

РАЗРАБОТКА МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ В АВТОМОБИЛЬНОМ БИЗНЕСЕ

Степанцев В.А., Ивасенко А.Г.

Филиал НОУ ВПО «Московский институт предпринимательства и права» в г. Новосибирске, Новосибирск, Россия

Растущая конкурентность рынка предполагает разработку и реализацию фирмой адекватной (конкурентной по своей сути) маркетинговой стратегии, которая представляет собой важнейшую составляющую ее маркетинговой политики. В самом общем своем понимании стратегия является набором приемов и правил, позволяющих фирме достигать конкретных целей за счет согласования ее внутренних ресурсов и возможностей с окружающей внешней средой [1]. Основными моментами формирования стратегии конкретной фирмы являются:

- цели и приоритеты фирмы;
- возможности фирмы (финансовые, технико-технологические и др.);
- рыночная ситуация, включая внутреннюю и внешнюю среду маркетинга.

Стратегия поведения фирмы на рынке должна быть адаптивной, то есть непосредственным образом ориентированной на учет складывающегося для данного предприятия уникального комплекса его целей, возможностей, рыночных условий и перспектив. Не менее важна и систематическая коррекция маркетинговой стратегии в соответствии с рыночной динамикой, трансформацией конкурентных позиций фирмы, видоизменением ее задач и приоритетов. Адаптивность стратегии означает, также, необходимость конкретизации магистральных внутрифирменных маркетинговых идей и подходов применительно к отдельным товарным группам, рынкам сбыта и составляющим комплекса маркетинга (рекламе, ценовой политике, технологиям продвижения и сбыта товаров и т.п.).

В этом плане маркетинговая стратегия фирмы предстает целостной системой, объединяющей основополагающие маркетинговые принципы, реализуемые предприятием (его генеральную стратегию), и стратегические приоритеты по отдельным направлениям и аспектам избранного фирмой вида бизнеса. Чем динамичнее, конкурентнее и дифференцированное рыночная среда, чем диверсифицированное предприятие, тем сложнее структурированное и многоаспектнее должна быть ее стратегия, «гибче» система целей и приоритетов, чьей реализацией данная стратегия служит.

Список литературы

1. Ивасенко А.Г. Антикризисное управление: учебное пособие / А.Г. Ивасенко, Я.И. Никонова, М.В. Каркавин. – 2-е изд., стер. – М.: КНОРУС, 2011.
2. Ивасенко А.Г. Разработка управленческих решений: учебное пособие / А.Г. Ивасенко, Я.И. Никонова, Е.Н. Плотникова. — 3-е изд., стер. — М.: КНОРУС, 2011. — 168 с.
3. Никонова Я.И. Мы наш, мы новый мир построим // Креативная экономика. 2009. № 2. С. 3 – 7.

МОТИВЫ СЛИЯНИЙ И ПОГЛОЩЕНИЙ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ В РОССИИ

Черепанова О.Ю., Гришанова А.В.

Филиал НОУ ВПО «Московский институт предпринимательства и права» в г. Новосибирске, Новосибирск, Россия

Консолидации банковского сектора России за счет роста числа слияний и поглощений наблюдается на фоне снижения маржи банковской прибыли, усиления

конкуренции со стороны транснациональных банков и небанковских учреждений.

Анализируя мотивацию менеджмента банков к укрупнению бизнеса, следует отметить, что одним из основных является стремление получить в результате слияния и поглощения синергетический эффект. Диверсификация бизнеса в разрезе стабилизации потока денежных средств и снижения рисков также относится к числу мотивов слияний и поглощений. Так, например, в условиях, когда процентные доходы подвергаются высокому уровню цикличности, приобретение специализированного финансового учреждения, основным источником доходов которого являются комиссии, может оказать положительное воздействие на тренд доходности.

К числу мотивов слияний и поглощений относят также стремление повысить качество и эффективность управления, как правило, поглощаются менее эффективные и хуже управляемые банки. Мотивом могут служить и личные амбиции менеджмента, когда цель укрупнения в большей мере связана с масштабами, чем с результатами деятельности банка.

Возможность использования избыточных ресурсов – также важный мотив. Например, региональный банк, расположенный в районе с большими финансовыми ресурсами, но с ограниченными по тем или иным причинам возможностями для их размещения, может быть интересен для крупного банка, оперирующего в национальном масштабе.

Также, поглощаемая организация может обладать отдельными налоговыми льготами, которые полностью не использовались по тем или иным причинам, что представляет интерес для крупного банка.

В деятельности российских банков стратегические планы по освоению новых географических рынков являются основными для принятия управленческих решений об укрупнении. Умение приспосабливаться к изменениям макроэкономических факторов, адаптироваться к потребностям клиентов позволяют коммерческим банкам развивать бизнес.

Список литературы

- Казаков В.В., Гришанова А.В. Моделирование конкурентных цен на банковские услуги // Вестник Томского государственного университета. 2013. № 377. С. 106 – 111.
- Гришанова А.В., Савиных В.Н. Определение ценовых ориентиров для депозитных и кредитных услуг // Интерэкспо Гео-Сибирь: материалы конференции. – Т.2. – № 2. – 2008. – С. 188 – 193.

АНАЛИЗ НОРМАТИВНОЙ ПРАВОВОЙ БАЗЫ ЗЕМЕЛЬНО-ИПОТЕЧНОГО КРЕДИТОВАНИЯ

Щукина С.В., Ивасенко А.Г.

Филиал НОУ ВПО «Московский институт предпринимательства и права» в г. Новосибирске, Новосибирск, Россия

В современном российском законодательстве ипотека является достаточно сложным правовым институтом. Его функционирование обеспечивается не только нормативными правовыми актами, непосредственно регулирующими ипотечные отношения, но и целым рядом других, регулирующих соответствующие виды деятельности – гражданский оборот и имущественные отношения, земельные отношения, оценочную, банковскую и финансовую деятельность и т.д.

Основными нормативными правовыми актами, осуществляющими правовое регулирование ипотеки земельных участков, являются Гражданский кодекс Российской Федерации и Федеральный закон «Об ипотеке (залоге недвижимости)».

Вопросы, связанные с регулированием земельных отношений, планированием использования и

охраны земель, формированием земельных участков, постановкой их на кадастровый учет, регулируются Земельным и Градостроительным кодексами Российской Федерации, Федеральными законами от 24 июля 2002 г. № 101-ФЗ «Об обороте земель сельскохозяйственного назначения», от 21 декабря 2004 г. № 172-ФЗ «О переводе земель или земельных участков из одной категории в другую», от 18 июля 2005 г. № 87-ФЗ «О землеустройстве», от 2 января 2000 г. № 28-ФЗ «О государственном земельном кадастре».

Вопросы оценочной деятельности регулируются Федеральным законом от 29 июля 1998 г. № 135-ФЗ «Об оценочной деятельности в Российской Федерации».

Вопросы государственной регистрации прав на недвижимое имущество и сделок с ним, в т.ч. ипотеки и владельца закладной - Федеральным законом от 21 июля 1997 г. № 122-ФЗ «О государственной регистрации прав на недвижимое имущество и сделок с ним».

Особое место занимают банковская и финансовая отрасли законодательства, а именно - Федеральные законы от 2 декабря 1990 г. № 395-1 «О банках и банковской деятельности», от 25 февраля 1999 г. № 40-ФЗ «О несостоятельности (банкротстве) кредитных организаций», от 30 декабря 2004 г. № 218-ФЗ «О кредитных историях», от 11 ноября 2003 г. № 152-ФЗ «Об ипотечных ценных бумагах», от 22 апреля 1996 г. № 39-ФЗ «О рынке ценных бумаг» и др.

В целом современное законодательство в области регулирования земельно-ипотечных отношений предоставляет достаточно широкие возможности для использования земли в качестве надежного средства обеспечения кредита.

Список литературы

1. Ивасенко А.Г. Ипотека под залог земли. Совершенствование нормативной правовой базы в области регулирования земельно-ипотечных отношений // Российское предпринимательство. 2009. № 4-1. С. 112-117.