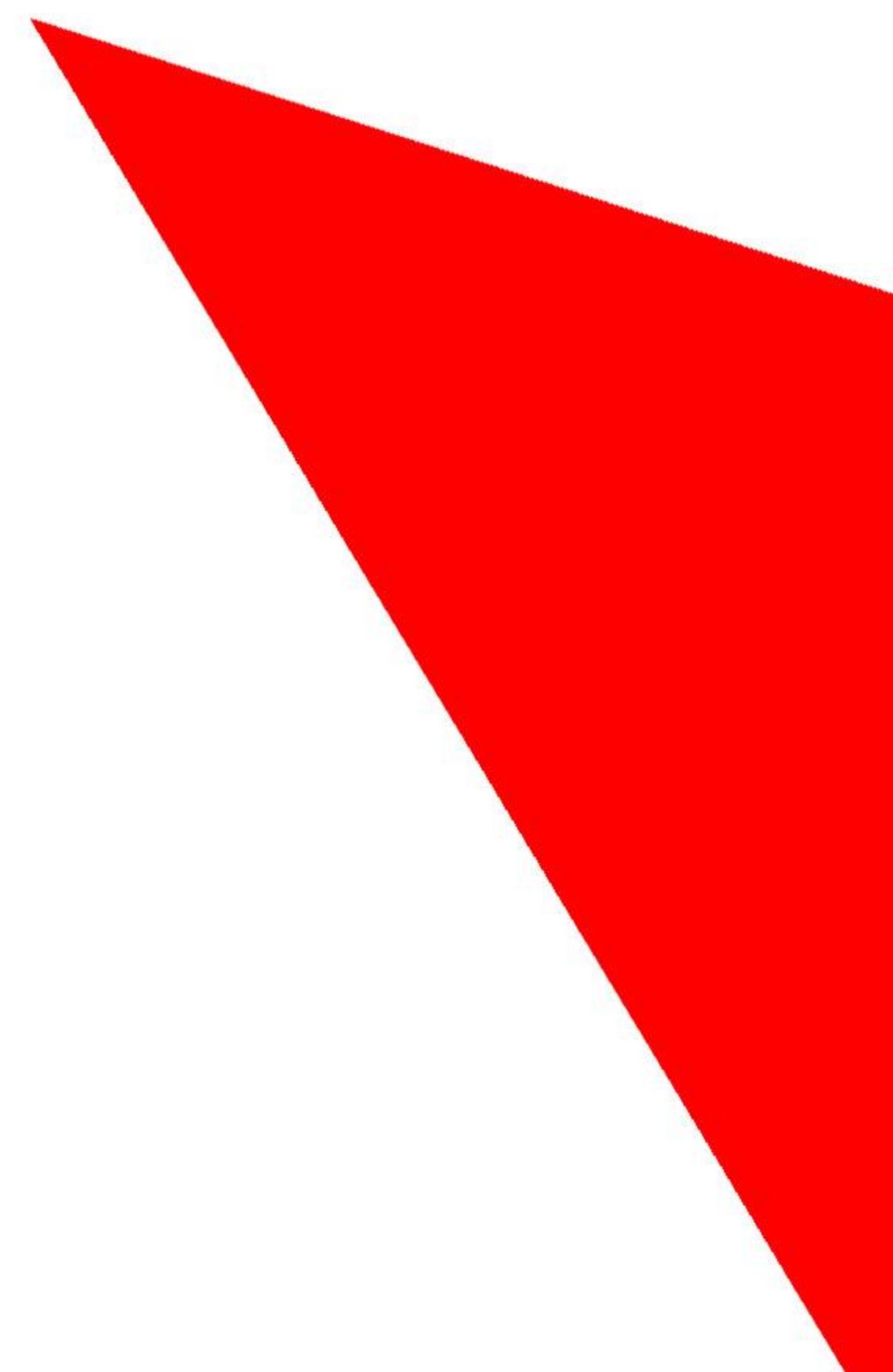


ISSN 2078-6921

**Маркетинг МВА
Маркетинговое управление предприятием**

Journal Marketing management firms
Marketing MBA



2010 год Том № 1 Выпуск № 2
Issue № 1 Volume № 2



< 2078 6922 >

Маркетинг МВА

Маркетинговое управление предприятием

Journal Marketing management firms
Marketing MBA

Главный редактор:

Сидорчук Роман Роальдович, кандидат экономических наук
Editor Sidorchuk Roman Roaldovich, Ph.D.

Ответственный редактор: Алексей Самойлов
Liability editor: Alexei Samoilov

Адрес: 129526, Россия, г. Москва, 1-я Останкинская, 55, оф. ж17

Address: 129526, Russia, Moscow, 1 Ostanikinskaya, 55, of. G 17

Электронный адрес: info@marketing-mba.ru

E-mail: info@marketing-mba.ru

Учредитель и издатель: Сидорчук Р.Р. и R Sonsult ©

Founder and publisher: Sidorchuk R.R. & R Sonsult ©

Он-лайн Научный журнал: www.marketing-mba.ru

ON-line Scientific Journal: www.marketing-mba.ru

Copyright © On-line Journal Marketing management firms.
Marketing MBA. 2010. All Rights Reserved.

2010 год Том № 1 Выпуск № 2

Issue № 1 Volume № 2

Содержание

Contents

Сидорчук Р.Р. , к.э.н., доцент кафедры маркетинга РЭА им Г.В. Плеханова, консультант компании Rsconsult

Маркетинговые каналы и управление распределением продукции в мясной индустрии

5

Sidorchuk, Roman, Ph.D., assistant professor of marketing the Russian Economical Plehanov's Academy, Consultant RSconsult

Marketing channels and control the distribution of products in the meat industry

Сулейманова Е.Г., студентка факультета маркетинга Российской экономической академии имени Г.В. Плеханова

Определение конкурентоспособности отелей по цене безразличия (на примере отелей Alborada, Bonanza, California, Maravilla, MaliaLa Paz - Тенерифе, Испания)

7

Suleymanova EG, student of marketing the Russian Economical Plehanov's Academy

Determination of competitive hotels by price indifference (for example, hotel Alborada, Bonanza, California, Maravilla, MaliaLa Paz - Tenerife, Spain)

Голубник А.Н., студент факультета маркетинга Российской экономической академии имени Г.В.

Плеханова

Анализ ценообразования отелей с использованием цены безразличия (на примере отелей La Plantacion 5*, Mediterranean Palace 5*, Regency Country Club 5*, Roca Nivaria 5*, Royal Garden Villas 5* - Тенерифе, Испания)

9

Golubnik A.N., student of marketing the Russian Economical Plehanov's Academy

Analysis of pricing hotels with price of indifference (example hotels La Plantacion 5 *, Mediterranean Palace 5 *, Regency Country Club 5 *, Roca Nivaria 5 *, Royal Garden Villas 5 * - Tenerife, Spain)

Содержание

Contents

Косаринская И., студентка факультета маркетинга Российской экономической академии имени Г.В.

Плеханова

Использование «цены безразличия» для оценки конкурентоспособности отелей (на примере отелей San Felipe 4*, Sol Puerto Playa 4*, Sol Tenerife 4*, Tenerife Playa 4*, Tenerife Princess 4* - Тенерифе, Испания)

11

Kosarinskaya Irina, student of marketing the Russian Economical Plehanov's Academy

Using the «price of indifference» to assess the competitiveness of hotels (on the example of San Felipe Hotel 4 *, Sol Puerto Playa 4 *, Sol Tenerife 4 *, Tenerife Playa 4 *, Tenerife Princess 4 * - Tenerife, Spain)

Потоцкая А.А., студентка факультета экономики Кемеровского государственного университета

Чупрякова А.Г., к.э.н, доцент факультета экономики Кемеровского государственного университета

Роль маркетинга в установлении взаимодействия участников лизинговых сделок на рынке машиностроительной продукции

Pototskaya Anna , student of Kemerovo State University, Faculty of Economics

Chupryakova Alena, PhD, Kemerovo State University, Faculty of Economics

Role of marketing in the establishment of collaborative parties to leasing transactions in the market for engineering products

13

Содержание

Contents

15

Мамзина Т., кандидат экономических наук, доцент кафедры «Финансы и кредит», ГУ Кузбасский государственный технический университет (ГУ КузГТУ), e-mail: matveevatf@mail.ru

Дятлова Н., соискатель кафедры «Финансы и кредит», ГУ Кузбасский государственный технический университет (ГУ КузГТУ), e-mail: nata13135@yandex.ru

Влияние мировой практики функционирования кредитных бюро на их становление в России

Mamzina T., Ph.D., assistant professor chair Finance and Credit Kuzbass State Technical University,
matveevatf@mail.ru

Dyatlova N. graduate chair Finance and Credit Kuzbass State Technical University, e-mail: nata13135@yandex.ru

Influence of world practice of functioning of the credit offices on their formation in Russia

Сидорчук Р.Р. , к.э.н., доцент кафедры маркетинга РЭА им Г.В.

Плеханова, консультант компании RSconsult

Маркетинговые каналы и управление распределением продукции в мясной индустрии

Аннотация

Статья посвящена вопросам формирования каналов распределения продукции в мясной индустрии. Проблематизация вопроса поиска каналов. Осознание задачи формирования добавленной потребительской ценности в канале. Задача предприятия по формированию собственного канала распределения продукции. Процедура формирования канала распределения. Основные проблемы при формировании собственного канала распределения. Перспективы развития различных каналов.

Ключевые слова:

Каналы распределения продукции, управление каналами, маркетинговые каналы, мясная индустрия, мясная гастрономия, малый бизнес, развитие форматов розничной торговли, «перезагрузка» каналов распределения.

RePEc: M00, M31, Q13, R3, L11, O52

**Sidorchuk, Roman, Ph.D., assistant professor of marketing the Russian
Economical Plehanov's Academy, consultant RSsconsult**

Marketing channels and control the distribution of products in the meat industry

Abstract

The article deals with the formation of distribution channels in the meat industry. Question of finding channels. Awareness of the problem-added customer value in the channel. The task of shaping the company's own distribution channel products. The procedure of forming a channel of distribution. The main problem in forming their own distribution channel. Prospects of development of different channels

Keywords:

Distribution channels, channel management, marketing channels, meat industry, meat gastronomy, small business, development of retail formats, "reset" the distribution channels

RePEc: M00, M31, Q13, R3, L11, O52, M11

**Определение конкурентоспособности отелей по цене безразличия
(на примере отелей Alborada, Bonanza, California, Maravilla,
MaliaLa Paz - Тенерифе, Испания)**

Аннотация

Приведены результаты исследования ценообразования на туристический продукт: отдых в апартаментах - отелях на Тенерифе (Испания) для Российских туристов. Показано использование методики «цена безразличия» для выявления конкурентных преимуществ.

Ключевые слова:

Цена безразличия, маркетинг туризма, Испания, Тенерифе, ценообразование.

RePEc: L83, M1, M31

Suleymanova EG, student of marketing the Russian Economical Plehanov's Academy

Determination of competitive hotels by price indifference (for example, hotel Alborada, Bonanza, California, Maravilla, MaliaLa Paz - Tenerife, Spain)

Abstract

The results of research on pricing tourist product: vacation apartments - hotels in Tenerife (Spain) for Russian tourists. The following use of the technique of "price of indifference" to identify competitive advantages.

Keywords:

price of indifference, marketing, tourism, Spain, Tenerife, pricing, IDP, consume index, consume parameter

RePEc: L83, M1, M31

Голубник А.Н., студент факультета маркетинга Российской экономической академии имени Г.В. Плеханова

Анализ ценообразования отелей с использованием цены безразличия (на примере отелей La Plantacion 5*, Mediterranean Palace 5*, Regency Country Club 5*, Roca Nivaria 5*, Royal Garden Villas 5* - Тенерифе, Испания)

Аннотация

Анализируются параметрические показатели выбранной группы отелей с использованием «цены безразличия». Сделаны рекомендации по ценообразованию и развития конкурентных преимуществ на туристический продукт: отдых в отелях выбранной группы на Тенерифе (Испания) для Российских туристов.

Ключевые слова:

Цена безразличия, маркетинг туризма, Испания, Тенерифе, ценообразование.

RePEc: L83, M1, M31

Golubnik A.N., student of marketing the Russian Economical Plehanov's Academy

Analysis of pricing hotels with price of indifference (example hotels La Plantacion 5 *, Mediterranean Palace 5 *, Regency Country Club 5 *, Roca Nivaria 5 *, Royal Garden Villas 5 * - Tenerife, Spain)

Abstract

Parametrical indicators analyzed for group of hotels on "price of indifference". Made recommendations on pricing and development of competitive advantage in the tourist product: rest in a selected group of hotels in Tenerife (Spain) for Russian tourists.

Keywords:

Key words: price of indifference, marketing, tourism, Spain, Tenerife, pricing, IDP, consume index, consume parameter

RePEc: L83, M1, M31

Косаринская И., студентка факультета маркетинга Российской экономической академии имени Г.В. Плеханова

Использование «цены безразличия» для оценки конкурентоспособности отелей (на примере отелей San Felipe 4*, Sol Puerto Playa 4*, Sol Tenerife 4*, Tenerife Playa 4*, Tenerife Princess 4* - Тенерифе, Испания)

Аннотация

Проведен анализ конкурентных преимуществ группы отелей 4* (остров Тенерифе, Испания) для Российских туристов, с использованием параметрических показателей и расчета «цены безразличия». Сделаны выводы и предложены рекомендации.

Ключевые слова:

Цена безразличия, маркетинг туризма, Испания, Тенерифе, ценообразование, параметрические показатели, консументные показатели.

RePEc: L83, M1, M31

Kosarinskaya Irina, *student of marketing the Russian Economical Plehanov's Academy*

Using the «price of indifference» to assess the competitiveness of hotels (on the example of San Felipe Hotel 4 *, Sol Puerto Playa 4 *, Sol Tenerife 4 *, Tenerife Playa 4 *, Tenerife Princess 4 * - Tenerife, Spain)

Abstract

The analysis of the competitive advantages of 4-star hotels (the island of Tenerife, Spain) for Russian tourists, with the use of parametric indicators and the calculation of the price of indifference. " The conclusions and proposed recommendations.

Keywords:

price of indifference, marketing, tourism, Spain, Tenerife, pricing, IDP, consume index, consume parameter

Потоцкая А.А., студентка факультета экономики Кемеровского государственного университета

Чупрякова А.Г., к.э.н, доцент факультета экономики Кемеровского государственного университета

Роль маркетинга в установлении взаимодействия участников лизинговых сделок на рынке машиностроительной продукции

Аннотация

В данной статье рассматривается усиление важности взаимосвязей лизинговых компаний и производителей оборудования в кризисный период. Лизинг рассматривается как эффективный инструмент, позволяющий в условиях дефицита финансовых ресурсов удовлетворять потребность потребителей машиностроительной продукции в обновлении парка оборудования. Также подчеркивается значимость маркетинговых аспектов при формировании долгосрочных отношений между всеми участниками обмена на рынке машиностроительной продукции.

Ключевые слова:

Маркетинг, лизинг, производители машиностроительной продукции

RePEc: M1, M31

Pototskaya Anna, *student of* Kemerovo State University, Faculty of Economics

Chupryakova Alena, PhD, Kemerovo State University, Faculty of Economics

Role of marketing in the establishment of collaborative parties to leasing transactions in the market for engineering products

Abstract

This article demonstrates the intensification of interrelation between leasing companies and machine's producers in crisis. Leasing is considered as a main method of attracting financial resources in case of its lack. Besides it emphasizes the marketing importance of long-term relation formation.

Keywords:

Marketing, Leasing, Machine's producers

RePEc: M1, M31

Мамзина Т., кандидат экономических наук, доцент кафедры «Финансы и кредит», ГУ Кузбасский государственный технический университет (ГУ КузГТУ), e-mail: matveevatf@mail.ru

Дятлова Н., соискатель кафедры «Финансы и кредит», ГУ Кузбасский государственный технический университет (ГУ КузГТУ), e-mail: natal13135@yandex.ru

Влияние мировой практики функционирования кредитных бюро на их становление в России

Аннотация

В данной статье рассматриваются типы кредитных бюро, функционирующих в мире, и сложившаяся система функционирования бюро кредитных историй в России, а также изменения, происходящие в ней. Выявлены проблемы, связанные с деятельностью кредитных бюро в России, которые препятствуют созданию единого информационного пространства, и пути их преодоления.

Ключевые слова:

коммерческий банк, кредитное бюро, государственные реестры кредитов, кредитная история.

Mamzina T., Ph.D., assistant professor chair Finance and Credit Kuzbass State Technical University, matveevatf@mail.ru

Dyatlova N. graduate chair Finance and Credit Kuzbass State Technical University, e-mail: nata13135@yandex.ru

Influence of world practice of functioning of the credit offices on their formation in Russia

Abstract

In the given article types of the credit offices functioning in the world, and the developed system of functioning of office of credit stories to Russia, and also the changes occurring in it are considered. The problems connected with activity of credit offices in Russia which interfere with creation of a uniform information field, and a way of their overcoming are revealed.

Keywords:

bank of commerce, credit office, the state registers of credits, credit history.

RePEc: G21.