются на рынок туроператоры, что соответственно создает большую конкуренцию для мелких туристских фирм.

На туристском рынке Омского региона две трети турагентств работают по принципу «абы продать», и сегодня на туристском рынке, по мнению Владимира Руднева (директор турагентства «Натали Турс») есть только один маркетинговый инструмент – скидка, но большая скидка – это сто процентов «черная схема»: потребитель покупает непонятно что. В процессе работы, министерство физической культуры, спорта и туризма, планирует изменить Реестр туристских агентств региона, размещенный на туристском портале Омской области, и включить в него только те компании, которые когда-либо проходили сертификацию своих услуг, либо которые сделают это сегодня на добровольной основе. Сейчас этот список, в который раньше входили все турагентства региона, уже сокращен на треть.

В России не существует официального способа измерения туристского рынка. Тем более рынков региональных.

Цель исследования: нами предлагается определять рейтинговую оценку туристских компаний, используя следующие основные положения:

- 1) Определять рейтинговую оценку на основе опроса.
- 2) Рейтинг состоит из двух частей: профессиональный рейтинг (по оценке конкурентов) и потребительский рейтинг (по оценке непосредственно потребителей туристских услуг). Предполагается так же, что потребительский рейтинг состоит из двух составляющих: рейтинга известности и рейтинга доверия.

Методы исследования: предлагается использовать следующие типы опросов: экспертный опрос руководителей туристских компаний; опрос рядовых сотрудников туристских компаний; опрос реальных и потенциальных потребителей регионального рынка туруслуг.

Методика расчета результатов предполагает определение следующих показателей:

1. Баллы. Сумма баллов рассчитывалась по количеству упоминаний экспертом компании в качестве лидера рынка. За присуждение компании первого места начислялось 5 баллов, второго – 4 балла, третьего – 3 балла, четвертого – 2 балла и пятого – 1 балла.



2. Процент голосов – процент упоминаний экспертами данной компании в числе 5-ти лучших компаний туристического рынка Омска.

3. Комплексный рейтинг, определяемый как средневзвешенная от профессионального и потребительского рейтингов, полученных в ходе опроса.

Для апробации предлагаемой методики в марте-апреле 2011 года проведено комплексное маркетинговое исследование туристского рынка города Омска. Основной задачей исследования было формирование рейтинга туристских компаний Омска.

Для достижения большей объективности, был построен рейтинг на основании опросов его участников с двух сторон: во-первых, это потребители, реальные и потенциальные клиенты туркомпаний Омска, во-вторых, – экспертное сообщество, менеджмент самих омских компаний, способный дать оценку себе и конкурентам.

Также учтены мнения рядовых сотрудников туристских компаний, которым изнутри процесса хотя и не видно всего рынка, но некоторые детали реально происходящего на нем более заметны.

В результате работ по созданию Омского туристского рейтинга, проведены следующие виды исследований:

- Экспертный опрос руководителей туристских компаний Омска. Метод проведения исследования – телефонный опрос, личное полужформализованное интервью. Длительность – 35-40 минут. Всего опрошено 80 экспертов.

- Опрос рядовых сотрудников туристских компаний Омска. Метод – телефонный опрос, личное формализованное интервью. Длительность – 10-15 минут. Всего опрошено 100 человек, работающих в разных туристских компаниях.

- Опрос реальных и потенциальных потребителей Омского рынка туруслуг. В качестве респондентов отбирались жители Омска в возрасте от 20 до 45 лет, относящиеся по категории дохода к классам нижней средней и выше, проводившие свои отпуска вне Омска как минимум один раз в последние три года, или планирующие отправиться на отдых в течение 2011 года.

При опросе соблюдалась половозрастная и географическая выборка (по районам города), репрезентативная для населения Омска в целом. Всего опрошено 300 человек. Метод опроса – телефонное полужформализованное интервью. Длительность опроса – около 30 минут.

Таблица 1. Профессиональный рейтинг туристских компаний Омска-2011 (по оценкам экспертов-участников рынка)

Место	Компания	Сумма баллов	% голосов
1	Три кита	120	53,6%
2	Велл (НойеВельт)	99	43,5%
3	Омсктур	98	39,1%
4	Летур	83	37,7%
5	Визави-Тур	80	31,9%
6	Пять звезд	70	34,8%
7	Пегас-туристик	68	23,2%
8	Магазин горящих путевок	37	15,9%
9	Натали-тур	27	14,5%
10-11	Евразия-тур	26	13,0%
10-11	Тез-тур	26	14,5:
12	Корал-трэвел	22	10,1%
13	Компас-М	13	7,2%
14-15	Магнолия	11	5,8%
14-15	Мистер Фогг	11	4,3%
16-17	Музенидис Трэвел Омск	10	4,3%
16-17	Омскавиатур	10	5,8%
18	Интурист	9	4,3%
19-20	Вокруг света	8	7,2%
19-20	Омск-курорт	8	2,9%



Безусловным лидером рейтинга стала компания «Три кита». Стоит отметить, что эксперты обязательно упоминали эту компанию и в числе первой тройки по любым направлениям отдыха. Тогда как другие участники Топ-5 имеют более выраженную географическую специализацию – компания «Велл» лидирует по направлению Европа, «Летур» называют первым по Турции и Египту, «Омсктур» более специализируется по отдыху в Омской области.

Таблица 2. Рейтинг известности туристских компаний Омска среди населения города в 2011 г.

Место	Компания	Сумма баллов	% голосов
1	Три кита	585	55,7%
2	Летур	579	54,4%
3	Пять звезд	330	39,7%
4	Вокруг света	312	34,3%
5	Велл (НойеВельт)	279	37,0%
6	Омсктур	237	25,5%
7	Магазин горящих путевок	210	25,5%
8	Горячие туры	171	22,9%
9	Компас М	150	22,9%
10	Визави-Тур	138	21,5%
11	Бест-грэвел	120	14,1%
12	Евразия-тур	117	16,1%
13	Глобал-тур	114	20,2%
14	Реал-тур	105	16,1%
15	Джей-энд-эс	96	16,1%
16	Ница	93	16,3%
17-18	Апельсин	87	12,1%
17-18	За тридевять земель	87	10,1%
19	Времена года	84	14,1%
20	Пирамида	78	9,4%

Лидеры среди узнаваемости населением – туристские компании «Три кита» и «Летур». Причем «Три кита» в общей узнаваемости обгоняют ветерана омского туррынка на 1,5%, при спонтанном же воспоминании о компаниях, эта разница увеличивается до 6%.

Остальные компании, попавшие в Топ-5, отстают от лидеров на 15% и более.

Всего же из более 250-ти компаний, действующих сейчас на туристском рынке Омска, их потенциальные клиенты узнают названия только чуть более 30-ти компаний. Остальные остаются неизвестными.

Таблица 3. Рейтинг доверия туристским компаниям Омска среди населения города в 2011 г.

Место	Компания	Сумма баллов	% голосов
1	Три Кита	92	10,2%
2	Летур	90	8,9%
3	Вокруг света	49	5,1%
4-5	Пять звезд	46	5,1%
4-5	Пегас туристик	46	4,4%
6-7	Омсктур	41	3,8%
6-7	Велл (НойеВельт)	39	3,8%
8-9	Горячие туры	28	3,2%
8-9	Элиз	28	2,6%
10	Элит-тур	26	0,6%
11-12	Магазин горящих путевок	23	3,2%



11-12	Евразия-тур	21	1,9%
13-15	За тридeвять земель	18	2,6%
13-15	Компас М	18	1,9%
13-15	Ницца	18	1,9%
16	Магазин путешествий	15	1,9%
17-18	Бест-трэвел	14	0,6%
17-18	Визави	13	1,9%
19-20	Глобал-тур	10	1,2%
19-20	Джей-энд-эс	10	1,2%

По данным опроса хотя бы однажды за помощью в организации отдыха в омские турагентства обращались около 60% омичей, проводящих свой отпуск вне дома. Причем 90% из них не остались разочарованными и планируют вновь прибегнуть к услугам омских турфирм. Однако реальные показатели рейтинга доверия, складывающегося на основании опыта сотрудничества туристов с организаторами их отдыха, в разы меньше, чем в рейтинге известности.

По данным всех трех рейтингов, в 2011 году безусловным лидером омского туристского рынка является компания «Три кита». Однако необходимо учесть, что рейтинги не равноценны, так как, например, рейтинг известности менее значим, чем рейтинг доверия, а мнение профессиональных участников рынка представляется нам более важным (в силу их большей информированности), чем мнение потребителей, относительно надежности той или иной компании.

Нами предлагается следующая формула для определения конечного рейтинга компаний:

$$R = 0,45R1 + 0,2 R2 + 0,35 R3 (1)$$

где:

R – общий рейтинг фирмы;

R1 – профессиональный рейтинг;

R2 – рейтинг известности;

R3 – рейтинг доверия.

Отметим, что веса рейтингов определялись путем опроса экспертов (руководителей туркомпаний) методом Дельфи.

При использовании формулы 1, получается следующая таблица общих рейтингов туристских компаний Омского региона.

Таблица 4. Общий рейтинг туристских агентств Омской области в 2011 году

Компания	R1	R2	R3	R	Место в рейтинге
Три кита	120	585	92	203,2	1
Летур	83	579	90	184,65	2
Велл (НойеВельт)	99	279	39	114	3
Пять звезд	70	330	46	113,6	4
Омсктур	98	237	41	105,85	5
Вокруг света	8	312	49	83,15	6
Визави-Тур	80	138	13	68,15	7
Магазин горящих путевок	37	210	23	66,7	8
Пегас-туристик	68	0	46	46,7	9
Горячие туры	0	171	28	44	10
Евразия-тур	26	117	21	42,45	11
Компас-М	13	150	18	42,15	12
Бест-трэвел	0	120	14	28,9	13



Глобал-тур	0	114	10	26,3	14
Ница	0	93	18	24,9	15
За тридевет земель	0	87	18	23,7	16
Евразия-тур	0	117	0	23,4	17
Джей-энд-эс	0	96	10	22,7	18
Реал-тур	0	105	0	21	19
Апельсин	0	87	0	17,4	20
Времена года	0	84	0	16,8	21
Пирамида	0	78	0	15,6	22
Натали-тур	27	0	0	12,15	23
Тез-тур	26	0	0	11,7	24
Корал-трэвел	22	0	0	9,9	25
Элиз	0	0	28	9,8	26
Элит-тур	0	0	26	9,1	27
Магазин путешествий	0	0	15	5,25	28
Магнолия	11	0	0	4,95	29
Мистер Фогг	11	0	0	4,95	30
Музенидис Омск	10	0	0	4,5	31
Омскавиатур	10	0	0	4,5	32
Интурист	9	0	0	4,05	33
Омск-курорт	8	0	0	3,6	34

Таким образом, согласно проведенного исследования, лидерами рейтинга стали фирмы «Три кита» и «Летур», остальные турфирмы региона значительно отстают.

По оценкам экспертов, добиться этих результатов лидерам помогла активная рекламная политика и тактика охвата всех без исключения туристских направлений. Например, «Три кита» и по оценкам населения, и по оценкам специалистов вошли в тройку лидеров по рекламной активности в этом году, что также помогает компании удерживать лидирующие позиции на рынке.

Компании «Летур» сохранять второе место позволяет, прежде всего, самый длительный опыт работы на омском рынке. За годы существования компании она заработала себе стабильно положительную репутацию и базу лояльных клиентов, позволяющую ей в рейтингах от населения заметно опережать большинство более молодых и порой более агрессивных конкурентов. Хотя по оценкам экспертов, компания уже несколько утратила свои позиции.

Сотрудники туристских фирм в своей оценке лидеров рынка в целом более солидарны с мнением экспертов. Однако они считают все более привлекательными – как с точки зрения работы с клиентами, так и со стороны организации условий труда для сотрудников – омские представительства ведущих российских туроператоров – «Пегас-туристик», «Тез-тур» и другим. Но и они в 2011 году отдали первое место в своем рейтинге компании «Три кита».

В целом можно сказать, что предложенная методика определения рейтинга на основе опроса может быть использована на практике, при относительной простоте, публикация регулярных рейтингов фирм региона поможет более объективно оценивать реальное положение дел в туристском бизнесе региона, имеет и практическое значение, так как потребители смогут более объективно выбирать поставщика туристских услуг.



Список литературы:

1. Российский союз туриндустрии. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.rustourunion.ru/pages/rus/gor/dlya_profi/statistika/
2. Федеральная служба государственной статистики. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.gks.ru/>
4. Прайм. Агентство экономической информации. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.1prime.ru/>
5. РБК.research. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://research.rbc.ru/>