

ного пользования. Компании, функционирующие на этих рынках, сталкиваются с высокой конкуренцией, как со стороны региональных производителей, так и зарубежных производителей, которых представляют региональные торговые организации. Один из основных вариантов бороться с конкуренцией – разработать и реализовать маркетинговую стратегию с учетом специфики функционирования товаров длительного пользования. Именно она позволит понять, где в настоящий момент находится компания, и какие у нее пути развития.

Список литературы

1. [Электронный ресурс], режим доступа: http://dic.academic.ru/dic.nsf/econ_dict/21961, дата обращения: 11.02.2.13.
2. График потребления товаров длительного пользования по сравнению с товарами кратковременного пользования [Электронный ресурс], режим доступа: <http://yourlib.net/content/view/13378/158/> –
3. Никитина С.Ю. Мебельный рынок России // Дизайн и производство мебели. 2003. №1. С. 2-4.

**МЕСТО ХОЛДИНГОВЫХ КОМПАНИЙ
В ЛПК РОССИИ**

Лысенко М.В., Ковешникова Н.С.

*ФГБОУ ВПО «Воронежская государственная
лесотехническая академия», Воронеж,
e-mail: natalia.koveshnikova@mail.ru*

Россия – страна, которая имеет мощный лесоперерабатывающий комплекс, включающий заготовку, механическую обработку и химическую переработку древесины. В России сосредоточена пятая часть мировых запасов древесины. Площадь лесного фонда РФ составляет 1181 млн. га.

Термин «холдинг» является производным от английского «держать», т. е. в нашем русском понимании это «держательная» компания, которая владеет контрольными пакетами акций других компаний (держит эти пакеты). Поскольку «держательная» звучит не очень красиво, мы вынуждены применять в своем лексиконе заимствованное слово «холдинг».

В России же на сегодняшний день под холдингом понимается совокупность юридических лиц, связанных между собой отношениями, при которых головная компания управляет деятельностью других компаний, – именно такая трактовка термина дается в законе «Об акционерных обществах». Ниже мы будем придерживаться российской трактовки, понимая под холдингом совокупность предприятий.

С понятием холдинга ознакомились, давайте теперь поговорим об особенностях управления дочерними предприятиями головной компаний.

Во-первых, эта операция осуществима через обладание контрольным пакетом акций. При этом контрольный пакет не обязательно должен составлять 51% акций дочернего предприятия. Под контрольным пакетом подразумевается любое число акций, обеспечивающее принятию нужное решение на собрании акционеров. Так же можно сделать вывод, что чем больше в компании акционеров, каждый из которых обладает небольшим количеством голосов, тем меньший пакет требуется для установления контроля над предприятием; в ряде случаев достаточно 20-25% акций. Во-вторых, головная компания может контролировать деятельность другого предприятия, если между ними заключен договор, по которому головная компания имеет право давать указания, являющиеся обязательными для исполнения дочерним предприятием. В-третьих, головная компания реализует свои функции контроля, если в уставе дочернего предприятия предусмотрено, что головная компания вправе давать ему указания относительно производ-

ственно-хозяйственной, финансовой и инвестиционной деятельности [1].

Основными задачами, которые решаются в процессе создания холдингов, являются: 1) создание технологически взаимосвязанных производственных и сбытовых цепочек; 2) диверсификация бизнеса, когда в холдинг входят разнородные предприятия, производящие различные виды продукции или услуг. Диверсификация способствует наращиванию мощи и повышению устойчивости; 3) оптимизация структуры управления, в процессе которой руководство головной компании может сосредоточиться на разработке и решении стратегических задач, которые обеспечат перспективное развитие всей группы компаний; 4) создание собственной сервисной сети; 5) обособление лицензируемых видов деятельности – аудиторской, страховой, инвестиционной и др.; 6) снижение рисков и повышение устойчивости бизнеса. Чтобы снизить риски, под реализацию инновационных проектов действующая компания создает дочерние предприятия, которые несут ограниченную ответственность в пределах своего имущества. Таким образом, устойчивость головной компании повышается, а риски переносятся на дочернее предприятие [1].

В лесопромышленном комплексе распределение трансакционных издержек идет по вертикально-интегрированной системе. Это связано с появлением более дешевого способа управления изнутри, в сравнении с закупками ресурсов на рынке. При этом необходимость принятия решения о формировании вертикально интегрированной структуры многие исследователи объясняют стремлением предприятия снизить трансакционные издержки или издержки «рыночных трансакций».

Кроме этого, в лесопромышленном комплексе вертикально интегрированные структуры смогут обеспечить и дополнительные преимущества: возможность построения полностью замкнутой структуры производства с автономными источниками сырья и целевыми рынками сбыта; оптимизация замкнутой структуры на всех этапах производства; – оптимизация использования сырьевой базы и продукции переработки на каждом этапе производства; оптимизация структуры продукции; оптимизация использования оборудования и сбалансированность дорожного строительства; возможность осуществления нескольких этапов построения замкнутой структуры одновременно, без лишних потерь времени и многое другое. Вертикальная интеграция обладает большей адаптивностью для совместного функционирования, ведет к уменьшению издержек, сглаживает конфликты, возникающие на разных стадиях цикла, с помощью механизмов внутреннего управления, т. е. приводит к гармонизации отношений и интересов в процессе принятия решений, что для такого вида холдинга играет важную роль [2].

**ХАРАКТЕРИСТИКА И ПРЕИМУЩЕСТВА
ХОЛДИНГОВОЙ КОМПАНИИ
НА МЕБЕЛЬНОМ РЫНКЕ**

Лысенко М.В., Носова О.С.

*ФГБОУ ВПО «Воронежская государственная
лесотехническая академия», Воронеж,
e-mail: oksana.nosova.92@mail.ru*

ОАО ХК «Мебель Черноземья» – одно из крупнейших предприятий мебельной отрасли России.

ОАО ХК «Мебель Черноземья» выпускает яркую, модную мебель из экологически чистых материалов, находящую своего благодарного и массового потре-

бителя. Она занимает лидирующее положение на региональном мебельном рынке.

Воронежская компания «Мебель Черноземья» имеет 20 торговых филиалов в России. Фирма была образована в Воронеже, в 1997 году на базе Воронежского комбината мебельных деталей. История компании начиналась в сложные 90-е, когда рушились десятилетиями выстроенные производственные связи предприятий, закрывались заводы, на краю гибели оказывались целые отрасли народного хозяйства. На практике постигая новые экономические законы, компания одной из первых в отрасли наладила серьезную маркетинговую работу, что позволило гибко реагировать на запросы рынка.

На предприятии работают более 2500 человек. Персонал постоянно повышает профессиональные навыки: этому способствуют регулярные тренинги в сфере эффективных продаж и плановые мероприятия в производственных подразделениях, направленные на улучшение качества продукции.

Компания «Мебель Черноземья» сегодня – это оснащенное современным техническим оборудованием производство. Холдинг входит в пятерку самых крупных мебельных предприятий России. Секрет стабильности компании в верности выбранным приоритетам, в основу которых заложены вечные ценности – красота и надежность. ОАО «Мебель Черноземья» выпускает яркую, модную мебель из экологически чистых материалов, находящую своего благодарного и массового потребителя.

Конкурентные преимущества ОАО Холдинговой компании «Мебель Черноземья»: 15-летняя репутация успешной компании, работающей на рынке мебели свыше 70 лет; уникальный производственный комплекс площадью 10 гектар; процессы производства и управления компании сертифицированы Европейским агентством RW-TUV на соответствие ISO 900:2000 и ISO 1400:2004; три десятка собственных успешных мебельных центров, где фирма продает свою мебель: г. Воронеж – Центральный Дом Мебели (14500 м²), г. Ростов-на-Дону – ТК «Интеррио» (8000 м²), г. Санкт-Петербург – ТК «Интеррио» (24000 м²) и др.; более 250 фирменных торговых точек, в которых фирма осуществляет единую рекламную и маркетинговую политику.

Для повышения качества товаров особое значение в настоящее время имеет повышение квалификации работников оптовой и розничной торговли, уровня их профессиональных знаний в области ассортимента. Поэтому в 2003 году ОАО ХК «Мебель Черноземья» внедрило систему менеджмента качества всего производственного процесса в соответствии с требованиями международного стандарта ISO 9001:2000 и получило сертификат TUV SERT всемирно известной европейской компании RW TUV (Ессен, Германия). В январе 2007 года система качества ОАО ХК «Мебель Черноземья» успешно прошла сертификацию на соответствие международному стандарту ISO 14001 система экологического менеджмента предприятия [1].

Российские ценители хорошей мебели знакомы с такими сериями продукции холдинга, как наборы для спальни «Орхидея», «Валенсия», «Венеция», «Naroli», «Novella», «Naturel. Ежегодно внедряет новинки мировой мебельной моды в серийное производство, например, в 2010 году полностью обновлена серия «Палермо», «Элеганца», «Мурано», «Луиза»; выпущены новые серии мебели «Радуга», «Афина», «Мартель», «Элеги.

Факторы успеха сотрудничества с ОАО Холдинговой компанией «Мебель Черноземья»: доступность

более 1 500 наименований мебели из 16 основных серий всех ассортиментных групп; эксклюзивная программа индивидуального изготовления кухонной; комфортная отгрузка Вашего транспорта; возможность доставки Вашего заказа ж/д и нашим автомобильным транспортом; любая удобная для Вас форма оплаты; оптимальная накопительная система скидок; уникальные условия для VIP-партнеров – крупных торговых сетей.

Объем производства «Мебель Черноземья» составил 4,5% всей выпускаемой в России мебели, годового объема продаж в 2009-2010 гг. свыше 150 миллионов долларов.

ОАО Холдинговой компанией «Мебель Черноземья» имеет 92 престижных наград, завоеванные изделиями фирмы за 11 лет на международных выставках, в числе которых – Национальная премия «Российская кабриоль» 2005-2010 гг.; «100 лучших товаров России» 2001-2009 гг. Фирма – обладатель приза «Лидер качества»; «Баланс цены и качества»; «Российское качество»; «Лучшие в России» (РФЗПП).

С 19 по 23 ноября 2012 года в Москве, в ЦВК «Экспоцентр» состоялась 24 международная выставка «Мебель, фурнитура и обивочные материалы».

Победителями 7 конкурса стала корпусная мебель для жилых помещений «Лучиана» и «Стиллс», этим коллекциям вручена Золотая медаль. Лауреатами Гран-При в номинации «Лучшая дизайнерская разработка» стали серии для гостиных и спален «Империо» и «Наоми», а также набор для кухни «Афродита» [1].

Список литературы

1. Официальный сайт ОАО ХК «Мебель Черноземья» [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://www.mche.ru/>
2. Будылин С. Идеальный холдинг: эскизный проект [Электронный ресурс] // Режим доступа: http://www.iteam.ru/publications/strategy/section_31/article_3131.
3. Воробьева О.В. Воздействие реструктуризации вертикально-интегрированных компаний на региональное экономическое пространство. Автореферат на соискание уч. степени д.э.н. [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://old.tisbi.org/about/struct/dissowet/DS2012/ARSParow.pdf>.

ПОНЯТИЕ КАРЬЕРЫ И КАРЬЕРНОГО РОСТА ПЕРСОНАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ

Лялина Е.Е.

ФГБОУ ВПО «Воронежская государственная лесотехническая академия», Воронеж,
e-mail: lialina.iekaterina@mail.ru

Карьера – это успех, продвижение по карьерной лестнице. Другими словами, это результат определенного поведения и позиции человека в трудовой деятельности, связанный с его профессиональным ростом. Каждый человек строит карьеру сам, и это зависит от его желаний, целей и установок [1].

Для эффективного роста работнику необходимо овладеть новыми компетенциями, которые не были задействованы прежде.

Карьерный рост – это расширение полномочий и ответственности сотрудника, движение вверх, переход с одного уровня управления на другой [1].

Управление карьерным ростом – это отнюдь не ожидание милостей от начальства, это четкое осознание желаемой цели и планирование действий для ее достижения. Людям амбициозным, уверенным в себе и своих организаторских и управленческих способностях интересны компании, вакансии которых предусматривают возможность карьерного роста, в то время как творческие личности больше обращают внимание на компании, делающие акцент на совершенствовании профессионализма и высокого уровня мастерства [1].

Исходя из этого, можно сделать вывод, что карьера – это итог сотрудничества специалиста, обладающего опре-