

фактором использования глобальной сети является экономичность. Ввиду общедоступности компьютерного оборудования и информационных продуктов, каждый заинтересованный потребитель, используя глобальную платформу, может применить свои знания и навыки, что позволяет не только делиться идеями, но и получать за это деньги. Следовательно, потребители из ряда покупателей переходят к статусу производителя.

Основными направлениями использования метода краудсорсинга являются: маркетинг, инновации, сокращение издержек, получение знаний и навыков.

Доступность Интернета позволяет использовать современные возможности управления для повышения инновационного потенциала компаний. При помощи краудсорсинга можно поддерживать связь с множеством пользователей, что позволяет решать различные задачи одновременно.

Таким образом, используя краудсорсинг, появляется возможность создания системы принятия управленческих решений, дающей возможность решения оперативных задач на любом из этапов работы.

УДК330.341.2

СУЩНОСТЬ ФИНАНСОВ ПРЕДПРИЯТИЙ ОТРАСЛЕЙ ЭКОНОМИКИ

Студентка гр.11306112 Гайдус Е.А.

Ст. преп.КозленковаО.В.

Белорусский национальный технический университет

Финансы предприятий являются важнейшей составной частью финансовой системы. Их функционирование обусловлено существованием товарно-денежных отношений и действием закона стоимости. Финансам предприятий присущи те же черты, что и категории финансов в целом.

Функции финансов предприятий реализуются на микроэкономическом уровне, они непосредственно связаны с формированием и использованием капитала и денежных фондов предприятий в условиях их экономического обособления и удовлетворением частных благ на возмездной эквивалентной основе.

- Обеспечивающая функция заключается в систематическом формировании в необходимом объеме денежных средств из различных альтернативных источников для обеспечения текущей хозяйственной деятельности фирмы и реализации стратегических целей ее развития.

- Распределительная функция проявляется через распределение и перераспределение общей суммы сформированных финансовых ресурсов предприятия, через формирование фондов денежных средств, определение основных стоимостных пропорций в процессе распределения доходов и финансовых ресурсов, через обеспечение оптимального сочетания интересов отдельных товаропроизводителей, и государства в целом. Распределительные отношения также серьезно влияют на конечные результаты. Распределяемая выручка от реализации продукции частично направляется на возмещение затрат предприятия, а другая часть ее представляет прибыль.

Контрольная функция предполагает осуществление финансового контроля за результатами производственно-хозяйственной деятельности организаций, а также за процессом формирования, распределения и использования их финансовых ресурсов. С помощью ее осуществляется контроль за формированием собственного капитала предприятия, формированием и целевым использованием денежных фондов, за изменениями финансовых показателей. Реализация этой функции на практике связана с применением различного рода стимулов и санкций, а также соответствующих финансовых показателей, на основе которых разрабатывать необходимые меры для повышения эффективности всей производственно-хозяйственной деятельности предприятия.

УДК 339.138

ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ СУБЪКТОВ ВЫСТАВОЧНОГО МАРКЕТИНГА

Студентка гр. 113611 Дерюгина Т.В.

Ст. преп. Макарская М. М.

Белорусский национальный технический университет

Каждый предприниматель нацелен на развитие бизнеса, поиск новых рынков сбыта, что определяет максимальную ориентацию на потребителя и углубленную работу в маркетинговой деятельности. Для обеспечения современного уровня маркетинговых коммуникаций в региональном или отраслевом масштабе реализации выставочной деятельности в виде последовательности экспозиционных мероприятий уже недостаточно. Необходима постоянная информационная работа с существующими и потенциальными участниками экспозиции, формирование эффективной системы выставочного сервиса, что обеспечивается функционированием регулярной универсальной экспозиции, развитием комплексного информационного обеспечения, формированием системы стандартизации выставочной деятельности и сертификации участников выставки.