

дарством и недоступностью из-за дороговизны жилья на свободном рынке нашего государства.

Цель работы в определении возможности внедрения и перспективы развития на предприятии такого источника финансирования недвижимости, как жилищные облигации и лизинг.

Объект исследования. Жилищная проблема.

Использованные методики. Определение стоимости различных способов приобретения жилья для граждан, в соответствии с предложением рынка Республики Беларусь.

Научная новизна. Внедрение такого способа финансирования жилья работникам предприятия, как жилищные облигации и лизинг.

Полученные научные результаты и выводы. Выпуск предприятием жилищных облигаций для своих работников будет служить источником привлечения денежных средств, будет способствовать росту прибыли, рентабельности продаж и в целом эффективности деятельности предприятия. Внедрив лизинг и жилищные облигации на предприятие, работники смогут получить возможность в приобретении более дешёвого жилья.

Практическое применение полученных результатов. Разработанный механизм внедрения лизинга и жилищных облигаций способен решить жилищную проблему многих граждан Республики Беларусь.

УЧЁТ ЗАТРАТ НА КАЧЕСТВО ПРОДУКЦИИ

С.А. КОЗЛОВА (СТУДЕНТ 3 КУРСА)

Проблематика. Данная работа направлена на исследование затрат на качество продукции в процессе производства. Проблема повышения качества продукции актуальна для любого предприятия.

Цель работы. Исследование взаимосвязи затрат на обеспечение качества и стоимости некачественных товаров (брака). Обеспечение качества уже долгое время остаётся одной из самых сложных задач, с которыми предприятия сталкиваются при производстве какой-либо продукции.

Объект исследования. Затраты на качество продукции. Они образуются на всех стадиях жизненного цикла товара.

Использованные методики. Общенаучные методы исследования. Компонентный анализ значения затрат на качество продукции.

Научная новизна. В настоящее время затраты на качество формируются на следующих счетах бухгалтерского учёта: счёт 20, 23, 25, 26, 28 и 44. Затем списываются на счёт 43 и счёт 90. Однако для эффективного учёта затрат на качество продукции этого недостаточно. Чтобы усовершенствовать этот участок учёта, я предлагаю параллельно распределять затраты на качество по целевому назначению и по стадиям ЖЦТ. По целевому назначению: на обеспечение качества, на улучшение качества, на управление качеством, на предотвращение брака и на контроль качества. По стадиям ЖЦТ: на этапе разработки, изготовления и использования.

Полученные научные результаты и выводы. Я разработала аналитическую матрицу расчёта затрат на качество продукции. Эта матрица отражает, какие затраты по целевому назначению могут быть распределены по стадиям жизненного цикла. Она является обоснованием для аналитического учёта по счёту, на котором будут учитываться затраты на качество продукции. Для обобщения информации о затратах на качество и потерях от бракованной продукции предлагаю открыть в управленческом учёте счёт 30 «Затраты на качество продукции». А также предлагаю открыть некоторые субсчета. По видам продукции: 30/1 – затраты на продукцию 1, 30/2 – затраты на продукцию 2. По стадиям ЖЦТ: 30/Х/1 – затраты на продукцию Х на стадии разработки, 30/Х/2 – на стадии изготовления, 30/Х/3 – на стадии использования. По целевому назначению: 30/Х/Х/1 – затраты на продукцию Х на стадии Х, направленные на обеспечение качества, 30/Х/Х/2 – на улучшение качества, 30/Х/Х/3 – на управление качеством, 30/Х/Х/4 – на предотвращение брака, 30/Х/Х/5 – на контроль качества. Данная классификация поможет правильно распределить все затраты на качество продукции по этим трём признакам и в дальнейшем правильно распределить расходы по каждой продукции. Практическое применение полученных результатов. Исследованные данные необходимы в связи с увеличением проблемы качества производимой продукции и конкурентоспособности предприятий. Данные разработки помогут сократить размер потерь от брака и повысить качество продукции.

ПРАКТИКА ПРИМЕНЕНИЯ ЛАТЕРАЛЬНОГО МАРКЕТИНГА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

А.И. КОЛОМИЙЦЕВА (СТУДЕНТКА 2 КУРСА)

Проблематика. Данная работа направлена на исследование областей создания инновационных товаров с помощью латерального маркетинга. В условиях глобального экономического кризиса основными приоритетными задачами Республики Беларусь являются сохранение темпов экономического роста и обеспечение инновационного развития экономики страны. Инновационного развития можно добиться с помощью применения латерального маркетинга при создании новых товаров и услуг.

Цель работы. Выявить наиболее перспективные области применения латерального маркетинга белорусскими предприятиями.

Объект исследования. Применение латерального маркетинга при создании новых товаров в Республике Беларусь, а именно в таких отраслях, как виноделие, туризм и пищевая промышленность.

Использованные методики. Для исследования были использованы анкетирование, глубинное интервью, сравнительный анализ деятельности белорусских предприятий на базе вторичной информации.

Научная новизна. Латеральный маркетинг — методика поиска нестандартных рыночных решений. Она позволяет разрабатывать новые продукты и услуги, что является приоритетным направлением при развитии экономики.