

политика. Поскольку Украина выбрала евроинтеграционный курс, то становится понятным, что ее налоговая система должна соответствовать европейским устремлениям. Создание прозрачных правил ведения хозяйственной деятельности и налогообложения, а также обеспечение единых справедливых подходов ко всем субъектам налоговых правоотношений будет способствовать укреплению партнерских отношений между гражданами, субъектами хозяйствования, государством и межгосударственными организациями. Указанное также должно привести к увеличению поступлений в бюджеты всех уровней, рост доходов предприятий и доходов граждан.

Литература

1. Майбуров И.А. Налоговые реформы. Теория и практика: монография / [И.А. Майбуров и др.]: под. ред. И.А. Майбурова, Ю.Б. Иванова. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2010. – 463 с.
2. Прокопчук Е.Т. Классификационные характеристики современных налоговых систем / Е.Т. Прокопчук / Экономика: вчера, сегодня, завтра. – 2015. – № 5. – С. 77-91.
3. Paying Taxes 2014: Ключевые факторы, влияющие на рейтинг Украины [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http : // kherson.minrd.gov.ua/data/material/000/016/74108/0.pdf](http://kherson.minrd.gov.ua/data/material/000/016/74108/0.pdf).

Тайм-маркетинговые технологии в управлении кадровой конкурентоспособностью предприятий

Киселева Е.М., к.э.н., Гужавина А.О.

Университет машиностроения,
кафедра «Управление персоналом»,
г. Москва, Россия.

*klm18.08@mail.ru, +7(903) 683-07-21,
forget-me-noot@outlook.com, +7(985) 192-16-72*

Аннотация. В статье рассмотрены современные технологии управления временем персонала в целях повышения привлекательности компании на рынке труда и ее конкурентоспособности

Ключевые слова: конкурентоспособность, персонал, кадровая конкурентоспособность, время, тайм-маркетинг

Современные проблемы повышения и поддержания конкурентоспособности предприятия необходимо решать в комплексе с мероприятиями, направленными на его эффективное кадровое обеспечение.

Предприятия, связанные с высокотехнологичным производством, могут для обеспечения своей конкурентоспособности опираться только на высокопрофессиональный персонал.

С позиции маркетинга, сотрудников предприятия можно охарактеризовать, как внутренних клиентов, которым предоставлена работа. В этом случае можно говорить о кадровой конкурентоспособности – способности предприятия организовать и «продать» рабочее место нужным в данный момент работникам, а именно обеспечить себя высококвалифицированным и компетентным персоналом.

Таким образом, возникает необходимость применения современных подходов к повышению привлекательности предприятия на рынке труда. Такие методы привлечения персонала направлены на ряд приоритетных потребностей, таких как здоровье, хорошее настроение, благополучие и другие ценности, характерные для каждой отдельной личности. При этом нельзя забывать и самый дорогой ресурс, по причине его невосполнимости – время.

Традиционно, для решения задач по управлению временем клиента используются приемы тайм-маркетинга. Основная цель тайм-маркетинга сделать так, чтобы имея дело с компанией, потребитель или клиент был убежден в том, что он: хорошо провел время;

покупает у этого продавца, потому что это экономия его времени; сотрудники этой компании ценят его время. Для реализации этой цели организации могут использовать самые разные маркетинговые инструменты: время проведения различных акций, организация процесса обслуживания (он-лайн заказы, доставка, самообслуживание, пакетные предложения), многофункциональность продукта и другие.

Действительно, те компании, которые используют идею управления временем своих клиентов, имеют неоспоримые конкурентные преимущества. Потребители часто делают выбор в пользу предприятий или продавцов, которые позволяют им сделать их время более эффективным.

Попробуем спроецировать технологии тайм-маркетинга на персонал предприятия, рассматривая персонал в качестве внутренних клиентов компании.

Часто сотрудники озабочены проблемой баланса работы и личной жизни. При этом понятие «баланса» очень индивидуально. Одному сотруднику необходимо иметь гибкий график работы, возможность удаленной работы, в то время, когда он может быть наиболее эффективен, Другому, наоборот, необходимо приходить каждый день в офис в определенное время и покидать рабочее место, не задерживаясь ни на секунду.

Здесь, исходя из планов работников, жизненных целей каждого, сегодняшних приоритетов, эффективной представляется персонификация времени сотрудника. То есть сотруднику необходимо дать возможность тратить время на то, что делает его счастливым и удовлетворенным на работе.

С точки зрения хорошего времяпрепровождения, экономии времени, ценности времени для сотрудника инструментами повышения привлекательности предприятия как работодателя могут быть различные мероприятия. Перечислим, на наш взгляд, наиболее эффективные из них.

Гибкий график работы, возможность удаленной работы – с одной стороны, касается удобства и комфортности работы; с другой - позволяет каждому сотруднику оптимально планировать день, поскольку у всех есть свои увлечения, возникают вопросы и проблемы, которые необходимо решить в течение дня.

Компания должна видеть в каждом сотруднике не только профессионала, но и человека со своими интересами и оказывать помощь в их реализации. Для тех, например, кто интересуется спортом - организация спортивных команд и мероприятий; для увлекающихся фотографией - организация выставок фоторабот и так далее.

Забота о здоровье, здоровое воспитание. ДМС, предоставление или расширение возможностей для занятий спортом: фитнес-зоны на территории предприятия или продажа корпоративных клубных карт.

Корпоративные мероприятия, приветствие присутствия членов семьи на корпоративных мероприятиях, оборудование предприятий детской комнатой или детским уголком (актуально для работающих мам и пап), новогодние подарки для детей – способствуют времяпрепровождению с семьей.

Этот список не ограничивается предложенными мероприятиями и может быть продолжен уникальными предложениями каждой компании с учетом особенностей собственных сотрудников. Важно помнить одно – необходимо сделать так, чтобы сотрудник расценивал время, уделяемое работе, как время, которое он посвящает личной жизни. Работа в компании должна восприниматься сотрудниками как часть персонального развития, а значит и частью личной жизни.

Вывод

Если цель тайм-маркетинга выполняется успешно и работник организации решает, что его ценный жизненный ресурс расходуется рационально, он приносит компании доход и превращается в лояльного и преданного сотрудника, эффективно вкладывающего свой труд в повышение конкурентоспособности предприятия

Литература

1. Киселева Е.М., Доронина Ю.Ю. Инновации как способ креативного действия в сфере маркетинга персонала // Проблемы и перспективы модернизации промышленности: экономико-организационные аспекты: сборник научных статей по материалам конференции / под редакцией А.Н. Герасина, В.Н. Щербакова – М.: МГИУ, 2012
2. Крекова М.М. Методологические особенности философско - экономического анализа управления человеческими ресурсами / Вестник АСКОР №1, М.,2012
3. Крекова М.М., Белянина И.В., Доронина Ю.Ю., Игнатьева О.В., Киселева Е.М., Красильников А.В. учебное пособие Предпринимательство: кадровый потенциал. - М.МГИУ, 2015

Влияние развития трудовых ресурсов на решение проблем импортозамещения

Крекова М.М., д.э.н., Самохвалова И.О.

*Университет машиностроения,
кафедра «Управление персоналом»,
г. Москва, Россия.*

*kmm1901@mail.ru, +7(985) 978-95-75,
samokhvalova.i.o@mail.ru, +7(916) 388-57-65.*

Аннотация. В статье актуализированы проблемы замещения импортных товаров на российском рынке и рассмотрены вопросы влияния развития трудовых ресурсов на эти процессы.

Ключевые слова: управление, развитие, персонал, конкуренция, импорт.

Современные трудовые ресурсы нашей страны начинают оказывать все большее влияние на производственные процессы. Последние десятилетия характеризовались достаточно стойкой зависимостью производства от финансовых институтов и политики собственников, в руках которых оказались производственные мощности в девяностые годы. Следует отметить, что одним из главных факторов успешного функционирования любого предприятия на рынке являются его конкурентные преимущества. Качественные трудовые ресурсы позволяют не только реализовать этот фактор, но и способствуют экономическому росту.

В связи с кризисной ситуацией на мировых рынках экономические затруднения сегодня испытывают все страны. В России к проблемам мировой экономики добавляется влияние введенных западными странами санкций. Несмотря на это наша страна достойно справляется со всеми трудностями, обретая прекрасную возможность для развития собственного производства.

Необходимо решить первоочередную задачу импортозамещения, о которой говорил Д.А.Медведев на заседании Правительственной комиссии по импортозамещению: «Тема импортозамещения очень важная, но её, ни в коем случае, нельзя доводить до абсурда. Надо замещать важнейшие сегменты того, что критически важно производить в нашей стране. Речь не идёт о том, чтобы заместить всё».

Импортозамещения это долгосрочный проект. Его реализация началась с тесного взаимодействия с ВУЗами страны. Государство перестраивает их работу на внутреннюю экономику, на связь подготовки молодых кадров с работодателями, на проектное образование.

Начались разработки активной инвестиционной программы развития промышленности и инвестиционных технологий. Все это предоставит возможность для достижения технологической независимости, формирования положительного сальдо внешнеторгового баланса. Применение отечественных технологий будет способствовать своевременным модернизациям экономических систем, следовательно, к повышению качества продукции. Эта цепочка должна привести к повышению конкурентоспособности российских предприятий. Легкая промышленность, агропромышленный комплекс и машиностроение, опираясь на программу импортозамещения, начали развитие в региональных секторах. Объединение по