

предприятия и заработной платой руководителя. Частная форма собственности может быть лишена этого недостатка только в том случае, если функции собственника и руководителя будут совмещены, что также возможно только в условиях мелких и средних предприятий.

Проводящаяся в настоящее время приватизация государственной собственности не может радикально повлиять на эффективность общественного производства в силу ряда причин.

В печати появляются предложения о передаче хозяйственным руководителям функции владения предприятием. На практике это означает, что "заработная плата руководителя должна увеличиваться или уменьшаться пропорционально объему прибыли предприятия без каких-либо ограничений" (Известия, № 94 за 4.04.1990 г.).

Не вызывая, на наш взгляд, принципиальных возражений, цитируемая статья не дает ответа на основной, с точки зрения практического ее применения, вопрос: как определить пропорцию, по которой следует начислять заработную плату руководителю? Право руководителя полностью распоряжаться прибылью и самостоятельно устанавливать эту пропорцию означает передачу предприятия в собственность руководителю, что является на данном этапе неразрешимой проблемой.

В связи с вышесказанным предлагается заработную плату руководителя государственного предприятия начислять по твердому нормативу от прибыли, выплачивая ее за счет последней. Норматив этот определяется, как отношение всех начислений руководителю предприятия за предыдущий календарный период, взятое из лицевого счета к кредитовому сальдо счета 80 "Прибыли и убытки" за тот же период. В качестве базового периода наилучшим образом подходит календарный год.

Этот рядок можно распространить, по усмотрению руководителя, на его заместителей и главного бухгалтера. Применение указанной методики к руководителям структурных подразделений возможно только в случае выделения последних на самостоятельный баланс.

Предлагаемый подход должен стимулировать к повышению эффективности производства, реализуя на практике статью 61 Закона "О предприятиях в Республике Беларусь".

## **Роль социально-этичного маркетинга в разработке безотходных технологий**

**С.А.Сончик, Н.Ф.Яковенко**

Изменения в современном инженерном мышлении в настоящее время прежде всего связаны с пониманием последствий воздействия человека на

окружающую среду. При этом эти воздействия носят как промышленный, так и бытовой характер. Разрушение природной среды человека принимает необратимый характер. Это сказывается и на самом его развитии: строении организма, психологических качеств, особенностей отношений с окружающими людьми.

Ценность продуктов, создаваемых обществом начинает определяться не только лишь их потребительской стоимостью, а их местом и ролью в сохранении окружающей среды. Как известно, безотходные технологии выполняют одну из важнейших функций - функцию оздоровления окружающей среды, что созвучно с практической этикой жизни. Суть практической этики жизни заключается в том, что создаваемый продукт одновременно является и потребляемой частью живой природы.

Безотходное производство, экологически чистые продукты - это те качества произведенного товара, которые отражают уровень этического отношения к природе.

Поиск и создание таких товаров на данном этапе является особенно важным для Республики Беларусь.

В дополнение к проблемам радиоактивного загрязнения, Беларусь все больше внимания уделяет другим природоохранным вопросам, которые становятся предметом серьезного общественного беспокойства. Традиционные виды загрязнения природной среды отходами промышленности, сельского и коммунального хозяйства вызывают значительный экологический и экономический ущерб.

Территория Республики Беларусь расположена на водоразделе Балтийского и Черного морей. Реки, берущие начало в Беларуси или протекающие по ее территории могут служить причиной экологических проблем в соседних государствах.

Богатство бывшего СССР природными ресурсами избаловало общество. Тратилось, как правило, значительно больше сырья, энергии, иных ресурсов на единицу продукции, чем в других развитых странах. Десятилетиями экономика развивалась экстенсивным путем.

Обретя статус независимой, Республика Беларусь лишилась планового получения сырья, энергии и других ресурсов.

Учитывая социально-экономические особенности Республики Беларусь, возникает проблема снижения материал- и энергоемкости выпускаемой продукции, не снижая при этом ее качества.

Эта задача может быть решена за счет имеющихся огромных количеств отходов различного рода производств. Для получения из отходов производств вторичных ресурсов целенаправленно должна проводиться работа в рамках концепции социально-этичного маркетинга конкретной отрасли.

Концепция социально-этичного маркетинга требует сбалансирования трех факторов: прибыли фирмы, покупательских потребностей и интересов общества. Исходя из этого должен строиться план проведения маркетинговых исследований, поскольку на данном этапе для коммерческого успеха недостаточно только получить товар на базе выдающихся научных исследований или инженерных разработок. Необходимо еще сделать так, чтобы его параметры и свойства как можно в большей степени удовлетворяли потребности конкретного потребителя. В то же время концепция социально-этичного маркетинга призвана обеспечивать не только потребительскую удовлетворенность, но и долговременное благополучие общества в целом.

## **К вопросу о необходимости дотации сельскому хозяйству и их эффективности (на примере США)**

**И.С. Григорчук**

Кризис охватил все страсти народного хозяйства Республики. Но, пожалуй, он наиболее опасен и разрушителен в сельском хозяйстве. Его последствия могут быть самыми драматичными. Как же его преодолеть? Среди хотя различных мнений преобладают следующие - увеличить дотации, выделить льготные кредиты, оказывать всемерную государственную и общественную поддержку сельскому хозяйству. При этом референс звучит: так делают во всех даже самых развитых странах.

В качестве примера можно рассмотреть сельское хозяйство США. Здесь уже сложилась система поддержки сельскохозяйственного производства, применяемая длительное время и показавшая хорошие результаты. Отличительной особенностью этой системы является ее основательная проработка, получившая свое закрепление в общенациональных программах поддержки американского фермерства. Это программа действий правительства, которая имеет соответствующую поддержку в конгрессе, продуманные источники финансирования и сроки реализации.

О высокой эффективности сельскохозяйственного производства США можно судить хотя бы потому, что к концу 80-х непосредственно в сельском хозяйстве было занято всего 2% населения, при этом в среднем один фермер обеспечивал продовольственной продукцией 96 человек. В послевоенный период производительность труда в сельском хозяйстве росла в два раза быстрее, чем в несельскохозяйственном секторе американской экономики. Причин такой высокой эффективности множество.

Но главная причина - в характере собственности и рыночных механизмов ее реализации. В сельском хозяйстве США "правят бал" крупные формы