

Таким образом, затраты на размещение баннеров составят 217 бел. руб. Рассмотрим эффективность рекламы в Интернете по каждому используемому виду баннерной рекламы. Для этого рассчитаем несколько показателей, которые необходимы при вычислении эффективности.

Результаты расчета общих затрат по всем статьям единовременных и текущих расходов (таблица 2).

Таблица 2 – Сводная смета затрат на рекламную кампанию

Наименование статьи затрат	Сумма, руб.
Хостинг сайта	10,8
Затраты на размещение баннеров	217
Прочие расходы	45
Ежемесячное обслуживание	12
Обучение работников в рамках предложенной технологии разработки рекламной кампании	360
Затраты на создание тизер-сайта в ООО «Хавас Медиа»	480
Расходы на создание баннеров в ООО «Хавас Медиа»	53
Итого	1177,8

Таким образом, для реализации рекламной кампании продуктов необходимо осуществить единовременные затраты в размере 533 бел. руб. и текущие ежегодные затраты в размере 1177,8 бел. руб.

УДК 004:631.145

Татьяна Шумская
(Республика Беларусь)

Научный руководитель О.Л. Сапун, к.пед.н., доцент
Белорусский государственный аграрный технический университет

АВТОМАТИЗИРОВАННАЯ ИНФОРМАЦИОННАЯ СИСТЕМА ДЛЯ ИДЕНТИФИКАЦИИ ПРОДУКЦИИ СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА

Затраты, связанные с обработкой бумажных документов в международной торговле, по оценкам западных экспертов, составляют 3,5–15 % от цены товара. Внедрение автоматизированных систем обработки информации, основанных на сканировании штрих-кода,

может снизить эти затраты на 0,5–3 %. Только использование штрих-кодов на упаковке товара снижает затраты на 10–15 % его стоимости.

Распределение системы штрих-кодирования происходит по мере того, как автоматизируется процесс перемещения товара от производителя к потребителю и появляются условия для использования идентификационных номеров. Экспертные оценки показывают, что это возможно при условии, что как минимум 80 % товаров, поступающих в распределительную сеть, имеют штрих-коды.

Белорусская ассоциация товарной нумерации EAN на основании документов, представленных предприятием, присваивает товарные номера каждому виду продукции, регистрирует их, вводит в депозитарий штрих-кодов и выдает соответствующий документ, подтверждающий право на применение товарных номеров товар в виде штрих-кода.

В то же время EAN Беларуси присваивает юридическому лицу или индивидуальному предпринимателю уникальный глобальный номер местонахождения (GLN), который в соответствии с международными стандартами обмена данными может использоваться им в качестве собственного идентификатора, который однозначно идентифицирует в процессе ведения коммерческой деятельности с использованием компьютерных сетей передачи данных.

Штрих-код, который маркирует отечественные и импортные продукты, который стал знакомым, позволил обеспечить доступ к базе данных описаний продуктов в соответствии с международными правилами. Расширить сферу его применения позволило создание банка электронных паспортов товаров. Такая работа была проведена Центром идентификационных систем НАН Беларуси.

В информационных целях в Беларуси создан банк электронных паспортов товаров. В зависимости от целей, которые преследует производитель, в описание продукта может быть включено более 250 параметров. Когда речь идет о поставках на внутренний рынок, в настоящее время используются более 10 параметров, которые описывают название, весовые характеристики, условия хранения и транспортировки, но для других условий доставки потребуются другие параметры.

Для некоторых продуктов важно подтверждение их безопасности. Теперь, используя штрих-код при доступе к базе данных, партнеры белорусских производителей могут получить информацию о наличии сертификатов гигиенической регистрации, что очень важно в отношении продуктов питания.

Система помогает продвигать белорусские товары на зарубежные рынки. Сегодня белорусская часть банка идентификационных

номеров и штрих-кодов содержит информацию о более чем 2200 субъектов хозяйствования и более 800 000 товаров соответственно.

Идентификация продукта распространяется и на сельскохозяйственную продукцию. В Республике Беларусь реализуется пилотный проект по идентификации крупного рогатого скота, который охватывает все регионы.

Идентификация продукта распространяется и на сельскохозяйственную продукцию. В Республике Беларусь реализуется пилотный проект по идентификации крупного рогатого скота, который охватывает все регионы.

Автоматизированная информационная система для идентификации, регистрации, отслеживания животных и продуктов животного происхождения разработана в соответствии с комплексом мероприятий по созданию и внедрению в Республике Беларусь автоматизированной информационной системы для идентификации и регистрации, отслеживания животных и продуктов животного происхождения.

Кроме того, высокие требования безопасности к животным и продуктам животного происхождения в Европейском союзе фактически являются дополнительным механизмом защиты европейского рынка от товаров, поступающих за его пределы. Для полной реализации экспортного потенциала белорусских предприятий Республика Беларусь должна иметь национальную систему идентификации и отслеживания животных, признанную в Европейском Союзе.

Республика Беларусь, как и другие страны, заинтересована в укреплении своей продовольственной безопасности, поэтому система отслеживания животных имеет большое социальное значение.

УДК 004:637.5

Дарья Эстранова
(Республика Беларусь)

Научный руководитель И.И. Станкевич, ст. преподаватель
Белорусский государственный аграрный технический университет

ПРИМЕНЕНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ДЛЯ ОПЕРАТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВОМ НА МЯСОКОМБИНАТЕ

Эффективность деятельности промышленного предприятия определяется системой управления и системой внутрифирменного оперативно-производственного планирования. Конкурентоспособность