

рентные отношения как между собой, так и с покупателями рабочей силы. Первоочередной ориентацией продавцов рабочей силы должны быть запросы ее потребителей, удовлетворение их потребностей. Когда командная экономика, сорентированная на производителя и изобилие рабочих мест, сменяется рыночной экономикой, сорентированной на потребителя с характерным для нее дефицитом мест приложения труда, тогда необходимость маркетинга рабочей силы в условиях ее конкурентной реализации становится однозначно очевидной. Ведь учет потребностей покупателя и ориентация на них является фундаментом полноценной рыночной конкуренции.

Представляется оправданным выделение таких направлений маркетинга на рынке труда как «концентрированный», «дифференцированный» и «недифференцированный». В этой связи надо уточнить, что самостоятельное проведение маркетинговых мероприятий каждым отдельным индивидуальным собственником рабочей силы практически неосуществимо. Социальная ориентированность рыночной экономики предполагает, что значительную тяжесть маркетинговых мероприятий на рынке труда берет на себя государство. Это, однако, не исключает участия в данной деятельности и частных фирм. Функционирующая в республике служба занятости должна взять на себя проведение мероприятий по изучению сегментов рынка труда, прогнозированию изменений внутри них и позиционированию на них рабочей силы. Перспективы развития рынка труда таковы, что различные учебные заведения будут вынуждены во все большей мере брать на себя тяжесть маркетинговых мероприятий по продвижению на рынках производимого у них товара «рабочая сила».

Т.А Бордич

Могилевский государственный технический университет (Могилев)

ФОРМИРОВАНИЕ ЦЕНОВОЙ И НАЛОГОВОЙ ПОЛИТИКИ В КОРПОРАТИВНЫХ СТРУКТУРАХ

Одним из главных моментов в деятельности предприятия является определение цен на изготавливаемую продукцию и услуги. С помощью цены и особенностей налогового законодательства предприниматель пытается найти ответ на вопрос: что, где, как и в каком количестве производить, для получения максимального результата.

В настоящее время существует ряд предприятий, действующих в рамках более сложных вертикальных и горизонтальных корпоративных структур.

Основной особенностью таких формирований является то, что они представляют собой целостный механизм со своими целями, состоящий из отдельных обособленных частей (фирм), интересы которых не всегда совпадают с целями головного предприятия. Таким образом, перед корпоративной структурой стоит задача в выработке единой, эффективной ценовой и налоговой стратегии с учетом пожеланий входящих в нее субъектов хозяйствования.

Еще одна их особенность заключается в том, что часть производимой продукции может идти на внутреннее потребление по ценам, отличающимся от рыночных. Определение цены такой продукции имеет большое значение в проведении налоговой политики, поскольку благодаря этому можно финансовый результат распределять на предприятия, имеющие налоговые льготы, что приведет к увеличению прибыли, остающейся в распоряжении рассматриваемой системы.

В целях совершенствования ценовой и налоговой политики корпоративной структуры разработана экономико-математическая модель и программный продукт.

Для решения задачи в первую очередь необходимо определить структуру рассматриваемого формирования, количество организаций, входящих в него, их подчиненность и взаимосвязи. Следует также оценить долю продукции каждого предприятия, идущей на внутреннее потребление, и коэффициент снижения цены на такую продукцию по сравнению с рыночной.

Объемы выпускаемой продукции, объемы материальных затрат (промежуточное потребление) для производства продукции, идущей на рынок и на внутреннее потребление, численность занятых, объем производственных мощностей, спрос на продукцию задаются в виде функций для каждого элемента корпоративной структуры и определяются с помощью математико-статистических методов.

Помимо этого в модели учитываются верхняя и нижняя границы цены.

Применение разработанного программного продукта обеспечивает получение корпоративной структурой большей величины прибыли, что соответствует интересам собственников и направлено на повышение устойчивости функционирования рассматриваемой системы.