

2. Coombs, W. T. // Crisis management and communications. September 2014. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.instituteforpr.org/crisis-management-communications/>. – Дата доступа: 04.04.2023.

УДК 658.8

ИННОВАЦИОННЫЕ КОНЦЕПЦИИ СБЫТА

Можджер В.В.

Белорусский национальный технический университет

Инновационные подходы изменили инструментарий и способы сбыта, они сформировали новое управленческое и коммерческое мышление, буквально создали новую философию сбыта.

Новая «философия сбыта» предлагает новые подходы к бизнесу (производству и коммерции), которые претерпевают значительные изменения в соответствии с динамикой современного мира. Рассмотрим основные инновационные концепции сбыта.

Концепция «сбыта взаимных интересов» заключается в гибком сочетании и гармоничной взаимоувязке интересов всех участников сбыта, производителей и их партнеров, продавцов и потребителей. Содержание концепции может быть сформулировано на основании новых тенденций в «философии сбыта».

Концепция «Маркетинг 3.0» Ф. Котлера. Она предусматривает новую организацию конструктивных и заинтересованных деловых отношений в цепи «производитель – продавец – потребитель».

Концепция «нейросбыта» – воздействие на процесс подсознательного формирования у покупателей ассоциативного образа товара, максимально соответствующего их идеализированному представлению. Иными словами, если «сбыт взаимных интересов» базируется на верхнем уровне сознания, то «нейросбыт» обращается к подсознанию и эмоциональной сфере участников. «Нейросбыт» зачастую формулируют как инновационное многонаправленное воздействие на покупателя на рубеже сознательного (подчиненного воле) и бессознательного (неосознанного желания и мотивации) восприятия. Целью нейросбыта является формирование заданной мотивации покупателя, прогнозирование, определенное влияние, и, по возможности, управление покупательским выбором и спросом.

Концепция «цифровые технологии» в сбыте – это привлечение внимания потребителей к продукции цифровыми видео- и аудиосредствами. ЦТ играют особую роль в реализации товаров в современной коммерческой деятельности. Использование ЦТ привело к существенной активизации и качественному изменению инструментария сбытовой деятельности. ЦТ сбыта позволяют привлекать внимание потребителей, создавать в их мнении новый образ товара.

УДК 338.512

ПРИНЦИПЫ ИСЧИСЛЕНИЯ ЗАТРАТ

Марцева С.В.

Белорусский национальный технический университет

Исчисление затрат всегда приводит к проблемам, если они не могут быть прямо отнесены на продукцию, т.е. в случае косвенных затрат. Исчисление переменных, а в особенности - постоянных косвенных затрат осуществляется в соответствии с определёнными принципами. Эти принципы служат основой распределения возникших затрат на произведённую продукцию.

Принципы исчисления затрат:

- 1) принцип соответствия причинам возникновения затрат;
- 2) принцип пропорциональности;
- 3) принцип соответствия стоимости произведённой продукции;
- 4) принцип средних величин;
- 5) принцип соответствия нагрузке;
- 6) принцип распределения затрат по вкладу продукта в валовую прибыль;
- 7) принцип идентичности.

Принципы исчисления затрат служат распределению затрат, под которым понимается отнесение отраженных в учёте сумм затрат по видам на те или иные объекты при соблюдении определённых правил. В качестве объектов могут выступать места возникновения затрат, но главным образом это продукция.

В зависимости от выбора принципа исчисления затрат, понесённые затраты распределяются определённым образом на произведённые за период продукты, т.е. происходят соответствующие сдвиги в распределении затрат.

Принцип распределения затрат в соответствии с причинами их возникновения - это фундаментальный принцип исчисления затрат. Он