

какой процент от денежной выручки планируемых продаж (или процента от чистой прибыли) принимается за трейд-маркетинговый бюджет. Расчёт бюджета может основываться на известном годовом плане конкурентов, либо из выполнения прошлого года бюджета, или из плана по активной клиентской базе из расчёта предполагаемых затрат на одну торговую точку.

В данном случае это простой метод - процент от планируемой выручки. Если бюджет на торговый маркетинг и BTL-рекламу менее 10% от планируемой выручки, можно сказать, что рекламного бюджета у компании нет. После того, как принята фиксированная сумма бюджета X рублей - её необходимо разбить исходя из методик управления бюджетом, видам акций, каналам сбыта и по времени.

Разбиение бюджета по методам управления. Локальный бюджет - рассчитывается исходя из нужд каждого филиала (торгового дома, лояльного дистрибьютора). Локальный бюджет тратится самим филиалом в рамках утверждённого плана мероприятий.

Методика расчета. Рассчитывается стоимость каждой планируемой акции в каждом канале продаж, в каждой крупной точке сбыта.

Национальный бюджет. Бюджет на всероссийские акции, осваивается из головного офиса. Рассчитывается по остаточному принципу: Общий бюджет - локальный бюджет = национальный бюджет.

Разбиение бюджета по видам акций. Разбивается только локальный бюджет. Задача данного разбиения бюджета трейд-маркетинга - планирование максимального количества акций различных видов, в каждом канале.

Разбиение бюджета по каналам сбыта. Проводится только внутри локального бюджета и охватывает все каналы, где планируется трейд-маркетинговая активность. Каждый канал разбивается как на существующие к моменту составления плана торговые точки, так и на планируемые.

Разбиение бюджета по времени. Каждая затрата бюд-

жета торгового маркетинга, должна планироваться либо на определённый месяц, либо на определённый квартал для мониторинга плана/факта выполнения бюджета.

Валюта и налоги. Лучше всего использовать валюту, по которой происходят все дальнейшие взаиморасчёты. В компании *Дайсон* - это российские рубли. Оптимально для расчёта бюджета в таблице не учитывать налоги (в частности НДС), т.к. по разным статьям бюджета в зависимости от налогообложения НДС может возвращаться компании.

Всегда необходимо учитывать расходы по каждой статье, по каждому каналу дистрибуции, по каждому клиенту и партнеру. При полном понимании стоимости бизнеса, его рентабельности, компания не окажется в неловкой ситуации, когда будет необходимо оперативно принять решение по коммерческим условиям партнера.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Николенко Н.П. Разработка плана продаж // Организация продаж страховых продуктов. 2007. № 1.
2. Браун К. Практическое пособие по стимулированию сбыта: Пер. с англ. - М.: Консалтинговая группа «ИМИДЖ-Контакт»; ИНФРА-М, 2003. - 382 с.
3. Интегрированные маркетинговые коммуникации: учебник для студентов вузов / [И.М. Синяева, О.Н. Романенкова, В.М. Маслова, В.В. Синяев]; под ред. И.М. Синяевой. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 504 с. - (Серия «Magister»).
4. Камминз Дж. Стимулирование сбыта. Как провести эффективную промо-кампанию: Пер. с англ. 2-е изд. - М.: Консалтинговая группа «ИМИДЖ-Контакт»; ИНФРА-М, 2003. - 308 с.
5. Романенкова О.Н., Синяева И.М. Маркетинг инноваций в сфере торговли: теория, методология, практика: Монография. - М.: Информационно-внедренческий центр «Маркетинг», 2012. - 189 с.
6. <http://www.dyson.com.ru/> Официальный сайт производителя пылесосов Dyson

METHODS OF SALES PLANNING AND PREPARATION OF TRADE-MARKETING BUDGET

© 2012

O.N. Romanenkova, candidate of economical sciences, assistant professor of the chair «Marketing»
Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow (Russia)

Keywords: trade marketing, sales plan, BTL-advertising, a method of forecasting and estimation of the market, distribution channel, the budget committee.

Annotation: In this paper we will consider the existing types and forms of trade planning and marketing budget in retail sales, as well as a detailed analysis of the principles of the budget on BTL-advertising and sales promotion. Will be subjected to analysis of sales planning system, which requires the company management accounting, both in kind and in monetary terms.

УДК 330.354

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПОЛИТИКА И МИГРАЦИЯ РАБОЧЕЙ СИЛЫ КАК ФАКТОРЫ РАЗВИТИЯ РЕГИОНА И БИЗНЕСА

© 2012

В.Б. Сарксян, соискатель

Пермский государственный национальный исследовательский университет, Пермь (Россия)

Ключевые слова: интеллектуальные ресурсы, инновации, система образования, миграция, дефицит высококвалифицированных кадров.

Аннотация: В статье рассмотрены вопросы взаимосвязи состояния системы образования, инновационного развития и миграции высококвалифицированных кадров. Показано, что в современных условиях ключевым фактором успешного социально-экономического развития становится непрерывный процесс инноваций, на уровень которых, в свою очередь, влияют разные факторы, среди которых особое место занимают система образования, возможность экономики обеспечивать высоко-квалифицированные кадры рабочими местами и достойной заработной платой.

Одной из наиболее острых проблем, стоящих в настоящее время перед многими странами, является проблема обострения дефицита национальных научно-технических кадров и усиление борьбы за зарубежные интеллектуальные ресурсы и высококвалифицированные кадры [1]. Эта проблема проявляется через категорию интеллектуальной миграции, в которую сегодня вовлечены «интеллектуалы» из самых различных областей и сфер деятельности - это и ученые во всех областях науки, сотрудники научно-исследовательских институтов и специализированных

лабораторий; это преподаватели, научные сотрудники, аспиранты и студенты вузов; это эксперты крупных консалтинговых агентств и международных организаций; это исследователи и служащие транснациональных корпораций, а также другие категории высококвалифицированных специалистов.

Расширение масштабов интеллектуальной миграции, наблюдаемое в последние годы во все возрастающем масштабе, вызвано целым рядом причин, одной из которых является возрастание ценности интеллектуальной дея-

тельности в целом и ее результатов. Современная экономика нуждается в новых моделях и технологиях, способных обеспечить максимальное увеличение и эффективное использование собственного интеллектуально-творческого ресурса [2-3].

Обеспеченность бизнеса современными высококвалифицированными кадрами выступает одним из ключевых факторов, стимулирующих устойчивое и успешное развитие как самого предприятия, так и региона его местоположения. В свою очередь, наличие в регионе необходимых для работающих на его территории предприятий обеспечивается системой среднего и высшего профессионального образования, переподготовки кадров, дополнительного обучения [4].

Влияние системы образования на состояние экономики в целом, и на ее инновационное развитие в частности, проявляется, прежде всего, по двум направлениям:

- 1) подготовка дипломированных специалистов;
- 2) дополнительное обучение (переподготовка кадров и т.д.).

Подготовка дипломированных специалистов считается основным каналом влияния вузов на экономическое развитие. Однако многие маленькие фирмы не могут нанимать высококлассных профильных специалистов и испытывают проблемы с кадрами. Другим способом прямой помощи системы образования бизнесу является дополнительное обучение (переподготовка кадров, повышение квалификации и т.д.), что и предлагают отечественным промышленным компаниям высшие учебные заведения.

Примером такого успешного взаимодействия образования и бизнеса при активной поддержке государства является опыт сохранения высококвалифицированных кадров и развития кадрового потенциала производства демонстрируемый ВСМПО АВИСМА и г.Верхняя Салда в Свердловской области. Грамотная кадровая политика предприятия в сочетании с образовательной политикой руководства города способствовали тому, что в сложное перестроечное время в городе не была разрушена система среднего профессионального образования советских времен – сохранились и профессиональные технические училища, и лицеи различного профиля, что позволило обеспечить и город, и бизнес необходимыми кадрами среднего звена. При этом выпускники вузов сразу находят себе работу - в настоящее время официально зарегистрированный уровень безработицы в г.В.Салда ниже 1%, т.е., по сути, все кто хочет, все могут найти работу.

В результате такой грамотной образовательной политики производство обеспечено профессиональными кадрами, люди не стремятся уезжать в другие регионы и города Свердловской и соседних областей. При этом средний уровень заработной платы в Верхней Салде на конец 2012 г. составил более 28000 руб. (прирост к 2006 году – в 2 раз). Кроме того, в городе один из наиболее высоких по России показателей обеспеченности семей личным автотранспортом. Это, в свою очередь, обеспечивает высокую социальную и личную мобильность – люди могут достаточно быстро добраться до Екатеринбурга или Нижнего Тагила для решения нужных им вопросов.

Однако уже сейчас у компании существует дефицит кадров, который усилится по мере увеличения ВСМПО АВИСМА выпуска продукции, а также начала работы первых предприятий в рамках созданной в районе г.В.Салда особой экономической зоны промышленно-производственного типа «Титановая долина», функционирование которой, по предварительным расчетам, потребует около 12-15 тысяч человек высококвалифицированных специалистов различного профиля.

Поэтому уже сегодня, руководство компании задумалось о разработке специальной программы привлечения кадров в город из других населенных пунктов Свердловской области. С этой целью, по словам генерального директора Корпорации ВСМПО-АВИСМА М. Воеводина, руководство компании наметило разработку пилотного проекта

миграции рабочей силы внутри Свердловской области. Таким образом, будет положена основа к формированию положительной региональной миграции и снижения социальной нагрузки на города Свердловской области, не обладающих такими резервами рабочих мест, как «Титановая долина» и г.В.Салда.

Вообще, нужно отметить, что принятие решения о создании в районе г.В.Салда особой экономической зоны промышленно-производственного типа «Титановая долина», в рамках которой предполагается строительство более 60 современных высокотехнологичных предприятий и создание около 15 тысяч новых квалифицированных рабочих мест, остро ставит вопросы роли системы образования в современном развитии экономики целых регионов. Важным моментом в этом контексте является то, что особая экономическая зона целенаправленно создается вокруг производства титана, поскольку конечной целью руководства и компании и Свердловской области является создание предприятий по более глубокой переработке титана, поиску новых направлений его производственного применения. По мнению руководства Свердловской области это станет дополнительным фактором промышленного и социально-экономического развития региона. Однако это закономерно ставит проблему массовой подготовки специализированных кадров, либо создания механизма их миграции из других регионов России или даже других стран.

Возвращаясь в целом к проблеме обеспеченности российской экономики высококвалифицированными кадрами, способными обеспечить инновационный «прорыв» нашей страны, то нужно отметить, что здесь требуется не просто хорошая подготовка «отраслевых» специалистов. Сегодня этого уже недостаточно. Как показывает опыт зарубежных стран, успешно продвигающихся по пути формирования инновационной экономики, подготовка специалистов должна вестись по самым современным производственным направлениям, передовым образовательным программам, учитывающим информационный и инновационный характер современной экономики. Без специализированной подготовки в области инновационного менеджмента, магистральных направлений развития, успешная деятельность в области инноваций невозможна.

Таким образом, одним из путей решения как проблемы кадрового дефицита в области инноваций, так и проблемы интеллектуальной миграции является усиление подготовки и переподготовки специалистов по инновационным направлениям деятельности [5-6].

Такой вывод подтверждается многочисленными зарубежными и отечественными исследованиями в данной области. В частности, как показали результаты исследований отечественных и зарубежных специалистов [7], посвященные изучению влияния различных факторов, составляющих основу развития инновационной экономики (а это такие факторы как:

- 1) «нехватка квалифицированного персонала»;
 - 2) «нехватка информации относительно технологии»;
 - 3) «нехватка информации относительно рынков»;
 - 4) «трудность заключения сотрудничества с партнерами»)
- на успешность инновационного развития, основным препятствием для нормального развития инноваций на европейских предприятиях в большинстве стран является фактор нехватки квалифицированного персонала.

Так, согласно результатам исследований, в Португалии, Эстонии и Греции проблему нехватки квалифицированно персонала отметили 25% инновационных предприятий. Инновационные предприятия Латвии и Словении отметили этот фактор как первоочередной в 22,5% и 20,0% случаев соответственно. С другой стороны, в европейских странах с хорошо развитой системой «инновационного» образования эта проблема не стоит так остро - в Германии менее 5% инновационных предприятий страдают от недобора кадров, в Норвегии – 6,4%, в Дании и Нидерландах – 7,5%, в Польше - 7,7%, в Венгрии – 7,8%, в Болгарии

– 8,7%, на Мальте – 9,4%, в Швеции – 9,5%, в Финляндии – 9,7% [8].

Нужно отметить, что сегодня и в России, согласно результатам опросов, в числе препятствий для развития бизнеса на первый план также выходит нехватка качественных кадров. Российский бизнес заинтересован в получении качественных профессионалов, однако сложившийся разрыв между системой образования многих регионов, в которой все еще продолжают существовать устаревшие образовательные стандарты, и бизнесом, формирующем новые запросы на профессиональные кадры, продолжает усугубляться [9].

Решение данной проблемы в российских условиях становится возможным на основе усиления ключевой тенденцией современного развития России - процесса регионализации образования, т.е. усиления относительного обособления региональных систем, представляющего собой получение и реализацию прав и обязанностей региона в выборе собственных стратегий развития [10], который охватывает все области экономики и общественной жизни, в том числе сферу образования.

Усиление внимания региональных властей к системе образования позволит преодолеть ведомственно-функциональную ограниченность субъектов системы образования, обеспечить ими реализацию более широких функций для решения социально-экономических проблем региона. Также усиление процессов регионализации в образовательной сфере позволяет обеспечивать образовательный протекционизм – разработку региональными органами власти и управления системы мер, направленных на поддержку образовательной деятельности, связанной с решением важных проблем сохранения социальной стабильности и воспроизводства культурных традиций. Разработка специальных региональных целевых образовательных программ может обеспечить межвузовскую консолидацию интеллектуальных ресурсов, обеспечивающих развитие бизнеса и региона [11].

В качестве примера такой специальной программы можно назвать подписанное в августе этого года соглашение о сотрудничестве и взаимодействии между руководством ОЭЗ «Титановая долина» и АНО «Агентство стратегических инициатив по продвижению новых проектов». Результатом сотрудничества для властей г.В.Салда и «Титановой долины» станет создание системы комплексной целевой подготовки профессиональных кадров для нужд предприятий - резидентов ОЭЗ. Со своей стороны ОЭЗ «Титановая долина» выступит «пилотной площадкой» по отработке и внедрению дорожной карты «Создание национальной системы компетенций и квалификаций» [12].

В заключении следует отметить, что в настоящее время именно научно-образовательные возможности региона обеспечивают наилучшие условия для воспроизводства и развития инновационно-технологического и интеллектуального потенциалов. При этом именно образование способно одновременно обеспечивать процессы функционирования (стабилизации) и развития, задавая социальную устойчивость и культурную преемственность в условиях реформ [13]. А основу новой системы регионального образования должны составить федеральные вузы и национальные исследовательские университеты, которые располагают большими научным, образовательным, интеллектуальным потенциалами, достаточными для участия в решении проблем региона и реализации стратегических

программ его развития.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Сарксян В.Б. Проблемы и последствия интеллектуальной миграции для экономики России// Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. 2011. № 137. С.12-15.
2. Мингалева Ж.А. Институциональные аспекты экономической модернизации.//В мире научных открытий. 2010. № 3-3. С.134-139.
3. Миносян А.А. Роль интеллектуальных ресурсов в обеспечении инновационного развития предприятия. // Вектор науки Тольяттинского государственного университета. Серия: Экономика и управление. 2012. № 1. С.67-70.
4. Попов В.Л., Молодчик А.В. Стратегия развития региональной системы дополнительного профессионального образования //Дополнительное профессиональное образование. 2003. № 1. С.32.
5. Мингалева Ж.А., Максименко И.И. Формирование компетентного специалиста-профессионала как фактор увеличения интеллектуального потенциала региона// Вестник Пермского университета. Серия: экономика. 2010. № 3. С.20-27.
6. Докшанин С.А. Актуальные проблемы и перспективы развития компетентностно-ориентированного обучения: зарубежный опыт // Вектор науки Тольяттинского государственного университета. Серия: педагогика, психология. 2012. № 3. С.75-77.
7. Мингалева Ж.А., Максименко И.И. Научный и образовательный потенциал инновационного развития национальной экономики // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. 2008. № 61. С.21-28The European Research Area: New Perspectives. GREEN PAPER. Brussels, April 2007 – Com (2007) 161 final. P.412.
8. Improving knowledge transfer between research institutions and industry across Europe: embracing open innovation – Implementing the Lisbon agenda// Communication from the Commission to the Council, the European Parliament, the European economic and social Committee and the Committee of the regions. Brussels, 4 April 2007. P.449.
9. Мингалева Ж.А. Формирование комплексной системы государственных мер стимулирования инновационной деятельности в России// Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. 2010. № 99. С.12-19.
10. Наумов С.В. Регионализация образования и стратегии управления его развитием.// Интеграция образования. 2004. № 4.
11. Мингалева Ж.А., Чашина Н.Е. Регионализация образования: использование интеллектуального потенциала вузов (на примере Пермского края) // Экономика региона. 2007. № 4. С.255-261.
12. Куликова Ю.П. Межрегиональные особенности интеграции высших образовательных учреждений с целью организации стратегических консорциумов (на примере Томского государственного университета) // Вектор науки Тольяттинского государственного университета. Серия: Экономика и управление. 2012. № 3. С.48-51.
13. Официальный сайт ОЭЗ «Титановая долина». Режим доступа <http://www.midural.ru/news>

EDUCATION POLICY AND THE MIGRATION OF LABOR AS A FACTOR OF REGIONS AND BUSINESS

© 2012

V.B. Sarksyian, degree-seeking student
Perm State National Research University, Perm (Russia)

Keywords: intellectual resources, innovation, education, migration, lack of qualified personnel.

Annotation: The paper deals with the relationship of the system of education, innovation, and the migration of highly skilled personnel. It is shown that under current conditions the key factor for the successful social and economic development is a continuous process of innovation, the level of which, in turn, affect a variety of factors, including the special place the education system, the ability of the economy to provide the high-skilled workers with jobs and decent wages board.

УДК 330.1

БЕНЧМАРКИНГ: ВОПРОСЫ ТЕРМИНОЛОГИИ

© 2012

О.Н. Сеницына, кандидат педагогических наук, профессор кафедры «Менеджмента и маркетинга»
Магнитогорский государственный университет, Магнитогорск (Россия)

Ключевые слова: бенчмаркинг, анализ, сущность, этап, эволюция бенчмаркинга.

Аннотация: В статье рассматриваются теоретические основы бенчмаркинга. Представлены основные подходы к определению категории «бенчмаркинг», этапы эволюции бенчмаркинга.

На современном этапе развития экономики бенчмаркинг не только способствует эффективному взаимодействию подразделений предприятия, но и является мостом, соединяющим предприятие с потребителями, партнерами по бизнесу, конкурентами и другими контактными аудиториями.

Под бенчмаркингом понимают процесс анализа и сравнительной оценки методов, применяемых организацией при осуществлении своих функций. Такая оценка может проводиться внутри предприятия путем сравнения работы отдельных сотрудников или подразделений, либо путем сопоставления деятельности и результатов с работой и показателями других предприятий.

Использование бенчмаркинга имеет множество направлений, например: бенчмаркинг в логистике позволяет быстро и с малыми затратами выявить проблемы ситуации в логистических системах, в сферах близких к покупателю, по выполнению заказов и транспортировке; бенчмаркинг применяется при разработке стратегий, операций и управленческих функций; бенчмаркинг рассматривается и как способ оценки стратегий и целей работы в сравнении с предприятиями-лидерами, чтобы гарантировать долгосрочное пребывание на рынке; наиболее распространенной формой является товарный бенчмаркинг.

Благодаря конкурентному бенчмаркингу на рынке постоянно появляются новые марки товаров, виды услуг и инновационные идеи, поэтому изучение теоретических и практических аспектов бенчмаркинга является целесообразным.

Для большинства компаний бенчмаркинг не является новым явлением, так как он осуществлялся в рамках конкурентного анализа. Вместе с тем, бенчмаркинг является более детализированной, формализованной и упорядоченной функцией, чем метод или подход конкурентного анализа, это необходимая функция успеха любой организации, в том числе и в сфере услуг, в частности курьерских.

Бенчмаркинг - это подход к планированию деятельности компании, предполагающий непрерывный процесс оценки уровня продукции, услуг и методов работы, открывающий, изучающий и оценивающий все лучшее в других организациях с целью использования полученных знаний в работе своей организации. [2, с.76]

Бенчмаркинг способствует открытости и повышению эффективности бизнеса: предоставляет организации сигналы раннего предупреждения об ее отставании; выясняет уровень организации по сравнению с лучшими в мире; ведет к быстрому внедрению новых подходов при меньшем риске; сокращает затраты на процесс улучшения.

Успешная предпринимательская деятельность, проявляющаяся для организации в получении прибыли, а для потребителей – в повышенном спросе на товар (услугу),

предложенный организацией, зависит от эффективности сформированной и действующей системы обеспечения конкурентоспособности.

Повышение конкурентоспособности организации во многом зависит от возможности и качества управления конкурентными преимуществами. Под конкурентным преимуществом принято понимать те характеристики, которые создают для производящей и реализующей данный продукт организации определенное превосходство над ее конкурентами. Такое превосходство является относительным и определяется в сравнении с конкурентом.

Бенчмаркинг (от англ. benchmark – «начало отсчета», «зарубка») – это механизм сравнительного анализа эффективности работы одной компании с показателями других, более успешных, фирм. Термин «benchmark» был заимствован в строительстве и в горной промышленности, где им обозначается фиксированная точка, чье местоположение точно определено в трех измерениях. Эта точка принимается за начало отсчета при измерении расстояния, площади поверхности. Термин был позаимствован управленческой наукой как метафора того эталона, к которому надо стремиться, обычно определяемого в терминах эффективности [5, с. 28]. Иными словами, в управленческом контексте бенчмаркинг означает использование или существующего примера или расчетного показателя в качестве отправной точки для оценки эффективности в том или ином аспекте.

Таким образом, бенчмаркинг проводится для анализа эффективности отдельных функций и процессов в организации. Это позволяет более точно определить причины неэффективности производственной деятельности и дать рекомендации по решению выявленных проблем. Бенчмаркинг находит применение во всех сферах деятельности предприятия – в логистике, маркетинге, управлении персоналом и т.д. [6, с.70]

В Японии бенчмаркинг соотносится по содержанию с японским словом «dantotsu», означающим «усилие, беспокойство, заботу лучшего стать еще лучше» и введенным в английский язык Т. Кобаяси из «Фуджи-Ксерокса». Этот термин отражает сущность процесса, используемого японцами для достижения своего конкурентного преимущества.

В качестве эталона для оценки уровня продукта бенчмаркинг использовался с начала 1900-х гг. для выяснения того, как создает свои продукты конкурент и насколько хорош этот продукт. В Японии бенчмаркинг стали активно применять после второй мировой войны. С конца 1950-х гг. японские специалисты стали посещать ведущие компании США и Западной Европы, эти поездки назывались «индустриальными турами», но процесс проведения был идентичен бенчмаркингу: