

положительно отражается на значении экономических показателей, в том числе оборачиваемость капитала и эффективное использование ресурсов. На данном этапе логистическая составляющая представляет собой один из важнейших инструментов управления компанией, при грамотном составлении которой фирма может кардинально изменить в лучшую сторону ключевые показатели финансовой деятельности и ценовую политику. Необходимо подчеркнуть, что значение логистики в некоторой степени недооценивается рядом предприятий, в которых к ее разработке относятся на достаточно формальном уровне, без учета последствий применения тех или иных элементов и условий цепочки поставок.

Остановимся на некоторых особенностях рынка перевозки грузов с применением автотранспортных услуг, где наблюдается высокий уровень конкуренции: рынок грузоперевозок достаточно прост для вхождения новых игроков; для рынка характерно свободное ценообразование, поскольку ограничение тарифов осуществляется лишь для отдельных видов грузовых перевозок автомобильным транспортом; условия внешней среды постоянно меняются, оказывая влияние на сделки на рынке автомобильных грузоперевозок; объем промышленного производства, его отраслевая структура, размещение производителей и потребителей готовой продукции играют решающую роль в уровне спроса на грузовые перевозки автомобильным транспортом.

Процесс реализации товара, который перевозится грузовыми автотранспортными компаниями, определяет скорость и сроки доставки, вид упаковки, цену, которую владелец груза готов заплатить за перевозку. Следовательно, рынок грузовых автотранспортных перевозок находится в постоянном развитии.

УДК 659.19

СОСТОЯНИЕ РАЗВИТИЯ РЕКЛАМЫ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Магадя П.А.

Научный руководитель: ст. преподаватель Аснович Н.Г.
Белорусский национальный технический университет

В современных условиях реклама становится все более важным фактором социально-экономического, общественного и культурного развития. Она составляет значимую часть экономического пространства и способствует повышению товарооборота, развитию предпринимательства, конкуренции, рыночных отношений.

За последние годы наметилась положительная тенденция по улучшению качества рекламной продукции, расширения спектра предоставляемых услуг, увеличения количества фирм, оказываемых услуги в данной области. Однако, несмотря на прогресс в данной области, всё ещё существует ряд недостатков, замедляющий процесс дальнейшего успешного развития рекламного дела в Беларуси. Эволюционному развитию рекламного бизнеса в Республике Беларусь объективно «мешает» общая экономическая ситуация, которая характеризуется умеренными темпами прироста отечественного производства. На поступательное развитие рекламного бизнеса в Республике Беларусь существенно влияет «кадровый вопрос». Под этим подразумевается имеющаяся нехватка квалифицированных специалистов. Остается весьма невысоким общий уровень технологического оснащения рекламного процесса и технического исполнения рекламной продукции. Анализируя белорусскую рекламу в последние годы, в особенности телевизионную и наружную, необходимо отметить заметное снижение количества откровенно неэтичной рекламы. Все более отдаляющаяся от этических установок общества реклама не просто будет терять в своей эффективности, она также способствует неуклонному росту негативного отношения общества к рекламе вообще. При этом особую актуальность проблеме социальной ответственности рекламы придает ее повторяемость и навязчивость. Реклама в Республике Беларусь сегодня выходит на новый уровень, адекватно реагируя на развитие рыночных отношений. Этот уровень определяется повышением роли директ-маркетинга, брендинга, смещением рекламной активности в сферу сейлзпромоушн и паблик рилейшнз.

УДК 629.735

УЧЕТ ЗАТРАТ НА ВЫПУСК ПРОДУКЦИИ ПО МЕТОДУ «АВС»

Магадя П.А.

Научный руководитель: ст. преподаватель Марцева С.В.

Белорусский национальный технический университет

Одним из методов расчета себестоимости значится разделение затрат на прямые и накладные и приписывание обоих видов затрат на продукцию (объект затрат). Объектом учета затрат в данном случае служит отдельный вид деятельности (функция, операция), а объектом калькулирования – вид продукции (работ, услуг). Существенное различие АВС-метода от других методов учета затрат и калькулирования заключается в порядке распределения накладных расходов.