

Цена: низкая, в соответствии со стратегией «лидер по цене».

Продвижение: реклама, направленная на целевой сегмент (это дети, школьники и студенты), – красочная, молодежная. Основная мысль – показать, что если есть желание скушать что-то сладкое (например, на перерыве), то «Витьба» будет всегда по карману. Также можно стимулировать сбыт проведением викторин со школьниками и студентами с призами от «Витьбы». Таким образом, будет формироваться положительное отношение целевой аудитории.

Распределение: продажа в гипермаркетах (наборы вафель – в кондитерском отделе, вафельные батончики – в зоне импульсных покупок), в продовольственных магазинах, кафе, буфетах, школьных и студенческих столовых.

Таким образом, формируя глобальную стратегию, предприятие основывается на общих потребностях, в данном случае – на потребности в удовольствии без особых затрат. Для более глубокого проникновения на рынки отдельных стран следует дорабатывать данный подход, т. е., думая глобально, действовать локально. Но в любом случае основой кампании остается глобальная стратегия маркетинга.

А. А. Митюрич

Научный руководитель – кандидат экономических наук
В. В. Колодкин, БФ БГЭУ (Бобруйск)

ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ РЕФОРМАЦИИ ПЕНСИОННОЙ СИСТЕМЫ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Пенсионное обеспечение является одним из основных элементов системы социальной защиты. Она затрагивает жизненно важные интересы не только граждан, находящихся на пенсии, но и тех, участвуя в финансировании системы, «зарабатывает» себе будущую пенсию. Совершение пенсионной системы – вопрос особой социальной значимости. Любые изменения в этой сфере приобретают мощный общественный резонанс.

В Беларуси резко растет доля лиц пожилого возраста в общей численности населения в отсутствие роста продолжительности жизни – за счет падения рождаемости. Так, в сравнении с 1990 г. рождаемость в стране упала более чем на треть; по предварительным данным, к 2025 г. доля населения пенсионного возраста в республике составит 32 %.

Как известно, действующая в нашей стране пенсионная модель является распределительной. Суть ее состоит в том, что страховые взносы собирают с представителей одного, а полученные средства распределяют среди другого, более старшего поколения.

Вместе с тем действующая в республике система пенсионного обеспечения, основанная на финансировании пенсий за счет текущих по-

ступлений, не может обеспечить достойный уровень пенсий и требует своего реформирования. Реформирование пенсионных систем здесь базируется на подходах более глубокой заинтересованности работников в финансировании будущих пенсий.

Одной из задач на современном этапе является рационализация и оптимизация пенсионной системы, ее реформирование с целью увязки уровня трудовых пенсий с объемом участия каждого конкретного застрахованного в финансировании пенсионной системы. В этой связи представляется целесообразным развитие пенсионной системы на принципах накопительного метода.

Общий принцип накопительного метода применяется не только в системах пенсионного обеспечения, но и в практике граждан, стремящихся накопить какую-то сумму денег, — они ежемесячно откладывают денежные средства, размер которых находится в прямой зависимости от того, сколько денег им потребуется при наступлении определенной даты (пенсионного возраста). Если распределительный метод пенсионного обеспечения предполагает, что работающие лица обеспечивают средствами других, фактически находящихся на их иждивении лиц, то при накопительном методе пенсионного обеспечения соблюдается принцип справедливости: чем больше человек зарабатывает, тем большая сумма у него будет накоплена к моменту выхода на пенсию.

Однако, отчисляя деньги на длительный срок, мы сталкиваемся с проблемой инфляции. При накопительной системе во избежание обесценивания денежных средств накопления пускают в оборот, т. е. инвестируют в какие-либо проекты, обещающие прибыль. На вложенные денежные средства начисляется процент.

Можно сделать вывод о том, что стратегической задачей является создание стабильно функционирующей пенсионной системы, отвечающей интересам разных поколений, и обеспечение более высокого уровня жизни в старости.

В. А. Монтик

Научный руководитель — кандидат экономических наук П. Д. Горобец,
БГТУ (Минск)

МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ В НАЛОГОВОМ ПЛАНИРОВАНИИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Изменение уровня налоговой нагрузки является основным косвенным фактором, влияющим на эффективность выбранной маркетинговой стратегии предприятия по реализации складских запасов. Непосредственно от выбора способа реализации остатка товаров зависит размер уплаченных налогов, а соответственно и возможность возникновения в среднесрочной перспективе проблемы дефицита оборотных средств на предприятии.