

Метод корреляционно-регрессионного анализа состоит в установлении эмпирических формул зависимости цен от величин нескольких основных параметров качества.

Суть баллового метода — в использовании экспертных оценок ценности характеристики товаров.

На данный момент наиболее актуален метод психологического ценообразования. Образование цен с учетом психологических факторов следует принимать за маркетинговый прием, основанный на теории о том, что у определенных цен присутствует психологическое воздействие. Методы представленной группы основаны на особенностях психологии покупателей для продвижения своего товара.

Метод психологического ценообразования включает несколько составных частей. Примером является метод расчленения цены. Суть заключается в том, что продавец оглашает на определенный товар не одну, а несколько цен. В первую очередь продавец оглашает ту цену, которая покупателю наиболее интересна и наиболее востребована покупателем. Предположим, при продаже мебельных гарнитуров указана цена за сам гарнитур. Далее, когда покупатель принимает решение о вступлении в сделку о покупке, продавец оглашает дополнительные показатели: расценки за транспортировку, сборку и др. Хитрость состоит в том, что чем длиннее ряд ценовых показателей, тем труднее покупателю провести сопоставление. Если потребитель имеет возможность вести переговоры о снижении стоимости товара, продавец часто снижает один из показателей за счет повышения другого. Данный прием чаще всего используется при продаже сравнительно сложных товаров.

Следующим примером психологического метода ценообразования является метод ценовых подарков. При этом отличают подарки мнимые и подарки действительные.

Действительные подарки являются скидками с цены и используются в случае формирования угрозы прекращения сбыта определенного товара в связи с его моральным изнашиванием. Скидка на товар непосредственно зависит от особенностей психологии покупателей.

Тем не менее чаще всего обращаются к мнимым подаркам. В этих ситуациях при продаже более дорогого изделия продавец предлагает в качестве подарка относительно более дешевое изделие. Этот прием обширно применяется при продаже товаров, которые продолжают пользоваться спросом, в целях оживления спроса. В качестве подарка предоставляются, например, подарочные сертификаты и др.

Организации розничной торговли прибегают к методу объявления фальшивых скидок. При этом они позиционируют свой товар якобы со скидкой, но фактически никаких скидок не вводят. Оказывается, это метод простого заманивания покупателей: если покупатель войдет в магазин, то, возможно, что-то купит [4].

**Заключение.** Для современной практики очень важен процесс ценообразования, а применение современных методов ценообразования совершенно не требует сложных расчетов и больших инвестиций, а эффект, как показывает практика, наблюдается значительный. Итак, для того чтобы успешно продолжать свою деятельность, предприятие должно организовать продуманный процесс ценообразования, разработать грамотную ценовую политику и стратегию. Этого можно добиться, подключив к работе квалифицированных специалистов в области маркетинга, сбыта, финансов и т. д.

#### Список цитируемых источников

1. Баздникин, А. С. Цены и ценообразование / А. С. Баздникин. — М. : Юрайт, 2017. — 332 с.
2. Слепов, В. А. Ценообразование : учеб. пособие / В. А. Слепов, Т. Е. Николаева. — 3-е изд. — М. : ИД ФБК-ПРЕСС, 2003. — С. 57—59.
3. Газман, В. Д. Ценообразование лизинга / В. Д. Газман. — М. : ГУ ВШЭ, 2015. — 544 с.
4. Амельчя, Ю. А. Цена и принципы ценообразования с точки зрения белорусского и российского законодательства / Ю. А. Амельчя. — Минск, 2010.

УДК 304.42

М. В. Корнева, К. О. Лешко, О. А. Лабейко

Учреждение образования «Барановичский государственный университет», Барановичи

## ТЕНДЕНЦИИ ФОРМИРОВАНИЯ И ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНОГО ПАРТНЕРСТВА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Развитие систем хозяйствования бывших социалистических стран привело к значительному сокращению роли государства в решении многих социально-экономических проблем. В результате подсистемы социального обеспечения этих стран потеряли значительную часть своей былой эффективности, а уровень доступа большинства населения к качественным социальным услугам и социальному обеспечению значительно снизился. Дифференциация общества стала серьезным препятствием на пути становления эффективной социально ориентированной рыночной экономики.

Взаимодействие субъектов экономики может выражаться в самых разнообразных формах: от простого обмена информацией до создания какой-то организации. Часть из них носит временный характер, часть — постоянный, системный. При этом высшей, наиболее развитой формой взаимодействия является партнерство.

Партнерство представляет собой взаимоотношения, существующие между партнерами [1]. Для того чтобы организовать партнерство, его потенциальным участникам необходимо обладать партнерским мышлением, т. е. способностью при установлении взаимоотношений исходить из возможностей друг друга и в то же время объективно оценивать свой собственный потенциал. Партнерство строится либо на объединении ресурсов его участников, либо на принципе долевого участия и базируется на сугубо рациональной основе: договорах о взаимных обязательствах с точными сроками исполнения, определением неустойки [2].

Система взаимоотношений между коммерческими организациями, государственными органами власти и представителями общества, опирающаяся на переговоры в целях поиска взаимоприемлемых решений в регулировании социально-экономических отношений, получила название социального партнерства. Социальное партнерство — это один из важнейших институтов рыночного хозяйства, который позволяет интегрировать развитие бизнеса в общие направления развития народного хозяйства и экономико-правовую стратегию государства [3]. Социальное партнерство как система взаимодействия экономических субъектов находится под пристальным вниманием современных исследователей. Социальное партнерство затрагивает как социальную, так и экономическую сферу жизни, тем самым являясь междисциплинарным понятием. Современный смысл понятия «социальное партнерство» состоит в поддержании и налаживании власти, бизнеса и общества.

В основе социального партнерства лежат:

- заинтересованность каждого из участников в поиске путей решения социальных проблем;
- понимание, что решение этих проблем поодиночке неэффективно;
- объединение усилий и возможностей при взаимоприемлемом контроле и учете интересов участников;
- стремление к поиску реалистичных решений социальных задач, а не к имитации такого поиска;
- ориентация на конструктивное сотрудничество, а не на противостояние при несовпадении интересов взаимодействующих сторон;
- правовое оформление, обеспечивающее баланс интересов, а следовательно, и наиболее выгодные условия взаимодействия каждому участнику партнерства и обществу в целом.

В узком смысле социальное партнерство представляет собой сотрудничество между органами государственной власти, владельцами фирм и наемными работниками (в лице профсоюзов) в целях развития экономики, улучшения условий труда и повышения жизненного уровня трудящихся. Другими словами, традиционно социальное партнерство представляется как система государственного регулирования социально-трудовых отношений между работодателями и наемными работниками. Поскольку в данном случае партнерские отношения складываются на трехсторонней основе, то систему социального пакта профсоюзов, работодателей и правительства часто называют трипартизмом [4]. При этом взаимодействие указанных экономических субъектов имеет целью эффективное разрешение проблем занятости, условий, продолжительности, оплаты труда и отдыха рабочих с учетом отраслевых и региональных особенностей, а также избежание социально-трудовых конфликтов (забастовок, голодовок и пр.).

Идеология социального партнерства основана на принципах сотрудничества, компромисса, взаимной ответственности, перехода от радикальных конфронтационных средств решения трудовых споров к примирительным, юридическим, согласительным процедурам. Предусмотрено равноправное взаимодействие и сотрудничество трех сторон: государства, нанимателей (предпринимателей), трудящихся (профсоюзов).

Идеология социального партнерства включает в себя следующие составляющие: 1) преимущественно переговорный характер разрешения конфликтов и разногласий; 2) согласование социально-экономической политики и осуществление мероприятий по гарантированной защите интересов всех субъектов социального партнерства; 3) утверждение общечеловеческих ценностей в производстве и других сферах общественного труда.

В настоящее время в нашей стране идет формирование, освоение и утверждение системы социального партнерства на разных уровнях: общенациональном, отраслевом, местном, на уровне предприятий. Однако эта важная работа пока находится на начальном этапе, характеризуется большим количеством проблем и малой ответственностью. В этих условиях опыт и уроки социального партнерства необходимо не только изучать, но и учитывать, активно использовать.

Формирование системы социального партнерства на более высоком уровне становится первостепенным фактором для определения современной архитектуры общества.

В современных социально-экономических условиях социальное партнерство обеспечивает не только перераспределение ресурсов, но и предполагает общественную инициативу для решения социальных проблем.

Первоочередной задачей в нашей стране является формирование грамотной эффективной концепции государственной социальной политики, четко ориентирующей деятельность всех ее участников. Необходимо сформулировать стратегические и тактические приоритеты социальной политики и правила их возможного пересмотра, а также упорядочить составляющие ее программы.

Существенным стимулом для налаживания партнерских отношений может стать решение правительства о проведении среди конкурсов проектов областных и региональных организаций по развитию

социального партнерства. Это позволило бы оценить его эффективность и понять, как и насколько механизм социального партнерства влияет на социально-экономическую ситуацию в областях и регионах.

Интересы развития системы социального партнерства в Республике Беларусь требуют комплексного подхода к разработке и реализации мероприятий, направленных на совершенствование механизмов регулирования социально-трудовых отношений. Научно-методическое обеспечение социального партнерства предполагает глубокую и всестороннюю проработку и научное обоснование подходов сторон к оценке и прогнозированию социально-экономической ситуации, выбору приоритетов при подготовке и заключении коллективных договоров, соглашений.

Необходима выработка научно-методической основы для формирования правового, экономического и других механизмов, заинтересовывающих стороны вступать в партнерские отношения, проводить согласованную политику в области социально-трудовых отношений, выделять соответствующие финансовые и материально-технические ресурсы для реализации соглашений и коллективных договоров.

Для решения этих проблем должны быть привлечены научные организации республики, государственные, негосударственные и профсоюзные учебные и научно-исследовательские заведения, социологические службы, центры и т. п. Также нужна юридическая, социологическая, экономическая, психологическая и другая подготовка кадров по специально разрабатываемым для этих целей программам. Требуется также разработка типовых учебных программ и учебно-методических пособий; широкое привлечение консультантов из числа высококвалифицированных специалистов в этой области; проведение семинаров, конференций как по отдельным вопросам социального партнерства, так и по проблеме в целом; введение в учебные программы учреждений высшего и среднего специального образования соответствующих курсов.

Развитие системы социального партнерства напрямую зависит от полноты и своевременности информационного обеспечения этой работы. Решение перечисленных выше и других вопросов позволит повысить эффективность системы социального партнерства, поможет мобилизовать имеющийся потенциал социального партнерства для эффективного социально-экономического развития нашей страны [5].

Можно полагать, что единичные примеры развития и реализации проектов по социальному партнерству станут общепринятой белорусской практикой.

#### Список цитируемых источников

1. Современный словарь иностранных слов. — М. : Рус. яз., 1993. — С. 447.
2. Люди для людей. — М. : Соц. партнерство, 2003. — С. 6.
3. Краснов, Б. И. Бизнес и социальное партнерство / Б. И. Краснов. — М. : Инфра-М, 2003. — С. 9.
4. Новиков, В. Социальное партнерство: пути становления и развития / В. Новиков // Экономика Украины. — 2001. — № 4. — С. 85.
5. Витко, Ф. П. Социальное партнерство : учеб.-метод. комплекс / Ф. П. Витко. — Минск : Гист БГУ, 2008. — 184 с.

УДК 332.145

М. М. Куликов, В. Д. Комиссаров

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Южно-Российский государственный политехнический университет (НПИ) имени М. И. Платова», Новочеркасск, Российская Федерация*

## ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

**Введение.** В настоящее время использование технологий управления персоналом является постоянно усложняющимся процессом, и большинство управленческих решений принимаются с учетом человеческого фактора [1].

За прошедшее столетие подавляющее большинство работников чаще всего имели одну работу и только одну карьеру. Сегодня освобождение человека от господства предыдущих ценностей дает возможность говорить о занятости большинства людей на нескольких работах и минимум двух профессиях [2]. Главным приоритетом работника нового времени становится образ жизни, а не карьера, что значительно усложняет проблемы организаций по привлечению и удержанию необходимых трудовых ресурсов. Сегодня заметно изменение ценностей и моральных стандартов, определяющих лояльность, ключевым элементом которых является грамотное выполнение работниками своих функций в соответствии с целями и приоритетами рассматриваемой организации, соблюдение ее ценностей и установленных норм и правил.

**Основная часть.** В рамках концепции управления человеческими ресурсами предприятие представляет собой механизм, характеризующийся набором алгоритмизированных отношений, определяющих строгую иерархию структуры управления. Эта концепция может быть достаточно эффективной в стабильной среде при производстве постоянного продукта, что маловероятно в настоящее время. Власть