

Таким образом, почти все сталкиваются с такой ситуацией, в которой нужно сбалансировать цену, качество и еще целый ряд критериев, при этом оставаться конкурентоспособным и вести свой бизнес по прогрессирующему пути.

Е.В. Федянина, Т.П. Тихомирова

Российский государственный профессионально-педагогический университет

ОЦЕНКА РЕАЛИЗАЦИИ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ИНТЕРЕСОВ НАСЕЛЕНИЯ

В экономической науке нет единого подхода к вопросу о формах проявления и реализации экономических интересов. Иногда их проявление и реализацию отождествляют с хозяйственной практикой. Согласно таким представлениям конкретными формами проявления экономических интересов служат стимулы, различные формы стимулирования, финансовые результаты деятельности.

Важнейшим источником обеспечения жизнедеятельности человека и основной частью его доходов является заработная плата, которая выступает мощным инструментом регулирования экономических интересов и формой их реализации. Реализация экономических интересов проявляется в полноте выполнения заработной платой ее основных функций, к которым относятся, прежде всего, воспроизводственная, стимулирующая и социальная. Анализ показателей полноты реализации функций заработной платы показал:

- темпы роста заработной платы превышают темпы роста среднестатистических денежных расходов, но абсолютная величина этих расходов ежегодно превышает размер реальной заработной платы на 30–35%. Это значит, что для обеспечения работников и их семей необходимыми жизненными благами только заработной платы недостаточно. Это свидетельствует о том, что заработная плата недостаточно полно выполняет свою воспроизводственную функцию и не реализует полностью экономические интересы работников;

- темпы роста номинальной средней заработной платы превышают темпы роста валового внутреннего продукта, растет его зарплатоемкость. Значительными темпами растут потребительские цены. Это свидетельствует о снижении материального стимулирования: рост реальной заработной платы превышает рост эффективности производства. Размер заработной платы не способствует реализации экономической заинтересованности работников в повышении результатов их труда;

- за средними показателями роста заработной платы скрывается ее высокая дифференциация. Так, в 2008 г. заработная плата 10% работников с высокой заработной платой в 13,2 раза превысила заработную плату 10% работни-

ков с низкой заработной платой. Растет дифференциация заработной платы в различных сферах занятости населения. Нарушается принцип социальной справедливости: равная оплата за равный труд. Это значит, что заработная плата не выполняет своей социальной функции.

Для восстановления функций заработной платы и обеспечения условий их реализации необходимо осуществление целого комплекса взаимосвязанных мероприятий по регулированию оплаты труда. Чем в большей степени реализуются функции заработной платы, тем полнее будут претворяться в жизнь экономические интересы населения.

А.А. Фоминых, Е.Л. Борцова

Российский государственный профессионально-педагогический университет

МАРКЕТИНГОВЫЕ РЕСУРСЫ УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИЕЙ

Современная роль маркетинга в управлении организацией не вызывает сомнения по той причине, что рассматривает потребности клиентов в качестве единственно возможного средства увеличения прибыли. Практическая работа отдела маркетинга поддерживается использованием ресурсов предприятия.

Комплекс маркетинга, знаменитое «4Р» – product, price, place, and promotion уже сам по себе говорит о том, что для работы во всех направлениях комплекса необходимы материальные либо нематериальные ресурсы. Для реализации чего-либо необходима идея. Генератором идей выступают люди. Отсюда первый ресурс – человеческий.

Когда идея сформирована необходимо время для ее детальной проработки, отсюда второй ресурс маркетинга – временной. Время как ресурс маркетинга является уникальным по своей природе. С одной стороны, чтобы сформировать идею и реализовать ее необходимо достаточное количество времени. С другой стороны – чем быстрее это произойдет, тем эффективней будет работа. И опять же важно реализовать идею в нужное время, только тогда эффект будет максимальным.

Следующим этапом в маркетинге для реализации всего комплекса необходима информация. От скорости получения и обработки информации, ее достоверности, а главное – актуальности зависят выводы и результаты работы по реализации бизнес-идеи. В целом процесс обмена информацией между окружающей средой и организацией реализуется посредством комплекса коммуникаций, которые включают традиционную рекламу и новейшие коммуникации в режиме реального времени посредством Интернет-ресурсов.

Другим немаловажным ресурсом маркетинга выступают финансы, от наличия либо доступности которых, главным образом, и зависит возможность