

ленных параметров оценки, таких как коэффициенты автономии и устойчивого финансирования, темпы роста коэффициента структуры заемного капитала, запаса безубыточности, чистого денежного потока и других.

На третьем этапе для установления относительной финансовой устойчивости проводится сравнительная оценка уровня финансовой устойчивости, что позволяет определить положение исследуемого предприятия в системе координат «высший – низший» по финансовой устойчивости.

Таким образом, комплексная оценка финансовой устойчивости позволяет получить объективное и точное представление об уровне финансовой устойчивости предприятия, исследовать ее как по всей совокупности факторов и проявлений устойчивости, так и по каждому из них в отдельности.

edoc.bseu.by

*Маклакова О.М.
УО БГЭУ (Минск)*

РАЗВИТИЕ РЫНКА ЛЬНЯНОЙ ПРОДУКЦИИ

Под рынком льняной продукции понимается агрегированный спрос на изделия из льна, при производстве которых используются различные технологии и удовлетворяющие потребности разнородных конечных потребителей.

Укрупненно можно представить структуру рынка льняной продукции следующим образом:

- изделия из льна для конечного потребителя-физического лица, а именно: одежда, нижнее белье, ткани различного назначения, белье столовое, белье постельное, художественные изделия, товары для декорирования интерьера (обивка мебели, стен, обои и пр.), изделия медицинского назначения, пищевые продукты;
- льняная продукция для институционального потребителя: изделия медицинского назначения; льняная продукция, используемая в строительстве; прочие изделия.

Состояние рынка льняной продукции характеризуется несоответствием структуры предложения структуре спроса как на внутреннем рынке РБ, так и на мировом. Наблюдается повышенный спрос на изделия, вырабатываемые из длинного волокна высокого качества, а основу экспорта отечественной продукции составляют короткое льноволокно и изделия из него. Кроме того, для удовлетворения внутреннего спроса на продукцию, изготовляемую из длинного льноволокна, импортируется сырье. Ситуация осложняется еще и тем, что на мировом рынке существует специализация стран-производителей льнопродукции на выпуске определенных видов изделий.

В связи с этим встает насущная проблема диверсификации деятельности предприятий, производящих продукцию из льна и модификации структуры предлагаемого ассортимента.

Предпосылками для диверсификации являются всевозрастающий спрос на льняную продукцию, обусловленный ее высокой экологичностью и гигиеническими качествами; обострение конкурентной борьбы как на мировом, так и на отечественном рынке; возможность безотходного производства; необходимость повышения эффективности функционирования льняного подкомплекса в целом.

Для реализации идеи диверсификации деятельности производителей льнопродукции необходимо проведение следующих мероприятий:

- создание единого для подкомплекса координационного центра, отвечающего за разработку новых товаров из льна на всех рынках (сегментах потребителей);

- разработка и принятие комплексной программы научных исследований в целях поиска новых идей в области производства льнопродукции;
 - использование возможностей вновь создаваемого парка высоких технологий для привлечения интеллектуальных ресурсов в разработку новой продукции на основе льна;
 - обеспечение патентной чистоты разработанных товаров;
 - создание механизма коммерциализации идей;
 - привлечение инвестиций в развитие соответствующей производственной базы
- либо, при экономической нецелесообразности, использование возможностей аутсорсинга в области производства новых товаров.

*Маковская Н.В.
УО БГЭУ (Минск)*

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ УПРАВЛЕНИЯ ТРУДОВЫМИ ОТНОШЕНИЯМИ НА РЫНКЕ ТРУДА

Проблема внутреннего рынка труда (ВРТ) и процессов, происходящих в его институциональной форме, является недостаточно изученной. Актуальность изучения внутреннего рынка труда связана с расширением развития социально-трудовых отношений на микроуровне и с переносом специфики этих отношений на макроуровень.

Основу трудовых отношений на предприятии составляют отношения работодателя с работником, в основе которых находится, с одной стороны, спрос работодателя на человеческий капитал работника, с другой – отношения по поводу реализации этого человеческого капитала в условиях внутреннего рынка труда предприятия.

В этой связи актуальным представляется осмысление и изучение таких категорий, как «человеческий капитал» и «внутренний рынок труда», которые определяют основу модели социального управления на микроуровне. Социальное взаимодействие между работником и работодателем формируется на внутрифирменном уровне – в структурных подразделениях предприятия и на отдельных рабочих местах (определяющих внутренний рынок труда) с целью полного и рационального использования человеческого капитала. Содержание внутреннего рынка труда следует рассматривать как систему социально-трудовых отношений, ограниченных рамками одного предприятия, внутри которого назначение цены рабочей силы (зарботная плата), и ее размещение определяется административными правилами и процедурами. Внутренний рынок труда определяется наличием и составом человеческого капитала на предприятии, его движением внутри предприятия, причинами перемещения, уровнем занятости, степенью использования оборудования, наличием свободных, вновь создаваемых и ликвидируемых рабочих мест.

Система управления трудовыми отношениями на ВРТ может быть представлена в двух аспектах:

- механизм управления социально-трудовыми отношениями на ВРТ, основанный на системе социального партнерства;
- механизм управления социально-трудовыми отношениями на ВРТ, основанный на системе взаимодействия внутреннего и внешнего рынков труда.

Механизм управления социально-трудовыми отношениями на ВРТ на основе системы социального партнерства является преимущественным, так как, по утверждению