

лизинга оборудования. Необходимо предусмотреть вариант таможенного оформления, когда стороной по импортному контракту является лизинговая фирма, а получателем - лизингополучатель с сохранением всех существующих льгот;

✓ пересмотреть существующую систему льготирования прибыли при налогообложении в целях разрешения использования инвестиционной льготы при привлечении активов с помощью лизинга;

✓ отразить в законодательстве отнесение лизинговых платежей к той же группе очередности, как и платежи по кредитам, и возможность использования инкассового распоряжения для взыскания просроченной задолженности по лизинговым платежам;

✓ разработать правила валютного регулирования и валютного контроля за осуществлением лизинга в Республике Беларусь для осуществления беспрепятственных расчётов, для чего необходимо внести соответствующие изменения в "Положение о порядке проведения валютных операций на территории Республики Беларусь";

✓ организовать постоянное проведение семинаров по вопросам лизинга;

✓ наладить систему обучения основам лизинговой деятельности (повышение квалификации преподавателей, обучение студентов, переподготовка госслужащих, занимающихся вопросами лизинговых отношений).

ВЛИЯНИЕ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА УРОВЕНЬ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОДУКЦИИ

О.В. Жилина

Научный руководитель – преподаватель *Т.Г. Богина*
Белорусский национальный технический университет

В настоящее время научно-техническая сфера деятельности переживает спад, обусловленный проблемами переходного периода экономики, в условиях которого низка активность инновационной деятельности в области производства конкурентоспособной продукции. Совершенно ясно, что основным фактором создания конкурентоспособной продукции и, следовательно, основой экономического роста стали технологические изменения в производстве, основанные на применении новых знаний. Поэтому к изменениям в технологиях, являющихся конечным этапом инновационной деятельности следует подходить более серьезно, разработать стратегию инновационной деятельности, обеспечить экономическими и политическими рычагами ее осуществление.

Величина затрат и задачи, на которые направлены научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы, демонстрируют их решающую роль в промышленной конкурентоспособности. Следовательно, привлечение средств на НИОКР и разумное их использование для технологического превосходства и экономического роста не вызывает сомнений. Очевидно, что доля средств, направленная на развитие научной и инновационной деятельности за счет собственных ресурсов, средств бюджета и внебюджетных централизованных фондов крайне мала.

Недостаточно развита инновационная деятельность в промышленной сфере в области прикладных исследований. Предприятия и организации промышленного комплекса РБ стоят перед необходимостью поиска инвестиций, разработки стратегии приобретения новых технологий как товара по лицензионным соглашениям у ведущих зарубежных фирм. Следует также упомянуть, что предприятия РБ для достижения экономического эффекта должны осуществлять инновационную деятельность с учетом ограниченного числа нетрадиционных для республики научных направлений, по которым ожидается высокая результативность на европейском и мировом рынках.

С учетом сложившейся ситуации возникает необходимость разработки инновационной стратегии с целью производства конкурентоспособной продукции не только для реализации на национальном рынке, но и для реализации на международном рынке. Сутью данной стратегии являются следующие положения.

1. Разработка мер по созданию возможности патентования изобретений за счет

специальных фондов и расширение практики передачи беспатентных лицензий на научно-технические разработки.

2. Использование ценовых и неценовых факторов при формировании эффективной инновационной стратегии и проведения технологической реструктуризации предприятий.

3. Расширить маркетинговые исследования рынка.

4. Создать экономические стимулы для развития инновационной деятельности на государственном уровне, обновить нормативно-правовую базу с целью разработки эффективной инновационной стратегии.

5. Возобновить связь производственных предприятий с отечественными и зарубежными научными учреждениями, создать научно-производственные объединения.

6. И, конечно же, следует пересмотреть оплату труда работников, повысить престижность научного труда и т.д.

ЭФФЕКТИВНОСТЬ РЕКЛАМЫ

Т.Л. Листонад

Научный руководитель – преподаватель *Е.С. Третьякова*
Белорусский национальный технический университет

Роль рекламы в нашей жизни очень велика. Однако в отечественном бизнесе все еще наблюдается пренебрежение рекламой. Это чаще всего объясняется тем, что определить реальную эффективность рекламной деятельности, выраженную в конкретных цифрах, очень сложно, а порой практически невозможно. Причина этого заключается в том, что действие рекламы растягивается во времени. Зарубежные фирмы уже решили эту проблему. Все-таки, что же такое эффективность рекламы?

Эффективность рекламы - один из важнейших факторов, влияющих на объемы и темпы продаж товаров или услуг. Следует отметить различия в подходах к определению эффективности рекламы с точки зрения рекламодателя и с точки зрения рекламопроизводителя. Для первого - это количество ее потребителей и ее запоминаемость у них. Для каждой рекламной компании необходимо разрабатывать творческую стратегию. Она должна отражать понимание маркетинговых концепций и методов убеждения.

Различают экономическую эффективность рекламы и эффективность психологического воздействия на сознание человека. Причем психологическое воздействие наиболее результативно, если оно приводит потенциальных потребителей к совершению покупки.

Данные об эффективности психологического воздействия рекламы позволяют прогнозировать ее действенность. Действенная, эффективная реклама - всегда результат тщательного планирования. Чтобы создать такую рекламу, нужно прежде всего понять, чем руководствуются люди при покупках и суметь научиться общаться с ними. Можно пользоваться такими методами, как повторяемость, интенсивность, движение (динамичность), контрастность, размер, эмоциональность. Несколько решений, принятых в самом начале, облегчат вам последующую жизнь и избавит от головной боли, когда придет пора оценивать результативность рекламы. Если вы правильно выберете рекламное средство, чтобы донести информацию до целевого рынка, подберете девиз, используете сильный текст и иллюстрации - ваша реклама будет эффективной.

Иначе говоря, результативность рекламы означает, что вы правильно себя ведете. В конце хотелось бы привести такие цифры. Ежегодно в мире используется на рекламу около 300 млрд. долларов. Это еще раз подтверждает то, что реклама является альфой и омегой любого бизнеса.