

Издательство "Научная книга"
Кафедра «Управление строительством» ВГАСУ

Журнал зарегистрирован в Федеральной службе по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций
ПИН N ТУ 36-00204 от 26 мая 2011 г.
ISSN 2223-0432

Журнал выходит четыре раза в год

ЭКОНОМИКА И МЕНЕДЖМЕНТ СИСТЕМ УПРАВЛЕНИЯ

Научно-прикладный журнал

Главный редактор – **Кравец О.Я.**, д-р техн. наук, профессор (Воронеж)
Зам. главного редактора – **Толстых Т.О.**, д-р экон. наук, профессор (Воронеж)
Зам. главного редактора – **Баркалов С.А.**, д-р техн. наук, профессор (Воронеж)
Ответственный секретарь – **Аверина Т.А.**, (Воронеж)

РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ

Богатырёв В.Д., д-р экон. наук, профессор (Самара)
Бурков В.Н., д-р техн. наук, профессор (Москва)
Вертакова Ю.В., д-р экон. наук, профессор (Курск)
Владимирова И.Л., д-р экон. наук, профессор (Москва)
Гераськин М.Н., д-р экон. наук, профессор (Самара)
Курочка П.Н., д-р техн. наук, профессор (Воронеж)
Петрова М.Б., д-р экон. наук, профессор (Вологда)
Спирская Е.В., д-р экон. наук, профессор (Орел)
Спиркина Н.В., д-р экон. наук, профессор (Воронеж)
Чершкова А.А., д-р экон. наук, профессор (Старый Оскол)
Чиркова М.Б., д-р экон. наук, профессор (Воронеж)

Дизайн обложки – **С.А.Кравец**

На основании заключения Президиума Высшей аттестационной комиссии Минобрнауки России от 25 мая 2012 года N22/49 журнал "Экономика и менеджмент систем управления" включен в Перечень российских рецензируемых научных журналов, в которых должны быть опубликованы основные научные результаты диссертаций на соискание ученых степеней доктора и кандидата наук.

Статьи, поступающие в редакцию, рецензируются. За достоверность сведений, изложенных в статьях, ответственность несут авторы публикаций. Мнение редакции может не совпадать с мнением авторов материалов. При перепечатке ссылка на журнал обязательна.

Правила для авторов доступны на сайте журнала <http://www.sbook.ru/emtsu>

Адрес редакции:
394077 Воронеж, ул. 60-й Армии, д. 25, комн. 120 Телефон: (473)2667653
Факс: (473)2661253 авт
E-mail: emtsu@bk.ru
<http://www.sbook.ru/emtsu>

Подписной индекс в объединенном каталоге «Пресса России» - 43054
Издатель и издатель: ООО Издательство "Научная книга"
<http://www.sbook.ru>

Отпечатано с готового оригинал-макета в ООО "Цифровая полиграфия"
394036, г. Воронеж, ул.Ф.Энгельса, 52, тел.: (473) 261-03-61

Подписано в печать 12.01.2013. Заказ 0791. Тираж 1000. Усл. печ. л. 5.2

Свободная цена

© Экономика и менеджмент систем управления, 2013

Содержание

Бабаджанян Д.К. Управление эффективностью социальной ответственностью бизнеса.....	232
Верхотуров Д.А., Конвисарова Е.В., Спевак Е.Г. Методический подход к расчету субсидий на финансирование дорожного хозяйства муниципальных образований региона в целях развития туризма	238
Краус Е.Н., Краус Н.Н. Инновационные инструменты управления маркетингом малого торгового бизнеса в системной модернизации экономики Украины.....	243
Лукошкина Т.И., Дейнега В.Н. SWOT-анализ как инструмент стратегического планирования предприятий винодельческой промышленности.....	250
Образцов А.С. Повышение эффективности управления российской банковской системой: анализ и перспективы	256
Пономаренко Д.О. Анализ особенностей управленческого учета в гостиничном холдинге	263
Устименко О.А. Пути повышения качества спортивно-оздоровительных услуг в дальневосточном регионе	270
Хапаев И.Б. Современные особенности управления аграрным сектором в Карачаево-Черкесской республике	277
Цимберов Д.М., Фитерер Д.В. Методика минимизации потерь нефтепродуктов при управлении обеспечением пространственно распределенных объектов	284
Цоллер С.В. К вопросу о взаимодействии органов государственного управления Оренбургской области с менеджментом регионального банка	290
Щербакова Т.А., Дамирчари М.Р. Инвестиционная политика Ростовской области: эффективность реализации, приоритетные направления.....	298
Правила для авторов.....	310
Издательство "Научная книга".....	311

Подписной индекс журнала «Экономика и менеджмент систем управления» в объединенном каталоге «Пресса России» - 43054

выделить отдельным разделом движения, конечная цель которых – получение или предоставление финансирования – потоки средств, которые связаны с поддержанием целостности и структурированности холдинга. Аналог данного показателя в западной литературе носит название Free Cash Flow (Свободный денежный поток). При этом выделенные/предоставленные финансирование может обеспечиваться различными способами: займы, оказание виртуальных услуг и т.д.

Список использованных источников

1. Приказ Минфина РФ от 6 июля 1999 года №43н Положение по бухгалтерскому учету 4/99 «Бухгалтерская отчетность организации».
2. Бланк И.А. Финансовый менеджмент: Учебный курс. – Киев: Ника-Центр, 1999 – 831 с.
3. Аткинсон Э.А., Банкер Р.Д., Каплан Р.С. Управленческий учет. – М., 2006.

Устименко О.А.

ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА СПОРТИВНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНЫХ УСЛУГ В ДАЛЬНЕВОСТОЧНОМ РЕГИОНЕ

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
kven3068@mail.ru*

В настоящее время, переход от плановой экономики к рынку, не оставляет шансов на ошибку при инвестировании средств, тем более такого затратного как спортивно-оздоровительное хозяйство. Следовательно, разрабатываемые стратегии, должны быть научно обоснованы и иметь вектор, направленный на устойчивое развитие. Дальневосточный регион – это территория в определенных границах, обусловленных географическим положением и статусом островного региона со схожими характеристиками ландшафта, рельефа, климата, флоры и фауны. Дальневосточный регион обладает разнообразными туристскими ресурсами, способными быть вовлеченными в спортивно-оздоровительный комплекс региона.

Спортивно-оздоровительные услуги должны развиваться и на территориях островов Большой и Малой Курильской гряды. Для организации летнего отдыха по климатическим условиям наиболее благоприятными являются районы Западного побережья и Западно-Сахалинских гор (за исключением высокогорной части), юго-западное побережье, юг Камышового хребта, Западное побережье Тонно-Анивского полуострова и Тымовская долина. Обширная продолжительность комфортного периода рекреации в среднем составляет 190 дней (летний и зимний период в совокупности), что определяет целесообразность использования отдельных районов области по условиям климата для организации массовых видов зон для проведения спортивно-оздоровительных мероприятий¹.

¹ Экономика и организация туризма. Международный туризм/ под ред. И.А. Рябовой, Ю.В. Забаева, Е.Л. Драчевой. – М.: КноРус, 2009. С.73.

Важно понимать, что спортивный комплекс наделён массой параметров и свойств, которые в свою очередь можно разделить на локальные, характеризующие отдельные части, и глобальные или общие, характеризующие весь комплекс в целом.

Спортивный комплекс и его отдельные структурные единицы осуществляют определенную деятельность, которая и является основой жизни комплекса. Поэтому сразу же полезно представить структуру жизнедеятельности спортивного комплекса. Приведем общую классификацию основных мероприятий, которые осуществляют различные структуры спортивного комплекса.

Классификация мероприятий:

- спортивно-зрелищные;
- культурно-массовые;
- физкультурно-оздоровительные;
- организационно-соревновательные;
- тренировочные;
- учебно-методические (для тренеров и сотрудников, для спортсменов);
- научно-методологические;
- восстановительные;
- медико-профилактические.

Главным приоритетом в развитии физической культуры и спорта в Дальневосточном регионе должно являться развитие массового спорта. А уже в рамках данного направления, можно выделить следующие приоритетные группы: дети дошкольного возраста, социально незащищенные слои общества (люди с ограниченными физическими возможностями, многодетные семьи, дети-сироты и т.д.), взрослое население, учащиеся общеобразовательных учреждений.

Состояние современного общества требует возрождения массового спорта, как одного из направлений ориентации общества на здоровый образ жизни, сохранения здоровья и работоспособности, как основы материального благополучия.

Следующим приоритетом в деятельности региональных органов управления физкультурой и спортом является повышение уровня физического здоровья населения.

Удовлетворение потребности взрослого населения в занятиях физической культурой и спортом достаточно сложная и многогранная проблема, поскольку различны его физические данные, род деятельности, интересы. Требуется создание материально-технических условий для занятий по месту жительства, фитнес-клубы, спортивно-оздоровительные центры.

Недостаточно активно к занятиям физической культурой и спортом привлекаются женщины. Целью для развития физической культуры и спорта в дошкольных образовательных учреждениях должно являться достижение высокого уровня здоровья детей и их гармоничное физическое развитие.

Еще одним приоритетом является формирование знаний, умений и навыков здорового образа жизни у молодежи. Обществу необходимы люди,

способные поддерживать свое физическое и психическое здоровье в повседневной жизни и грамотно использующие средства физической культуры для организации досуга, укрепления здоровья и удовлетворения потребности в здоровом образе жизни. Без вовлечения детей и молодежи это невозможно решить. Важнейшим условием развития удовлетворяющих интересы и потребности школьников и студентов в занятиях спортом вне учебного расписания. Поддержку следует оказывать, прежде всего, олимпийским, военно-прикладным и техническим видам спорта, так как успехи в них сопряжены с такими понятиями как престиж страны, обороноспособность, патриотизм.

С целью развития детско-юношеского спорта следует создать систему стимулов вовлечения школьников в регулярные занятия спортом. К ним относятся: спортивные стипендии, обеспечение спортивной формой детей из малообеспеченных семей, организация питания на спортивных соревнованиях, разработка и реализация атрибутики спортивных школ. Рациональным шагом в профилактике наркомании, преступности следует считать создание военно-патриотических подростковых клубов и спортивных объединений молодежи.

Необходимым условием повышения интереса к физической культуре у молодежи являются массовые спортивные мероприятия. Для этого целесообразно проведение спартакиад школьников, учащейся молодежи, студентов, спортивных праздников и фестивалей с привлечением представителей из городов России, стран СНГ и Европы.

Современное состояние отрасли вынуждают спортивно-оздоровительные предприятия переходить от расширения доли рынка к удержанию уже имеющихся рыночных позиций. Использование спортивно-оздоровительными предприятиями идентичных механизмов обеспечения конкурентоспособности и качества показывают свою недостаточную эффективность.

Мы полагаем, что для сохранения своих позиций, спортивно-оздоровительным предприятиям, которые работают на Дальневосточном рынке, необходим пересмотр основ механизма формирования конкурентоспособности и качества, в основе которого должен лежать переход от соперничества с конкурентами к ориентации на потребителя.

В настоящее время под ориентацией на потребителя понимают концепцию управления, которая предполагает, что достижение компанией своих стратегических целей является результатом определения нужд и потребностей целевых рынков и более эффективного, по сравнению конкурентами, удовлетворения потребителя. Понимание структуры рынка, силы и вида конкуренции, и покупательских потребностей позволяют более эффективно использовать ограниченные ресурсы¹.

¹ Оценка конкурентоспособности и качества при формировании стратегий предприятий сферы услуг по реализации конкурентных преимуществ / А. Н. Кара, Е. Ю. Кузнецова. - Тольятти: ТГУС, 2008.

В связи с этим процесс обеспечения конкурентоспособности и качества при ограниченных ресурсах начинается с поиска таких покупателей, за счет которых достигается поставленные цели в кратчайшие сроки с минимальными затратами. Таким образом, центральным звеном обеспечения конкурентоспособности и качества предприятия является понимание того, почему потребители предпочитают именно это предприятие, а не другое.

Это дает возможность утверждать, что в основу механизма обеспечения конкурентоспособности и качества спортивно-оздоровительных предприятий, должна быть положена ориентация на максимальное удовлетворение целевого рыночного сегмента. В данном случае под организационно-экономическим механизмом обеспечения конкурентоспособности и качества предлагается понимать совокупность элементов и инструментов управленческого воздействия на социально-экономические отношения, возникающие в процессе создания и реализации спортивно-оздоровительных услуг, которые позволяют отвечать запросам потребителей и противостоять конкурентам.

Механизм должен быть нацелен на выполнение следующих функций¹:

- реализации потенциала, заложенного на предприятии;
- поддержание устойчивых стимулов для менеджеров, персонала и всего коллектива в создании и реализации качественных услуг;
- реализацию квалификации и творческого потенциала сотрудников спортивно-оздоровительного предприятия.

По нашему мнению, организационно-экономический механизм обеспечения конкурентоспособности и качества спортивно-оздоровительного предприятия Дальневосточного региона, может быть представлен в виде странственной модели, включающей:

- комплексно функционирующие этапы процесса обеспечения конкурентоспособности и качества;
- элементы, определяющие мероприятия по обеспечению конкурентоспособности и качества;
- средства и методы, способствующие максимальному удовлетворению потребностей клиентов.

Результатом процесса обеспечения предприятия является укрепление его положения на рынке и повышение конкурентоспособности и качества.

Согласно предложенному механизму обеспечения конкурентоспособности и качества первоочередное значение придается анализу конкуренции, так как ситуация на рынке спортивно-оздоровительных услуг постоянно меняется и конкуренты предпринимают попытки для усиления своей конкурентоспособности и качества. Данный факт, а также необходимость оценки влияния комплекса проводимых мероприятий определяет цикличность рассматриваемого механизма. Процесс анализа конкурентоспособности и качества должен происходить непрерывно. В противном случае предприятие с высоко-

¹ Шоул Дж. Первокласный сервис как конкурентное преимущество. - М.: Альпина Бизнес Букс, 2007.

ных преимуществ и обеспечения конкурентоспособности и качества направлен на те области работы предприятия, которые являются ключевыми для потребителей, и в которых достигается высокий уровень их удовлетворенности.

Предлагаемый метод может использоваться для проведения сравнительной оценки конкурентоспособности и качества спортивно-оздоровительных предприятий с точки зрения удовлетворенности потребителей.

Реализация данного метода осуществляется следующим образом:

Во-первых, выявляются самые важные критерии, на которые обращают внимание потребители спортивно-оздоровительных услуг. С этой целью проводится предварительный опрос экспертов-специалистов в области спортивно-оздоровительных услуг. Он направлен не только на выявление особенностей потребительского поведения в процессе приобретения услуги, но и исследование других аспектов: отношение потребителей к уровню обслуживания, архитектурной привлекательности объекта, его репутации, осведомленности потребителей и т.д.

Во-вторых, разрабатывается анкета, которую предлагают заполнить клиентам различных гостиничных предприятий с учетом выявленных критериев.

В-третьих, проводится сравнительная оценка конкурентов с точки зрения потребительской удовлетворенности. На этом этапе предлагается рассчитать коэффициент удовлетворенности по каждому гостиничному предприятию.

В-четвертых, обобщаются результаты исследования.

В зависимости от величины полученного коэффициента аналитики получают характеристику ситуации на предприятии.

Кроме того, при расчете коэффициента удовлетворенности выявляются так называемые «зоны ответственности» за обеспечение конкурентных преимуществ.

Полученные таким образом результаты, могут быть использованы для разработки конкретных мероприятий по обеспечению конкурентоспособности и качества спортивно-оздоровительных предприятий.

Кроме того, процесс формирования конкурентоспособной цены должен включать следующие этапы: Определение критериев сегментирования потребителей спортивно-оздоровительных услуг; Оценка привлекательности выделенных сегментов; Оценка изменения потребительского поведения; Определение конкурентоспособной цены на спортивно-оздоровительные услуги; Оценка целесообразности применения скидок на цену гостиничной услуги; Мониторинг изменения цены на спортивно-оздоровительные услуги.

Для успешного функционирования спортивно-оздоровительных предприятий необходимо знать особенности различных групп потребителей и их отношение к конкретным спортивно-оздоровительным продуктам. Умение выделить, найти и полностью удовлетворить потребности рынка значительно повышает эффективность деятельности спортивно-оздоровительные предприятия и ведет к получению дополнительных доходов и, в конечном счете, обеспечивает его конкурентоспособность.

Объектом сегментации являются потребители. Цель сегментации - мак-

ким уровнем конкурентоспособности и качества может ослабить свои позиции и потерять конкурентные преимущества.

В предлагаемом механизме обеспечения конкурентоспособности и качества предприятия базовым стержнем рассматривается максимально предпочтительное удовлетворение потребностей клиентов за счет реализации совокупности экономических и организационных инструментов.

В основе данного подхода лежит понимание того, что деятельность спортивно-оздоровительного предприятия оценивается потребителем. Клиенты оказывают огромное влияние на организацию, определяя свой выбор места отдыха, занятия спортом и оздоровления. Они могут повлиять на потенциальную конкурентоспособность, требуя более обширный спектр услуг, или выгодных условий платежа и оценивают преимущества и недостатки того или иного спортивно-оздоровительного предприятия исходя из информации, полученной из рекламных источников и откликов знакомых или сравнивая реально существующие характеристики со своими ожиданиями.

Известно, что основной функцией предприятия является удовлетворение спроса потребителей с целью извлечения прибыли. Результатом этого процесса является определенный уровень удовлетворенности потребителей. Поддержание высокого уровня удовлетворенности способствует формированию потребительских предпочтений и потребительской приверженности. Под потребительской приверженностью понимается определенный тип экономического поведения, который обеспечивает:

- повторное обращение к услугам данного предприятия;
- рекламу данного предприятия другим потребителям;
- низкую чувствительность к предложениям конкурентов;
- устойчивость к повышению цены.

Очевидно, что такое поведение потребителей не только способствует удержанию доли рынка, но и активизирует рост потребительского спроса. Таким образом, увеличение уровня удовлетворенности потребителей может стать основой для развития уникального конкурентного преимущества.

Удовлетворение потребителя это результат сложно психологического процесса сопоставления, когда потребитель сравнивает свой опыт потребления услуги со стандартом. Удовлетворенность подтвержена влиянию двух факторов: «выгода потребителя» и «ориентация на потребителя». Чем больше выгода от использования услуги, тем больше удовлетворенность и выше оценка услуги. То же можно сказать и об ориентации на потребителя. Если системы, процессы и структуры предприятия сориентированы таким образом, что они воспринимаются фактическими и потенциальными потребителями как соответствующие ожиданиям, то такая позиция способствует появлению удовлетворенности потребителей своим производителем услуги.

Реализация данной концепции означает, что вектор развития конкурент-

симальное удовлетворение требований потребителей к гостиничным услугам, а также оптимизация затрат организации на разработку гостиничной услуги, выпуск и реализацию. Основными преимуществами сегментации рынка спортивно-оздоровительных услуг являются:

- более точное понимание требований и мотиваций потребителей;
- выбор наиболее перспективного для максимизации продаж и прибыли целевого рынка, обеспечивающего повышение конкурентоспособности и качества предприятия.

Современные тенденции в экономике, факторы спроса заставляют спортивно-оздоровительные предприятия формировать гибкие цены на свои услуги и делать их более осмысленными и эффективными. Производители спортивно-оздоровительных услуг пытаются регулярно получать дополнительный доход, вовлекая чувствительных к изменению тарифа потребителей, которые при других условиях не совершили бы покупку.

Выделяют следующие разновидности спортивных организаций (предприятий) сферы услуг:

- предоставляющие активные спортивные услуги;
- предоставляющие пассивные услуги;
- предоставляющие консультационные и посреднические услуги.

К коммерческим относятся предприятия специализированной торговли спортивными товарами, фирмы, занятые в сфере спортивного туризма, образовательные организации в сфере спорта, а также фирмы, предоставляющие услуги по занятию спортом и проведению свободного времени.

Некоммерческое направление охватывает спортивные союзы и спорт на предприятиях. Вторая группа включает фирмы, занятые организацией спортивных представлений, и спортивные СМИ. К третьей группе относятся агентства, занятые в сфере спортивной рекламы и спонсорства, а также фирмы, предоставляющие консультационные услуги в области спорта. Наиболее существенные и значимые для спортивных организаций контрагенты - это население, интересующееся спортом, коммерческие и некоммерческие предприятия, спортивные союзы и федерации, средства массовой информации, органы государственного и муниципального управления.

Реализация данной концепции требует от спортивно-оздоровительных предприятий тщательного изучения потребностей клиентов и обеспечение потребностей желаемым уровнем комфорта, безопасности, престижности, а также предложение ему соответствующих условий и качества обслуживания. Несмотря на то, что создание совместных ценностей может изначально увеличить расходы предприятия, это не может являться причиной отказа от них. Ведь данное мероприятие направлено на формирование конкурентного преимущества, и завоевание целевого рынка сбыта и как следствие обеспечение долговременного коммерческого успеха.

Становление предприятий спортивно-оздоровительных услуг в Дальневосточном регионе переживает качественно новый этап развития, стремится к повышению стандартов качества, уровня обслуживания клиентов на фоне проведения гибкой ценовой политики. В этих условиях, повышение уровня

качества предоставления услуг при реализации приемлемой ценовой политики является необходимым условием устойчивого развития регионального рынка спортивно-оздоровительных услуг Дальневосточного региона.

Список использованных источников

1. Оценка конкурентоспособности и качества при формировании стратегий предприятий сферы услуг по реализации конкурентных преимуществ/ А. Н. Кара, Е. Ю. Кузнецова. - Тольятти: ТГУС, 2008.
2. Федцов В.Г. Культура ресторанного сервиса: Учеб. пособие. - М.: Дашков и К, 2010.
3. Шоул Дж. Первокласный сервис как конкурентное преимущество. - М.: Альпина Бизнес Букс, 2007.
4. Экономика и организация туризма. Международной туризм/ под ред. И.А. Рабоной, Ю.В. Забаева, Е.Л. Драчевой. - М.: КноРус, 2009.

Хапаев И.Б.

СОВРЕМЕННЫЕ ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ АГРАРНЫМ СЕКТОРОМ В КАРАЧАЕВО-ЧЕРКЕССКОЙ РЕСПУБЛИКЕ

Карачаево-Черкесский филиал ФГБОУ ВПО «Российский государственный социальный университет» в г. Черкесске
 iyus.harapiev@yandex.ru

Главная миссия любого государства - повысить благосостояние своего народа. При этом под благосостоянием понимается не только и не столько высокий уровень потребления материальных благ, а в главную очередь, оно включает в себя нравственную компоненту общества, которая является главным фактором полноценного развития нации.

Происходящие в мире события, в частности экономический прогресс либо регресс, относятся к проявлениям сложившихся социально-экономических отношений в странах, которые стремятся, в идеале, реализовать возложенные на них людьми цели долгосрочного улучшения качества жизни с помощью определённых подходов, способных выполнять заданные ориентиры. Видимо, такие цели мировым сообществом ещё долго придется достигать, ведь, как показывает история и некоторые факты из нынешней жизни, используемые для этого способы, отнюдь не представляют из себя соответствующие декларируемым параметрам процветания населения.

Как и сто, двести, триста лет назад люди в некоторых странах болели, погибали от голода. И здесь дело не в отсутствии благоприятных климатических и технико-технологических условий: любая страна обладает необходимым источником пропитания и потенциалом его увеличения. Нам представляется, что решающим, долгосрочным условием развития каждого социума является справедливый социально-экономический механизм взаимодействия внутри него, который распределяет блага таким образом, чтобы при этом сохранились права собственности на средства и предметы потребления.

В условиях повышения хозяйственной самостоятельности товаропроизводителей, либерализации торговли продовольственными товарами, в т.ч. внешней, роль государства должна возрастать. Другое дело, что должны изменяться экономические механизмы воздействия на экономические процессы