

2. правильное размещение запасов на складах предприятия;
3. организацию действенного оперативного контроля за уровнем запасов и принятие необходимых мер для поддержания нормального их состояния;
4. создание необходимой материальной базы для размещения запасов и обеспечения количественной и качественной их сохранности.

Нормирование производственных запасов – это определение их минимального размера по видам материальных ресурсов для бесперебойного обеспечения производства.

При нормировании производственных запасов сначала определяются нормы производственных запасов в днях, а затем в натуральном и денежном выражении.

Общая норма производственных запасов по видам материальных ресурсов в днях определяется суммированием всех видов запасов.

Норматив производственных запасов в натуральном выражении по каждому виду материальных ресурсов определяет произведение норматива в днях на их однодневный расход в натуральном выражении.

Норматив в денежном выражении, т. е. норматив собственных оборотных средств на сырье, основные материалы, покупные полуфабрикаты, есть произведение стоимости среднесуточного расхода сырья, основных материалов и полуфабрикатов на норматив в днях.

Стоимость среднесуточного расхода рассчитывается путем умножения среднесуточного расхода в натуральном выражении на цену материальных ресурсов, включая заготовительные расходы и стоимость отходов по плановым нормам.

УДК 338.3

СРЕДСТВА РАСПРОСТРАНЕНИЯ РЕКЛАМЫ

Студенты гр. 11308114 Кузнецова О. А., Брановец А. А.

Ст. преподаватель Третьякова Е. С.

Белорусский национальный технический университет

Рекламу обычно делят на информирующую, напоминающую и увещательную.

Информирующая реклама преследует цель оповещения потребителя о какой-либо новинке или изменении качества или технологий производства уже существующего товара или услуги.

Напоминающая реклама. Главной целью данного вида рекламы является внушить и напомнить потребителю, что потребность в данном товаре может возникнуть в ближайшее время.

Увещательная реклама. У такого вида рекламы целью является развить благожелательное отношение к предмету рекламы, изменить воспри-

ятие и установку в пользу рекламируемого товара или услуги.

Средства и каналы рекламирования можно условно разделить на несколько видов, таких как: все виды прессы, аудиовизуальная реклама, прямая рассылка почтой, наружная реклама, система Интернет, паблик рилейшнз и другое.

Наиболее традиционный и сравнительно недорогой вариант рекламы в прессе. Вся пресса подразделяется на общепопулярную и специализированную, так и направленность рекламы может быть либо на все слои населения, либо на отдельную его категорию.

Реклама на телевидение очень дорогое удовольствие, цены во время «прайм» увеличиваются в 2, а то и в 3 раза. Достоинства телевизионной рекламы в том, что она производит визуальное воздействие и слуховое влияние одновременно.

Прямая почтовая реклама или директ-мейл это почтовая рассылка рекламы для особенной категории потенциальных покупателей или потребителей. Это сравнительно дешевый способ распространения рекламы.

Наружная реклама включает в себя световую рекламу, щиты, афиши, транспаранты, биллборды и другое. Этот вид рекламы нельзя назвать дешевым, но главный плюс ее в том, что она привлекает как пешехода, так и водителя и воздействует на потребителя целые сутки.

Подводя итог можно сказать, что реклама это неотъемлемая часть нашей жизни она окружает нас по всюду. Реклама влияет на наш выбор, на наше отношение к различным товарам и услугам. Компании производящие товары тратят огромные деньги на рекламу своего продукта для того, чтобы мы, потребители, были оповещены о его наличии в магазине и купили этот товар.

УДК 330.322

ОСОБЕННОСТИ ФИНАНСИРОВАНИЯ МАЛЫХ ИННОВАЦИОННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ: ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ

Студентка гр. 11308113 Лавринец Е. А.

Ст. преподаватель Серченя Т. И.

Белорусский национальный технический университет

Мировой практикой накоплен достаточный опыт действенных мер по стимулированию инновационной активности хозяйствующих субъектов. В их числе можно назвать разработку и реализацию правительственных программ поддержки инновационного предпринимательства, развитие инновационной инфраструктуры, предоставление фирмам налоговых льгот и кредитов, страхование риска для инвесторов, систему гарантий частичной компенсации финансовых потерь и другие.