

Эти направления должны охватывать сельское хозяйство, перерабатывающую промышленность обслуживающие отрасли, торговлю, подсобные промыслы, потребительскую кооперацию и т.п.

Основная задача службы – оперативное и целенаправленное обеспечение товаропроизводителей необходимой рыночной и научно-технической информацией для более эффективного ведения сельскохозяйственного производства. Для выполнения этой задачи необходимо создать современную информационную структуру в АПК области на основе компьютерной сети и собственный (на уровне районов и области), активно используемый информационный ресурс.

Маркетинговая ориентация возникает лишь тогда, когда рынок продавца превращается в рынок покупателя. Необходимо на уровне области организовать оптовый рынок сельскохозяйственной продукции. Этот канал сбыта продукции должен быть рассчитан в основном на пополнение оборотных средств, дефицит которых вызван неплатежами. Он должен стать одним из важнейших направлений реализации сырья и готовой продукции.

Создание маркетинговой системы на сельскохозяйственном рынке должно быть составной частью республиканской продовольственной политики и входить в целевую комплексную Программу по реализации продовольственной безопасности.

<http://edoc.bseu.by>

*Киеня Е.А.
УО БГЭУ (Минск)*

МОДЕЛЬ СОЦИАЛЬНО-ТРУДОВЫХ ОТНОШЕНИЙ НА ОТРАСЛЕВОМ УРОВНЕ

Сотрудничество между нанимателями и работниками в социально-трудовых вопросах реализуется через институты социального партнерства. Социальное партнерство – принципиально новая в условиях республики Беларусь система согласования позиций сторон, участвующих в коллективных трудовых отношениях и представляющих интересы работников, нанимателей и государства. Ее становление обусловлено начавшимися в 90-х годах политическими и социально-экономическими преобразованиями, переходом к многоукладной экономике. Система социального партнерства реализуется через заключение соглашений и коллективных договоров. Соглашения заключаются на республиканском (генеральное соглашение), отраслевом (тарифное соглашение) и местном (местное соглашение) уровнях.

Система социального партнерства на отраслевом уровне реализуется через заключение отраслевых тарифных соглашений. Эти соглашения являются нормативными актами, определяющими взаимные обязательства сторон, а также основные направления социально-экономического развития отрасли. На основе тарифных соглашений устанавливаются нормы оплаты и другие условия труда, а также социальные гарантии и льготы для работников отраслей. Они служат также основой для заключения коллективных договоров на предприятиях.

Основным социальным измерителем, требующим обоснования в отраслевом тарифном соглашении, является уровень средней заработной платы. Выбор обоснованной величины данного показателя должен осуществляться в увязке с уровнем производительности труда исходя из того, что темп роста производительности труда должен опережать темп роста заработной платы.

Показатели, корректирующие среднеотраслевое соотношение производительности труда и средней заработной платы, отражают факторы роста производительности труда. В зависимости от степени и характера влияния на уровень производительности труда факторы можно объединить в три группы: материально-технологические, организационно-экономические и социально-психологические.

В качестве основного фактора выдвигается использование основного капитала, который определяет собой масштабы технического перевооружения, внедрения новой техники, а также характеризует в определенной степени уровень организации производства и труда. Важно также увеличить рост объемов производства за счет повышения производительности труда. В этой связи прогнозируемое соотношение роста средней заработной платы определяется следующими показателями: а) среднеотраслевой прирост производительности труда; б) рост фондовооруженности по предприятиям и по отрасли в целом; в) рост энерговооруженности по предприятиям и по отрасли в целом; г) среднеотраслевой уровень прироста среднемесячной заработной платы на 1% прироста производительности труда.

Данные показатели представляют собой систему измерителей, отражающих экономически обоснованную зависимость показателей социальной защиты с уровнем эффективности работы предприятий, а их применение в отраслевых тарифных соглашениях позволит повысить эффективность и действенность всей системы социального партнерства в Республике Беларусь.

Кийко Ю.И.

УО ГрГУ им. Я. Купалы (Гродно)

УПРАВЛЕНИЕ СТОИМОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ

Управление стоимостью предполагает регулирование баланса наравне с отчетом о прибылях и убытках и поддерживает разумное равновесие между долгосрочными и краткосрочными целями деятельности. Такое управление, по сути, представляет собой непрерывную реорганизацию, направленную на достижение максимальной стоимости.

Стоимость компании определяется ее дисконтированными будущими денежными потоками, и новая стоимость создается лишь тогда, когда компания получает отдачу от инвестированного капитала, которая превышает затраты на привлечение капитала. Управление стоимостью предполагает, что все устремления компании, аналитические методы и приемы менеджмента направлены на достижение одной общей цели: помочь компании максимизировать свою стоимость, строя процесс принятия управленческих решений на ключевых факторах стоимости.

Стоимость компании является объектом стратегического управления. Многие высшие руководители понимают, что в конечном итоге эффективность управления предприятием определяется не его ликвидностью или рентабельностью, не величиной прибыли, а увеличением «цены» бизнеса. Это значит, что эффективно управляемое предприятие со временем увеличивает свою стоимость, а, следовательно, величина стоимости является не только предметом фискальных интересов государства, но объектом стратегического планирования, мониторинга и управления.