

В таких условиях особенно остро стоит проблема разработки эффективного механизма социальной защиты населения. Его важнейшей задачей является защита нижней границы потребления.

Любое государство рано или поздно сталкивается с какого-либо рода противоречиями и проблемами. Именно потому, правительство должно максимально ответственно подходить к определению направлений социальной политики, так как лишь при верном и своевременном разрешении этих проблем можно избежать серьёзных волнений и кризисов и сохранить стабильность в государстве.

ЛИТЕРАТУРА

1. Социальная политика.: учебник Под общ. ред. Н.А. Волгина. Москва «Экзамен», 2004.

2. Основные положения национальной стратегии социально-экономического устойчивого развития Республики Беларусь на период до 2020 г./ Н.П.Зайченко //Белорусский экономический журнал. – 2009. №3.

УДК 336.18

Студ. П.А.Макарец

Науч. рук. доц., к.э.н. Шишло С. В.

(кафедра экономической теории и маркетинга, БГТУ)

БИЗНЕС-МОДЕЛЬ SONY CORPORATION

История компании. Корпорация Sony была основана в Японии в мае 1946 года как Токийская телекоммуникационно-промышленная компания, в соответствии с законодательством Японии. В январе 1958 года он изменил свое название на Sony Corporation. С 2012 года президентом и главным исполнительным директором является Кадзуо Хираи.

Сегодня, структура управления. Корпорация Sony управляется Советом директоров, который назначается решением на годовом собрании акционеров. Совет состоит из трех комитетов (Комитет по назначениям, Комитет по аудиту и Комитет по вознаграждениям), каждый из которых состоит из директоров, названных Советом директоров. Корпоративные исполнительные директора назначаются решением Совета директоров. В дополнение к этим уставным органам и должностным лицам Sony имеет корпоративных руководителей, которые осуществляют бизнес-операции в определенных областях.

Продукты и сервисы. Sony Mobile осуществляет исследования, разработку, дизайн, маркетинг, продажи, производство, распространение и обслуживание мобильных телефонов, планшетов, аксессуаров и

приложений. So-net предоставляет абонентам широкополосные интернет-услуги, а также создает и распространяет контент через свои сервисы портала на различные электронные платформы, такие как ПК и мобильные телефоны.

Электронные продукты и услуги Sony, за исключением тех, что продаются в игровом бизнесе, продаются во всем мире под торговой маркой «Sony», которая зарегистрирована примерно в 200 странах и территориях. В большинстве случаев продажи электроники Sony производятся в дочерних компаниях Sony Corporation, расположенных или ответственных за продажи в странах и территориях, где продаются продукты и услуги Sony. Эти дочерние компании затем продают эти продукты неаффилированным местным дистрибьюторам и дилерам или через прямые продажи через Интернет. В некоторых регионах продажи некоторых продуктов и услуг производятся непосредственно у местных дистрибьюторов Sony Corporation.

Sony проводит закупки сырья, комплектующих и компонентов для использования в производстве своей продукции на глобальной основе на наиболее благоприятных условиях, которые она может достичь. Эти предметы покупаются у разных поставщиков по всему миру. Когда сырье, детали и компоненты становятся дефицитными, стоимость продукции растет. Например, ЖК-панели и запоминающие устройства, которые используются во многих приложениях, могут влиять на производительность Sony, когда стоимость таких деталей и компонентов существенно колеблется. Что касается сырьевых материалов, рыночная цена на медь может пропорционально повлиять на стоимость деталей, в которых используется медь, таких как печатные платы и силовые кабели. Цена на золото, которая используется в приложениях с участием ряда полупроводниковых продуктов, также может колебаться и влиять на стоимость этих товаров. Кроме того, стоимость редкоземельных элементов, таких как неодим, может повлиять на стоимость магнитных деталей, которые будут использоваться для таких продуктов, как модули камер и дисководы, а цена тантала может оказать такое же влияние на стоимость используемых конденсаторов. В широком спектре продуктов бытовой электроники.

Сервис центры. Sony предоставляет функции по ремонту и обслуживанию в тех областях, где продаются ее электронные продукты. Sony предоставляет эти услуги через свои собственные колл-центры, сервисные центры, заводы, авторизованные независимые сервисные центры, авторизованные дилеры и дочерние компании.

В соответствии с отраслевыми практиками в области электроники почти все потребительские продукты Sony, которые продаются в Японии, имеют гарантию, как правило, сроком на один год со дня покупки, покрывая ремонт, бесплатно, в случае Неисправности в процессе обычного использования изделия. Гарантии за пределами Японии обычно предоставляет покрытие в течение различных периодов времени в зависимости от продукта и области, в которой оно продается. В случае продуктов вещания и профессионального использования, Sony поддерживает контракты на поддержку с клиентами в дополнение к гарантиям.

Sony имеет ряд японских и зарубежных патентов, относящихся к ее продукции. Sony имеет лицензию на использование ряда патентов, принадлежащих другим, охватывающих широкий спектр продуктов. Некоторые из этих лицензий важны для бизнеса Sony, например, для продуктов, связанных с оптическими дисками и смартфонами. Продукты Sony, в которых используются функции DVD-плеера, включая аппаратные средства PS4 и PS3, существенно зависят от патентов, которые относятся к технологиям, указанным в спецификациях DVD, и лицензируются корпорацией Dolby Laboratories Licensing Corporation. Продукты Sony, в которых используются функции проигрывателя Blu-ray Disc™, которые также используют функции проигрывателя DVD, в том числе аппаратные средства PS4 и PS3, существенно зависят от патентов, которые относятся к технологиям, указанным в спецификациях Blu-ray Disc™, и лицензированы компаниями MPEG LA LLC и One -Blue, LLC, в дополнение к патентам, которые относятся к технологиям, указанным в спецификациях DVD, как описано выше.

УДК 336.19

Студ. А. Б. Юрковец, И. В. Эсаулов
Науч. рук. доцент, к. э. н. С. В. Шишло
(кафедра экономической теории и маркетинга, БГТУ)

МОДЕЛИ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ

Рыночная экономика – это экономика, которая основана на свободном предпринимательстве и системе цен, различных формах собственности касающиеся инвестиций, производства и распределения которой основаны на спросе и предложении. Важным является то, что средства производства распределяются через рынки, в отличие от