

Полученные научные результаты и выводы. Выполненное исследование комплексно отражает возможность реализации четкой постановки управленческого учета в информационной модели базы данных средствами СУБД Microsoft Access для оптимизации бизнес-процессов и принятия управленческих решений разного уровня в системе управления предприятием.

Практическое применение полученных результатов. БД получилась подходящей для любого предприятия, специализирующегося на оказании услуг.

КОНЦЕПЦИЯ РЕСТРУКТУРИЗАЦИИ КОНТРОЛЛИНГА

М.А. МАХУНОВА (студент 3 курса)

Проблематика. Данная работа направлена на исследование и изучение реструктуризационного контроллинга в системе учета и контроля предприятия. Управленческая функция учета становится преобладающей, так как существует необходимость принятия оперативных управленческих решений, а следовательно, появляется потребность в актуальной оперативной информации.

Цель работы. Рассмотреть теоретические аспекты реструктуризации. Рассмотреть применение реструктуризации контроллинга в практике белорусских предприятий, выявить проблемы и направления их решения. Разработать новую схему отчетности для выявления конечного (промежуточного) результата деятельности предприятия.

Объект исследования. Подходы к пониманию термина «реструктуризация». Классическая система бухгалтерского учета, представляющая информацию в специальных регистрах на бумажных носителях.

Использованные методики. Применяется в деятельности предприятий, внедряющих управленческий учет, осуществляющих внешнеэкономическую деятельность.

Научная новизна. Одним из инструментов финансового оздоровления предприятий является реструктуризация. В последние десятилетия практически ни одна ведущая корпорация мира не смогла избежать сложного и многоаспектного процесса реструктуризации. В динамично меняющихся условиях хозяйствования реструктуризация превращается в решающий фактор успешной деятельности предприятий. В связи с этим возникает необходимость поиска новых форм и методов управления для своевременного осуществления необходимых трансформаций в собственном бизнесе и его структуре. Таким инструментом является контроллинг.

Реструктуризация интегрированных бизнес-групп приводит к усложнению менеджмента как управленческой деятельности, что влечет за собой необходимость повышения уровня специализации и роста профессионализма менеджеров, а также качества информационно-аналитического и методического обеспечения процесса принятия решения, т.е. применения контроллинга. Так как главной целью деятельности предприятия и реструктуризации, как объективного процесса его развития, является повышение стоимости, то необходимо говорить о стоимостно-ориентированном реструктуризационном контроллинге.

Полученные научные результаты и выводы. Контроллинг в настоящее время не развит, это связано с постоянными изменяющимися экономическими условиями, но полезность его не вызывает никаких сомнений. Применение реструктуризационного контроллинга даст возможность своевременно и наглядно отображать результаты деятельности предприятия, что позволит оперативно принимать те или иные управленческие решения.

Практическое применение полученных результатов. Рассмотрев теоретические аспекты стоимостно-ориентированного реструктуризационного контроллинга и изучив его в системе учета и контроля предприятия, разработали схему отчетности для выведения конечных результатов деятельности предприятия непосредственно для руководителей предприятий.

МАРКЕТИНГ И СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ

Е.В. МЕЛЬНИЧЕНКО (студент 2 курса)

Проблематика. Данная работа направлена на исследование понятия социальных сетей, маркетинга в социальных сетях, преимуществ и недостатков самого метода продвижения.

Цель работы. Анализ возможностей использования социальных сетей в маркетинговых целях по отдельным сегментам.

Объект исследования. Социальные сети и платформы (ВКонтакте, Одноклассники, Facebook, Instagram, YouTube, Twitter)

Использованные методики. Метод статистического анализа, сопоставление.

Научная новизна. Маркетинг – быстроразвивающаяся наука, которая находит различные пути использования собственных методов. Таким методом является маркетинг в социальных сетях.

Полученные научные результаты и выводы. Социальные сети – доступный и удобный путь к продвижению компании, товара, услуги. Распространенность и охват позволяют построить необходимую политику и реализовать поставленные цели.

Практическое применение полученных результатов. Исследованные в работе данные могут быть применены для ознакомления с понятием социальных сетей и для адаптации маркетинговой деятельности компании в соответствии с состоянием их развития. Данный анализ полезен в связи с увеличением разнообразия каналов продвижения.

ОПИСАНИЕ ПОСТАНОВКИ ЗАДАЧИ ПО ДОРАБОТКЕ ФУНКЦИОНАЛА УЧЕТА СПЕЦОДЕЖДЫ

О.А. МЕЛЬНИЧУК (студент 3 курса)

Проблематика. В условиях экономической нестабильности и частого изменения государственных нормативных актов, правил ведения бухгалтерского учета возникают определенные сложности. Сложности настоящего времени вынуждают бухгалтеров постоянно отслеживать последние изменения и допол-