

было организовано более чем по 9 специальностям и профессиям, которые в данный момент востребованы на рынке труда. Профориентационные услуги получили 37 тыс. человек.

С начала года в областной банк данных от работодателей поступили сведения о наличии 98,7 тыс. вакансий.

Высоким спросом со стороны работодателей пользуются: монтажники, водители, каменщики, продавцы, повара, плотники, слесари, токари, трактористы, швеи, штукатуры, электромонтеры, электро – и газосварщики. В группе неквалифицированных работников – грузчики, дворники, кондукторы, рабочие, уборщики производственных помещений.

Из специалистов востребованы страховые агенты, менеджеры, воспитатели, врачи, медицинские сестры, фельдшеры.

Заявленная работодателями потребность в рабочей силе на 1.1 % 12 составила 1057 чел., коэффициент напряженности – 1,1 человек на одну вакансию.

Министерством труда и занятости населения ведется подготовка Государственной программы содействия занятости населения на 2016 – 2020 годы.

В заключении, стоит отметить, что рынок труда в Оренбургской области на данный момент характеризуется неравновесностью и несбалансированностью. Перспективы выхода из кризисного состояния во многом зависят от выбора модели занятости и применения эффективных методов регулирования рынка труда.

Список использованной литературы:

1. Буланов В.С. Некоторые методологические вопросы исследования рынка труда / В.С. Буланов // Общество и экономика. – 2014. - № 8. – 189 с.
2. Гелета И.В. Занятость населения и рынок труда: проблемы анализа и оценки / И.В. Гелета // Управление мегаполисом. - 2014. - № 1. - С. 100-104.
3. Молчаненко С.А. Методология статистического учета и анализа рынка труда / С.А. Молчаненко // Актуальные вопросы экономических наук. - 2014. - № 41-1. - С. 153-157.
4. Фаизова Л.Р. Сопоставимость сведений о численности населения во времени (на примере Оренбургской области) / Л.Р. Фаизова, А.П. Цыпин // Современные проблемы науки и образования. - 2014. - № 5. - С. 402.
5. Цыпин А.П. Статистика в табличном редакторе Microsoft Excel: Лабораторный практикум / А.П. Цыпин, Л.Р. Фаизова - Оренбург: Изд-во Оренбургский государственный университет. 2016. – 290 с. - ISBN 978-5-600-01401-5.

© Олейник М. В., 2016

УДК 338.984

Падун М.А., бакалавр
Набережночелнинский институт
Казанского (Приволжского) федерального университета
г. Набережные Челны, Российская Федерация
А.С. Пуряев
доктор экономических наук, профессор
Набережночелнинский институт
Казанского (Приволжского) федерального университета
г. Набережные Челны, Российская Федерация

ФОРМИРОВАНИЕ КОМПЛЕКСА СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ (НА ПРИМЕРЕ АО «РЕМДИЗЕЛЬ»)

Аннотация

Разработан и сформирован комплекс стратегического планирования, на основе использования

формализованных и творческих методов анализа стратегических альтернатив для исследуемого объекта (АО «Ремдизель»). В целом, стратегия основана на обеспечении долгосрочных клиентов, повышении уровня предлагаемых услуг и уменьшении сроков исполнения заказов. Проведен SWOT-анализ для оценки первичной информации и выработке общей стратегии. Использована при выработке стратегии модель жизненного цикла (модель ЖЦТ). Представлены мероприятия программы по реорганизации АО «Ремдизель».

Ключевые слова

Стратегическое планирование, SWOT-анализ, модель ЖЦТ, конкурентная стратегия, программа действия.

Стратегическое планирование обеспечивает стабильное функционирование предприятия, прогнозирует возможные убытки и прибыль, подготавливает предприятие грамотно реагировать на различные трудности, создавая гибкую политику для предприятия. Оно представляет собой управленческий процесс разработки специфических стратегий различной степени неопределенности, временной ориентации и горизонта планирования на основе соизмерения целей ресурсов и возможностей [1, с. 54].

Анализ деятельности АО «Ремдизель» свидетельствует о необходимости в разработке комплекса предложений, принципов и программ действий на пути становления эффективного стратегического плана.

Для каждого предприятия весьма важно понимать, в чём его сила и слабость, необходимо адекватно оценивать свои возможности и угрозы. При этом надо помнить, что зачастую в условиях динамичного развития рынка возможности могут переходить в угрозы, сильные стороны в слабые и наоборот [2, с. 246]. Применяя метод SWOT, удастся установить линии связи между силой и слабостью, внешними угрозами и возможностями, которые присущи предприятию АО «Ремдизель». На основании установленных линий связей формулируются стратегии предприятия. Проведение первичного стратегического анализа часто проводят с помощью составления так называемой матрицы SWOT-анализа [3, с. 98].

Сильными сторонами деятельности АО «Ремдизель» по ремонту автомобилей КАМАЗ являются: оснащённость предприятия современным оборудованием; высокий технологический потенциал; наличие уникальных технологических процессов восстановления основных базовых деталей двигателя; высокая репутация и известность предприятия; выполнение гарантийных обязательств на выполняемые работы и др. Слабые стороны работ по ремонту автомобилей КАМАЗ на АО «Ремдизель» основаны на: выполнении ремонта по заказу; недостаточном объёме рекламы.

Возможности АО «Ремдизель»: разработка и освоение новых видов ремонта; выход на новые рынки России, СНГ и зарубежья; ускорение роста доли рынка; постоянное повышение качества выполняемых работ. Угрозы АО «Ремдизель»: резкое изменение покупательских предпочтений, падение спроса, противодействия конкурентов, экономический кризис в стране, неэффективная работа сбытовой сети.

Таблица 1

Матрица SWOT – анализ для АО «Ремдизель»

	Возможности	Угрозы
Сильные стороны	Заключение долгосрочных контрактов о сотрудничестве с государственными и частными структурами. Предоставление услуг на испытание качества. Приведение политики лояльности клиента.	Осуществление политики удержания имеющихся клиентов и предотвращения их перехода к конкурентам, путем информирования общественности о высоком качестве осуществляемых услуг.
Слабые стороны	Рост числа конкурентов, осуществляющих аналогичные услуги по более низким ценам.	Нестабильное экономическое положение предприятий и страны в целом, может способствовать значительному сокращению производственной мощности предприятий и тем самым к снижению клиентской активности.

Модель «ЖЦТ» – это простая модель, учитывающая фактор жизненного цикла товара (ЖЦТ). В данном исследовании производственная деятельность АО «Ремдизель» была рассмотрена в разрезе данной модели. Анализ подверглись несколько сфер производственной деятельности предприятия, тип предоставляемых услуг и период их осуществления представлены в таблице 2.

Производственная мощность «Ремдизель»

Вид предоставляемых услуг	Период			
	2012г.	2013г.	2014г.	2015г.
Частичный ремонт по техническому состоянию автомобилей КАМАЗ (услуга А), тыс.ед.	964	875	1060	1250
Капитальный ремонт автомобилей КАМАЗ с переоборудованием до более нового модельного ряда (услуга В), тыс. ед.	2947	3945	4120	4827
Капитальный ремонт силовых агрегатов автомобилей КАМАЗ (услуга С), тыс. ед.	9908	8875	9983	10020

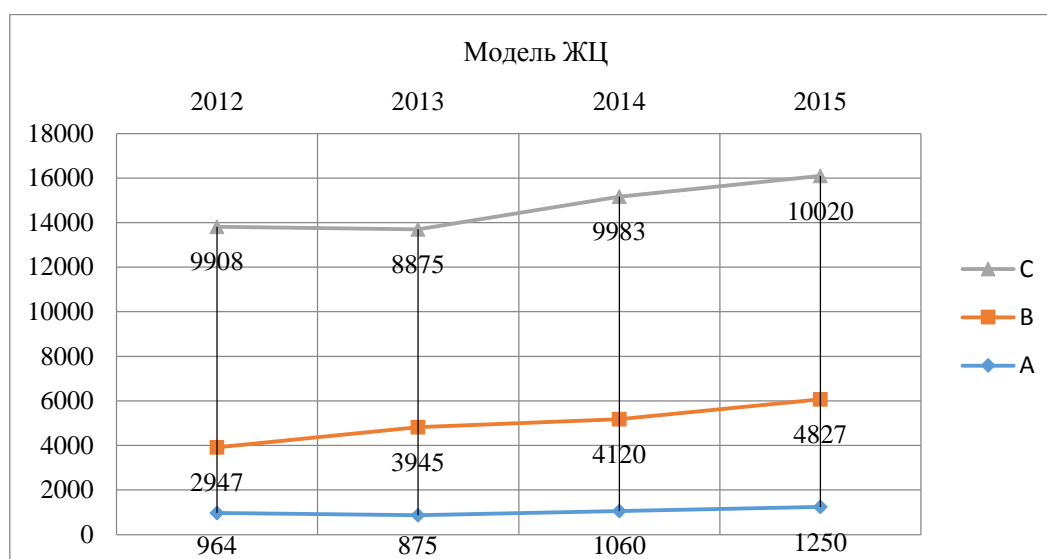


Рисунок 1 – Модель жизненного цикла

Из диаграммы видно, что количество предоставляемых услуг постепенно растет, однако, можно также и заметить лидирующий тип услуг. Капитальный ремонт силовых агрегатов автомобилей КАМАЗ (С) представляет собой тип «дойная корова», данный вид услуг характеризуется низким темпом роста и большой долей рынка. Не требуются большие капиталовложения, наблюдается высокий доход, который компания использует для оплаты своих счетов и для поддержки других направлений своей деятельности.

Капитальный ремонт автомобилей КАМАЗ с переоборудованием до более нового модельного ряда (В) – тип «звезда» быстро развивается и имеет большую долю рынка. Для быстрого роста требуют мощное инвестирование. Со временем рост замедляется, и они превращаются в «дойных коров».

Частичный ремонт по техническому состоянию автомобилей КАМАЗ (А) – тип «собака» – низкая доля рынка, низкая скорость роста. Приносят достаточный доход для поддержания самих себя, но не становятся достаточными источниками для финансирования других проектов [4, с. 142].

В целом охвате деятельности предприятия, и с учетом его остальных сфер деятельности АО «Ремдизель» подходит позиция «звезда». Это связано с тем, что предприятие производит услуги, которые являются высокорентабельными и занимает лидерское положение. Доля рынка составляет 5%, а по сравнению с деятельностью других предприятий темп роста составляет 16%. В данном случае можно говорить о повышении денежных средств, но так как быстрый рост объемов производства требует соответствующих инвестиций, приток денежных средств после инвестиций сокращается. В данном случае расширение производства происходит за счет финансирования от доходов реализации. АО «Ремдизель» характеризуется сильной конкурентной позицией, что подтверждает перспективность предприятия и инвестиционную привлекательность. Для деятельности АО «Ремдизель» целесообразно применить

стратегии роста и увеличения доли рынка, необходимо снизить риск потери клиентов.

Общей стратегией компании АО «Ремдизель» на сегодняшний день является стратегия роста. Стратегия роста способствует увеличению рыночной доли, диверсификации поставщиков, расширению ряда услуг, захвату новых ниш рынка. Для достижения стратегии необходимо: увеличить объем ремонта автомобилей; расширить рынок сбыта; расширить ассортимент предлагаемых услуг; повысить производительность труда; провести рекламные мероприятия. Осуществление данной стратегии должно способствовать усилению позиций предприятия.

Конкурентная стратегия представляет собой общую идею достижения конкурентных преимуществ. На АО «Ремдизель» применяется стратегия дифференциации. В данном случае акцентируется внимание на создании уникального продукта или услуги. Предложенная стратегия основана на доминировании качества над количеством. Для достижения данной стратегии необходимо: создать отличную дилерскую сеть; создать особые маркетинговые подходы; стремиться к равенству или приближенному равенству издержек относительно своих конкурентов; сократить расходы во всех областях, не имеющих прямого отношения к избранному направлению дифференциации; улучшить условия работы с поставщиками [5, с. 206]. На сегодняшний день для АО «Ремдизель» следует порекомендовать обратить внимание на привлечение клиентской базы с целью увеличения доли рынка.

Предлагается АО «Ремдизель» проработать и внедрить программу следующих мероприятий:

1. Заключение долгосрочных договоров, ориентированных на исполнение государственных заказов. Обеспечивается данное положение за счет: осуществления массовой рекламы; предоставления услуг на испытание качества. Суть данного положения заключается в заключении контрактов от 3-х до 5 лет.

2. Повышение качества. Для привлечения клиентской базы в условиях рыночной экономики необходимо обеспечивать высокое качество. Данное положение обеспечивается за счет: модернизации производства, оборудования и технологии; политики лояльности клиента; защиты своих рыночных позиций с использованием ценовых и иных методов; привлечение высококвалифицированных кадров по сравнению с конкурентами; стимулирование комплексных продаж.

3. Уменьшение сроков исполнения заказов. Обеспечивается за счет: отлаженной системы диспетчерского управления производства, закупок комплектующих; применение результатов НТП в организации производства; подготовки финансовой сметы, т.е. соотнесение ожидаемых продаж с оценочной суммой торговых расходов и вероятной прибылью (норма прибыли от продажи).

4. Конкурентоспособная цена предоставляемых услуг. Достигается за счет: увеличения производительности труда; производства закупок комплектующих с применением тендеров для выявления более выгодных предложений; максимально быстрого возмещение произведенных затрат.

5. Привлечение иностранных инвесторов. Данный аспект можно реализовать за счет анализа состояния рынка сбыта, улучшения имиджа фирмы путем создания специальных рекламных материалов; целесообразно перевести бухгалтерскую отчетность на международные стандарты бухгалтерского учета; обеспечение полной прозрачности всех финансовых операций осуществляемых предприятием.

Данный комплекс стратегического планирования основан на обеспечении долгосрочных клиентов, повышении уровня предлагаемых услуг, привлечении высококвалифицированных кадров по сравнению с конкурентами, уменьшении сроков выполнения заказов, на обеспечении активной политики лояльности клиента.

Список использованной литературы:

1. Алексеева М. М. Планирование деятельности фирмы: Учебно-методическое пособие. – М.: Финансы и статистика, 2013. – 248 с.
2. Винокуров В. А. Организация стратегического управления на предприятии. - М.: АОЗТ "Центр экономики и маркетинга", 2013. – 400 с.
3. Акофф Р.Н. Планирование будущего корпорации. - М.: Прогресс, 2014. - 250 с.
4. Баканов М. И., Шеремет А.Д. Теория экономического анализа: - 4-е изд. доп. и перераб. - М.: Финансы и статистика, 2012.- 400с.
5. Горемыкин В. А. Стратегическое планирование на предприятии М: Трикта, 2013. - 300 с.

© Падун М.А., Пуряев А.С., 2016

О.Н. Пакова

к.э.н., доцент кафедры финансов и кредита,

А.В. Булгакова

студент направления подготовки «Экономика»

ФГАОУ ВПО

«Северо-Кавказский федеральный университет»

г. Ставрополь, Российская Федерация

АНАЛИЗ ЕЖЕМЕСЯЧНОЙ ОТЧЕТНОСТИ МВФ ПО ФИНАНСОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**Аннотация**

Рассмотрены актуальные вопросы анализа кредитной деятельности Международного валютного фонда и его значение в современных условиях для стран-участниц и мировой экономики.

Ключевые слова

Глобализация, ресурсы, финансовая помощь, анализ отчетности.

Глобализация мировой финансовой системы, интеграция и конкуренция на мировом финансовом рынке, его открытость обусловила актуальность совершенствования финансового надзора и регулирования, которое становится одним из основных направлений развития финансовой системы и возможности её интеграции без негативных последствий [1, с. 29].

Наибольшую активность в области наднационального регулирования финансовых рынков проявляют такие организации как Международный валютный фонд (МВФ), Совет по финансовой стабильности, специализированные отраслевые регуляторы (Базельский комитет по банковскому надзору, Международная организация комиссий по ценным бумагам) [2, с. 155].

Для осуществления кредитной деятельности МВФ должен иметь в своём распоряжении временно свободные денежные средства. Каждый месяц он публикует отчёт о финансовой деятельности, где формируются данные по использованию ресурсов Фонда. Исходя из отчёта на 03.03.2016 г., представляется целесообразным проанализировать его основные показатели (таблица 1) [3].

Таблица 1

Финансовая статистика МВФ на конец периода (билл. СДР)

Наименование статьи	2014 г.	2015 г.
Используемые ресурсы		
GRA	902,7	1094,3
PRG Trust	52,4	52,4
Финансовая помощь		
GRA	148,8	121
PRG Trust	7,2	8,3
HIPC (млн. СДР) Количество стран: 36	5,007	5,016
MDRI (млн. СДР) Количество стран: 30	3,537	3,537
CCR (млн. СДР) Количество стран (2014): 1 Количество стран (2015): 4	178,1	246,1
Задолженность		
GRA	1,1	1,1
PRG Trust	0,1	0,1
Trust Fund и др.	0,1	0,1
Процентная ставка		
Доллары за СДР	1,44881	1,38573
СДР процентная ставка, %	0,05	0,05
Темп изменения ставки (скорректированный), %	1,05	1,05
Темп вознаграждения (скорректированный), %	0,05	0,044