

изменения содержания социальной политики.

К таким факторам относятся:

- возрастание роли интеллектуальных способностей человека в процессе производства;
- повышение культурного уровня персонала;
- увеличение затрат на образование и профессиональную подготовку;
- расширение спектра возможностей для профессиональной самореализации личности;
- рост конкурентоспособности профессионалов;
- профессиональная мобильность человека;
- признание профессионального опыта специалиста одной из важнейших ценностей организации.

В организации с неэффективной социальной политикой социальный капитал, как правило, низкий. Он характеризуется тем, что межличностные коммуникации неразвиты, интересы отдельного человека обособлены, персонал не готов к выполнению производственных задач в экстремальных условиях, слабо выражена патриотическая настроенность к репутации организации. Социальный капитал не возникает одновременно с возникновением организации. Он формируется целенаправленно и в течение определенного времени. Чтобы сформировать в организации высокую культуру общения, уважительное отношение человека к человеку, создать атмосферу готовности к сотрудничеству и доверия, выработать умение работать в единой команде, усвоить, принять и строить отношения в соответствии с принятыми корпоративными ценностями, необходимы время, кропотливая работа с людьми и соответствующий социальный ресурс. Этим социальным ресурсом и является социальная политика.

Эффективная социальная политика играет стимулирующую роль для персонала, создает условия для постоянного роста социального капитала.

В процессе выработки и реализации кадровой политики органы государственной власти и управления должны уделять особое внимание формированию социального капитала. Это связано с тем, что он обеспечивает решение важнейшей задачи - полноценной реализации человеческого капитала.

В общественном труде главенствующую роль играет и будет играть в будущем профессионал, его интеллект, образованность. Для того чтобы он оставался в организации, ее социальная политика должна быть конкурентоспособной, т. е. более выгодной для человека, чем в других организациях. Выгодно это и самой организации, и обществу, поскольку развитие производства, рост валового внутреннего продукта страны в первую очередь зависит от интеллекта профессионалов.

Инвестиции в человека оказались делом не только прибыльным, но и стратегически оправданным в условиях конкуренции как между предприятиями, так и между странами. Не оказался в проигрыше от таких вложений и сам человек, прежде всего потому, что расширились возможности самореализации, возросла удовлетворенность трудом, стала вполне реальной его профессиональная мобильность.

Ерофеева О.Н., БГЭУ (Минск)

ПОЛИТИКА ОПЛАТЫ ТРУДА РАБОТНИКОВ

Проблема политики оплаты труда (ОТ) тесно связана с обеспечением функций заработной платы. Политика ОТ должна соотноситься со стратегией работы предприятия. Она может быть не только мотивационным средством, но и инструментом управления в

соответствии с целями, отражающим организационные приоритеты.

Ситуация, сложившаяся на современном этапе рыночных преобразований в Республике Беларусь, объективно требует совершенствования принципов и подходов в области организации зарплаты и методов ее регулирования. Поскольку человеческий капитал является определяющим фактором экономического развития, должны обеспечиваться условия его эффективного применения, в том числе и на основе реализации политики ОТ.

Необходим отказ от применения экономически необоснованных ограничений размеров зарплаты и переход к практике установления индивидуализированного ее размера. В структуру зарплаты следует ввести наряду с существующими ее компонентами оплату по оценкам накопленного человеческого капитала и эффективности его использования.

Ерчак А. И., БГЭУ (Минск)

ОСОБЕННОСТИ ЦЕНОВОЙ ПОЛИТИКИ В ТОРГОВЛЕ

Если для изготовителя продукции размер получаемой прибыли определяется с одной стороны конъюнктурой рынка, а с другой - понесенными расходами, то торговец вынужден считаться и с третьей переменной - отпускной ценой производителя. Предприятие торговли должно ориентироваться на ценовые решения товаро-производителей, соответственно его ценовая политика должна содержать принципы, определяющие взаимосвязь конечных розничных (оптовых) цен и цен приобретения товаров, учитывать интересы конечных потребителей и производителей товаров. Это определяет и необходимость иных подходов при формировании ценовой политики

Состояние неценовых факторов, и в первую очередь определяющих устойчивые конкурентные преимущества торговой фирмы на рынке, может накладывать дополнительные ограничения или предоставлять дополнительные возможности при проведении ценовой политики. Предприятие торговли фактически действует в условиях ценового коридора, в котором нижняя граница - рассчитанная на основе издержек обращения минимальная торговая надбавка, а верхняя граница - предельная, разрешенная государством (в случае наличия ограничений), либо уровень цены на рынке, определяемый спросом, конкуренцией.

Ефимова Н.А., БГЭУ (Минск)

ОСОБЕННОСТИ РАСЧЕТА ПОКАЗАТЕЛЯ ЗАГРУЗКИ НОМЕРНОГО ФОНДА ГОСТИНИЦЫ

Показатель загрузки номерного фонда гостиницы (коэффициент загрузки, коэффициент использования номерного фонда) является одним из основных показателей, используемых при оценке эффективности эксплуатации номерного фонда гостиницы. Он отражает интенсивность использования номерного фонда гостиницы вне зависимости от финансового результата, получаемого от использования номеров, и рассчитывается как удельный вес проданных гостям место-суток в количестве место-суток, которое может быть предложено клиентам гостиницы. В зависимости от того, что понимается под количеством проданных и предложенных место-суток, различают несколько подходов к определению показателя загрузки.