

Пенсионное обеспечение – важнейшая составная часть системы социальной защиты населения. В большинстве стран, в том числе и в Республике Беларусь, функционирует распределительная модель системы пенсионного обеспечения Pay As You Go: настоящее поколение работников направляет часть заработанных средств на содержание утративших трудоспособность членов общества. Изменение демографической ситуации в мире привело к кризису пенсионных систем распределительного типа. Основными проблемами на современном этапе являются:

1) дефицит финансовых ресурсов пенсионной системы, в том числе по причине существования теневой экономики и неформальной занятости;

2) сочетание низкого уровня размеров пенсий и высоких тарифов страховых взносов;

3) несовпадение возраста выхода на пенсию с периодом утраты трудоспособности.[1]

Объективно существует несколько направлений реформирования пенсионной системы:

1. Увеличение налогов на фонд оплаты выше определенного уровня ведет к падению деловой активности и росту сектора теневой экономики.

2. Уменьшение размера пенсии способствует росту социальной напряженности, политической нестабильности и непредсказуемым последствиям для экономики страны.

3. Повышение пенсионного возраста является недостаточной мерой и может быть эффективным при условии дальнейшего реформирования пенсионной системы.

Наиболее перспективным направлением является построение многоуровневой пенсионной системы, в которой распределительный уровень призван обеспечивать минимальные социальные гарантии, а накопительный уровень позволит получать дополнительный доход через инвестирование пенсионными фондами части аккумулированных средств. Наличие нескольких уровней способствует более равномерному распределению рисков в пенсионной системе.

Основными институтами накопительного уровня являются негосударственные пенсионные фонды (НПФ), которые представляют собой особую организационно-правовую форму некоммерческой организации социального обеспечения. НПФ вправе осуществлять негосударственное и профессиональное пенсионное обеспечение, а также деятельность в качестве страховщика по обязательному пенсионному страхованию. Средства, сформированные НПФ, подлежат обязательному инвестированию через управляющую компанию. Показатели доходности НПФ выше, чем государственных пенсионных фондов, однако их работа сопряжена с большими рисками.[2]

На развитие НПФ влияют сложившаяся система налогообложения, уровень конкуренции между государственными, негосударственными и кэптивными пенсионными фондами, развитие финансового рынка. Роль НПФ во всем мире возрастает с каждым годом, так как данные институты не только обеспечивают трансформацию индивидуальных сбережений в инвестиции, но и способствуют повышению общего уровня жизни в стране.

#### Литература

1. Гайдук, К., Чубрик, А., Джуччи, Р. Пенсионная система Беларуси: вызовы и пути их преодоления. Немецкая экономическая группа в Беларуси, май 2008г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://research.by/pensions.html>
2. Вавулин Д.А., Федотов В.Н. Роль негосударственных пенсионных фондов в системе обязательного пенсионного страхования // Финансы и кредит. – 2009, – № 18 (354).

© ПГУ

### УЧЕТ ОБЯЗАТЕЛЬСТВ ОРГАНИЗАЦИИ

*М. Л. ГЛУШАКОВА, И. И. САПЕГО*

At the present stage in the conditions of the socially-focused market economy the efficiency of functioning of the enterprise depends on correctly made administrative decisions. The financial crisis and inflation immobilization of working capital is particularly disadvantageous for the organizations. Therefore become more urgent optimization of debt management as receivables and payables. At the same time under the prevailing economic conditions, it is difficult to work with consumers, not giving them a deferred payment (commercial loan). The basis of the author's research on new conceptual approaches to the justification of the economic content of the concept of "obligation" as an object of accounting in an inflationary environment and insolvent organizations, as well as in connection with the development of national accounting standards

Ключевые слова: дебиторская и кредиторская задолженность, классификация обязательств, баланс

Автор статьи предлагает использовать в научном обороте следует применять: обязательство как гражданское правоотношение, оформленное договором, в силу которого должник обязано совершить в пользу кредитора определенное действие либо воздержаться от определенного действия, а кредитор имеет право требовать от должника исполнения его обязанности. Исследовав юридическую и экономическую трактовки, следует использовать смешанный подход, который предполагает изменение реальной величины обязательств, а также данный подход будет иметь решающее значение при оценке ее финансового состояния, особенно при определении ее финансового состояния, особенно при определении рентабельности.

Автором работы обосновано предложение применения в учетно-аналитической практике классификации обязательств по степени признания в балансе и рекомендовано подразделять обязательства на:

1. Балансовые (фактические), которые необходимо отражать во 2 разделе баланса в части дебиторской задолженности в 4 разделе баланса строки в соответствии с Типовым планом счетов Республики Беларусь.

2. Забалансовые, которые отражаются на забалансовых счетах.

3. Устойчивые обязательства, которые необходимо отражать в части устойчивых активов и пассивов на забалансовых счетах 019 «Устойчивые обязательства дебиторов», 020 «Устойчивые обязательства перед кредиторами».

4. Резервные, которые отражаются как резервы предстоящих расходов на счете 96 «Резервы предстоящих расходов».

Типовым планом счетов Республики Беларусь и инструкцией по его применению не предусмотрены счета для учета обязательств, обеспеченных ценными бумагами. На основании всего вышеизложенного, автор работы предлагает назвать 6 раздел Типового плана счетов «Обязательства», а также ввести аналитические счета к данным субсчетам (в части дебиторской и кредиторской задолженности). Автор статьи предлагает ввести дополнительные синтетические активно-пассивные счета, на которых будет отражаться информация об обязательствах, обеспеченных ценными бумагами, в разрезе каждого вида ценных бумаг. Так, следует для учета краткосрочных векселей ввести счет 64 «Краткосрочные векселя», для учета долгосрочных векселей – соответственно счет 65 «Долгосрочные векселя», а для учета обязательств по облигациям и аренде – соответственно счета для 72 «Долгосрочные обязательства по облигациям» и 74 «Долгосрочные обязательства по аренде».

Если предприятие ежемесячно накапливает обязательства, то необходимо заставить его расплатиться. Этому способствует забалансовый учет устойчивых активов и устойчивых пассивов, который приведет к погашению части обязательств организации. Для этого необходимо отражать информацию об устойчивых пассивах и активах на забалансовых счетах 019 «Устойчивые обязательства дебиторов», 020 «Устойчивые обязательства перед кредиторами». Счет 019 «Устойчивые обязательства дебиторов» предназначен для обобщения информации об устойчивых обязательствах дебиторов, для предоставления дополнительно справочной информации об устойчивых обязательствах дебиторов.

©БГЭУ

## **СИСТЕМА ЛОЯЛЬНОСТИ КАК ОСНОВА ЭФФЕКТИВНЫХ МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ КОМПАНИИ**

*Е. С. ГОЛОМАЗОВА, О. А. МОРОЗЕВИЧ*

The effective communication process is a necessary condition of successful existence in the B2B market. The communication strategy is developed on a basis of the client focused approach; it means the loyalty of clients is a business basis. The loyal client is an important capital for the company: the attached clients make profit, they have «safety factor», it is much more difficult to them to leave the supplier, both from the material and from the emotional point of view. The tool «Pyramid of loyalty» is used for the best understanding what factors of loyalty make the greatest positive impact on the clients at each stage of their life cycles

Ключевые слова: клиентоориентированность, лояльность клиента, пирамида лояльности

Осуществляя свою деятельность в условиях стремительного развития рынков, появления новых товаров, информации, технологий, качественного и количественного роста конкурентной среды, предприятия вынуждены обеспечить систему эффективных коммуникаций своего бизнеса с потребителем и внешней средой в целом. Коммуникационная политика представляет собой одну из важнейших сфер деятельности маркетинга и играет ключевую роль в успешной деятельности фирмы на рынке. Система маркетинговых коммуникаций дает фирме возможность проинформировать потребителя о своем существовании, заявить о своем товаре, его позиции на рынке, а значит, служит единой цели маркетинга – удовлетворения потребностей потребителей.

На рынке B2B, участником которого является компания «КАРЕКС», коммуникационные стратегии разрабатываются на основе клиентоориентированного подхода, где основой бизнеса является ло-