

---

---

## **О СИСТЕМЕ ПЕНСИОННОГО СТРАХОВАНИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ**

**Е.А. Пещенко**

*БГУИР, инженерно-экономический ф-т, студентка 5-го курса*

*Научный руководитель: С.А. Поттосина,  
к.ф.-м.н., доцент*

В системе социальной защиты Республики Беларусь самой масштабной составляющей, как по кругу охватываемых лиц, так и по объему распределяемых средств, является пенсионное обеспечение. Пенсионная система РБ стабильно функционирует, пенсии своевременно выплачиваются, причем постоянно увеличиваются в связи с ростом заработной платы и ростом доходов экономики. Однако, несмотря на положительную динамику, достаток у большинства пенсионеров невелик. Причин много. На основании изучения соответствующей литературы мы пришли к выводу, что резкое снижение рождаемости (в сравнении с 1990 годом более, чем на треть) и, как следствие, старение населения (20% населения старше 60 лет) ведут к проблемам на рынке труда, в частности, к снижению числа людей, занятых в экономике. По прогнозам специалистов через 20 лет доля пенсионеров в РБ составит около 30% [1]. Состоятельность пенсионной системы, ее финансовые возможности и выполнение долговременных обязательств на фоне таких тенденций станет проблематичным.

При выполнении научно-исследовательской работы мы изучали проблемные моменты пенсионной системы, необходимые средства для сохранения ее финансовой стабильности и разработали программный продукт для расчета выплат на пенсионные отчисления [2].

На основе анализа динамики доходов и расходов в пенсионной системе РБ выявлены причины негативных тенденций в финансировании пенсионных выплат. К ним относятся: состояние демографической ситуации, недостаточное развитие добровольных пенсионных накоплений граждан, неправильная оценка потребностей в финансовых ресурсах, недостаточная финансовая поддержка пенсионной системы за счет средств бюджета и специальных фондов, низкая эффективность инвестирования пенсионных накоплений.

Мы выяснили, что исходным пунктом для расчета выплат из пенсионной схемы является таблица выбытия из совокупности работающих, построенная так, чтобы для совокупности дожития участников в различные годы их трудоспособного возраста указывать вероятности увольнения с работы, смерти в период трудовой деятельности, выхода на пенсию вследствие потери трудоспособности, выхода на пенсию по старости [2, с. 312].

Была разработана программа, позволяющая работать со схемами установленных выплат, т.е. такими, где размер пенсий определяется по определенной расчетной формуле.

### **Литература**

1. Незванов, А. Пенсия по расчету / А. Незванов // Советская Белоруссия. – 2005. – 8 июля. – С. 6.
2. Медведев, Г.А. Страховая математика: учеб. пособие / авт.-сост.: Г.А. Медведев, В.В. Сечко. – Минск: БГУ, 2003. – 267 с.

---

---

## **СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ КАК СРЕДСТВО ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТНОГО ПРЕИМУЩЕСТВА**

**Д.Р. Соловей**

*БГЭУ, ф-т менеджмента, студентка 4-го курса*

**О.А. Чиж**

*БГЭУ, ф-т менеджмента, студентка 4-го курса*

*Научный руководитель: О.В. Гулина,  
к.ф.-м.н., доцент*

Многие западные компании своевременно заметили, что набирающие популярность социальные сети могут выступать мощным инструментом для повышения конкурентоспособности и укрепления

---

своих позиций на рынке. Социальная коммерция в узком смысле, это особый вид электронной коммерции, суть которой заключается в использовании социальных сетей для осуществления электронной торговли [1].

Для того чтобы использование социальных сетей в бизнесе обеспечивало компании дополнительное конкурентное преимущество, следует придерживаться определенных правил. Во-первых, компания должна выполнять условия акций, о которых она сообщает посредством социальных сетей. Во-вторых, компания должна привлекать «фолловеров» или «друзей» и мотивировать их рассказывать о компании, в свою очередь, их «фолловерам» и «друзьям». В-третьих, в компании должны быть специально обученные люди, которые занимаются социальной коммерцией. На страницах компании в социальной сети должны быть прямые ответы на интересующие пользователей вопросы. Такое личное взаимодействие обеспечит доверительные отношения с клиентами, позволит потребителям ощутить свою значимость. В-четвертых, компания должна отвечать за качество своей продукции или услуги. Менеджерам следует помнить, что один недовольный покупатель может погубить репутацию компании с помощью все тех же социальных сетей. Вместе с тем, потребители сами могут подсказать интересные идеи, которые помогут развиваться бизнесу компании. Прислушиваться к клиенту и давать ему то, что он хочет, не нарушая идеологию компании, – это важный критерий успеха.

Простота и удобство использования странички предприятия, с одной стороны, обеспечивается тем, что пользователь, как правило, знаком с интерфейсом, вследствие наличия у него собственной страницы в социальной сети. С другой стороны, информация на странице предприятия должна быть доступной и наглядной, поскольку потенциальных клиентов, в первую очередь, интересует суть, а не длинные статьи о том, чего добилась компания за год, как она уверенно чувствует себя на рынке и т.п.

Воспользоваться социальными сетями для получения дополнительного конкурентного преимущества могут разные предприятия: мелкие и крупные, компании, занимающиеся только электронной коммерцией, или предприятия реального сектора [2]. Поскольку западный опыт может быть адаптирован к особенностям ведения бизнеса любой страны, то предприятия Республики Беларусь также могут взять его на вооружение.

Социальные сети дарят предприятиям и организациям бесплатную платформу, благодаря которой они могут повысить свою конкурентоспособность. Главное в этом случае – ее грамотное использование, ведь при помощи социальных сетей можно как помочь бизнесу, так и нанести урон его репутации.

### **Литература**

1. The Big Idea Behind Social Commerce / S. Decker // iMedia Connection Connecting Marketing Community [Электронный ресурс]. – 2007. – Режим доступа: <http://www.imediainconnection.com/content/15372.asp>. – Дата доступа: 15.03.2012.
2. Putting Social Commerce to Work / D. Evans // ClickZ Marketing News and Expert Advice [Электронный ресурс]. – 2008. – Режим доступа: <http://www.clickz.com/clickz/column/1715346/putting-social-commerce-work>. – Дата доступа: 27.02.2012.

## **СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ГОЛОГРАФИЧЕСКИХ ТЕХНОЛОГИЙ**

**М.В. Юрченко**

*БГЭУ, ф-т МЭО, студентка 2-го курса*

**В.А. Беленкова**

*БГЭУ, ф-т МЭО, студентка 2-го курса*

*Научный руководитель: Т.А. Ткалич,  
к.ф.-м.н., доцент*

Голография – одно из наиболее значительных достижений современной науки и техники. Голограммы обладают уникальным свойством восстанавливать полноценное объемное изображение реальных предметов. Таким образом, цель нашей работы – исследование голографических технологий и изучение их использования в различных отраслях. В данной работе мы перечислили некоторые возможные применения таких технологий, проанализировали их проблемы и перспективы развития, рассмотрели использование голографии в Республике Беларусь.