

широкой осведомленности о своем продукте. Преимущество для банка на этом этапе – практически полное отсутствие конкуренции.

На стадии *роста* происходит быстрый рост сбыта продукта, а размер прибыли достигает максимальной отметки. Затраты на маркетинг остаются высокими, но их доля в общих издержках уменьшается и, соответственно, падает цена на продукт. Основные стратегические усилия банка направляются на дальнейшее внедрение продукта на рынок. Расширяя сферу сбыта, банк надеется проникнуть в новые сегменты рынка. Успехи в этой области позволяют банку максимизировать свою прибыль. Поскольку этот этап выгоден банку, он стремится любыми способами его продлить.

На стадии *зрелости* происходит замедление роста сбыта продукта и даже его сокращение, т.к. нужды потребителей могут модифицироваться. На рынок может прийти аналогичная, но более совершенная услуга. Продукт получает широкое распространение и максимально охватывает клиентуру. В результате значительного усиления конкуренции цена на продукт достигает максимальной отметки, а объем прибыли постепенно снижается. Эта стадия характеризуется высокой стабильностью и устойчивой прибылью.

На стадии *спада* наблюдается устойчивое падение объемов сбыта и существенное снижение размера полученной прибыли. Поэтому внимание банков начинает переключаться на новые виды продуктов.

Банк должен проводить системное изучение всех этапов жизненного цикла, с тем, чтобы сбалансировать структуру продуктового ряда с точки зрения размеров получаемой прибыли и разнообразия предоставляемых услуг. Высокие доходы имеют место тогда, когда банк выходит на рынок с качественно новым продуктом, который другие банки пока не использовали. В то же время банк не должен пренебрегать оказанием бесплатных услуг, поскольку они позволяют стимулировать сбыт и способствуют сохранению имиджа банка

Е.Ю. Корелина, О.В.Шадрина

Российский государственный профессионально-педагогический университет

ПРОБЛЕМЫ ОРГАНИЗАЦИИ ОПЛАТЫ ТРУДА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Серьезным социальным вызовом является значительная дифференциация населения по уровню доходов и высокий уровень его бедности. Соотношение денежных доходов 10% самых богатых и 10% самых бедных граждан составляет 15,8 раз, численность населения с денежными доходами ниже величины прожиточного минимума составляет 21,1 млн. человек или 15% от общей численности населения.

С 1 января 2009 г. минимальный размер оплаты труда установлен в сумме 4330 р. в месяц, что соответствует величине прожиточного минимума 2007 г. В условиях, когда последствия кризиса окончательно не преодолены, а финансовые возможности бюджетной системы и бизнеса достаточно ограничены, вопрос о размерах повышения минимального размера оплаты труда в ближайшей перспективе будет предметом тщательного анализа возможных социально-экономических последствий и консультаций с профсоюзами и работодателями.

Вторым критерием, который будет использоваться при установлении новых систем оплаты труда, будет сложность выполняемой работы. Третий критерий или фактор – это компенсационные выплаты, которые будут устанавливаться на основе аттестации рабочих мест, и это стимулирующие выплаты.

Важно обратить внимание на то, что при переходе на новую систему оплаты труда ни одному работнику в соответствии с 605-м постановлением правительства РФ заработная плата не может быть снижена. Все внебюджетные источники остаются у федеральных бюджетных учреждений, они не изымаются, но они наряду с бюджетными средствами являются источником для установления новой системы оплаты труда. Основная их часть должна пойти на установление как раз стимулирующих выплат, и к 2010 г. размер стимулирующих выплат должен достигнуть 30 процентов в фонде оплаты труда соответствующих учреждений.

Кроме этого, постановление Правительства РФ № 605 возлагает достаточно серьезные полномочия на руководителей учреждений. Руководителям учреждений предстоит как раз установить эти размеры стимулирующих выплат помимо основных окладов и доплат. И здесь все федеральные органы до 1 сентября 2008 г. должны разработать критерии эффективности и критерии оценки деятельности своих работников.

Е.В. Короводина, О.И. Гадельшина

Российский государственный профессионально-педагогический университет

БИЗНЕС ПЛАНИРОВАНИЕ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Бизнес-план как инструмент внутрифирменного управления формулирует стратегию и тактику деятельности по реализации проекта. В данном качестве он связан с прогнозированием и реалистичной оценкой вероятности успеха в осуществлении задуманного проекта, составляет основу стратегического планирования коммерческой деятельности, позволяет уберечься от деятельности, обреченной на провал и осуществлять контроль за ходом реализации проекта в каждый конкретный период времени, сверяя достигнутые результаты с плановыми, проводить необходимые корректировки.