

Цель работы. Рассмотреть аспекты деятельности Интернет-магазинов и выявить экономическую выгоду от мероприятий по их созданию.

Объект исследования. Предприятия и организации, осуществляющие торговую деятельность и оказывающие услуги с помощью современных информационных технологий.

Использованные методики. Аналитический, логический, расчетный, сравнительный методы.

Научная новизна. Данная работа содержит анализ развития Интернет-торговли в Республике Беларусь, а также сопоставление затрат на создание Интернет-магазина торговым предприятием с полученной прибылью с учетом фактора времени. Рассчитана эффективность инвестирования проекта по созданию Интернет-магазина в Беларуси.

Полученные результаты и выводы. Сформулированы особенности функционирования Интернет-магазинов в Беларуси, приведена сравнительная характеристика электронной и традиционной торговли, оценены положительные и отрицательные стороны Интернет-торговли в целом. На основе этого предложен проект по освоению Интернет-торговли торговыми предприятиями Республики Беларусь.

Практическое применение полученных результатов. Сформулированные выводы, а также предложенный проект инвестирования поможет предприятиям выйти на новые рынки сбыта, расширить ассортимент своей продукции, оптимизировать сбытовую политику, увеличить объемы продаж, что приведет к росту прибыли предприятий Республики Беларусь.

ГУДВИЛЛ КАК ОБЪЕКТ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

А. Е. ЗДАНЕВИЧ (СТУДЕНТКА 2 КУРСА)

Проблематика. С развитием и стабилизацией делового климата и рыночных отношений в Республике Беларусь всё большее количество предприятий переходят на новый, качественно высокий уровень своего развития, когда деловая репутация является если не самым, то, конечно, одним из основных активов компании. В Республике Беларусь, как, впрочем, и во всем мире, постоянно происходят процессы слияния, приобретения и поглощения компаний и при этом на стоимость компаний значительно влияет именно «деловая репутация» (термин, принятый в международной практике). Необходимо определить, когда же уместно вообще говорить о существовании хорошей деловой репутации компании. Для этого компании необходимы наличие высокого качества товаров (работ, услуг), сильной команды менеджеров, разработанной маркетинговой стратегии. Также немаловажное значение имеет наличие постоянной клиентской базы, налаженные отношения с поставщиками, высокие кредитные показатели, выгодное месторасположение и, конечно, созданная корпоративная культура.

Цель работы. Изучение понятия «деловая репутация» и ее отражение в системе бухгалтерского учета Республики Беларусь.

Объект исследования. Гудвилл или «деловая репутация» предприятий Республики Беларусь. Его виды.

Использованные методики. Нормативный метод, аналитический метод.

Научная новизна. На основании анализа действующих нормативных документов Республики Беларусь и Международных стандартов финансовой отчетности установлено отражать «деловую репутацию» как нематериальный актив.

Полученные результаты и выводы. В результате анализа выявлено и рассмотрено, что наиболее подходящим для отражения «деловой репутации» в системе бухгалтерского учета является счет 04 «Нематериальные активы», что значительно облегчит отражение гудвилла в бухгалтерском учете.

Практическое применение полученных результатов. Разработанный метод оценки «деловой репутации» способствует проведению четкого отражения гудвилла в бухгалтерском учете, ориентированного на улучшение бухгалтерского учета и отчетности в момент приватизации или объединения предприятия.

ПОВЫШЕНИЕ ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТИ ТРУДА НА ТРАНСПОРТНОМ ПРЕДПРИЯТИИ

К. К. КАЗАРЯН (СТУДЕНТКА 3 КУРСА)

Проблематика. Данная работа направлена на исследование путей повышения производительности труда на транспортном предприятии путём повышения уровня функционирования всех отделов фирмы, включая совершенствование технических показателей, систему мотивации персонала и других факторов, оказывающих влияние на эффективность труда.

Цель работы. Выявить проблемы, влияющие на эффективность труда транспортного предприятия, и определить направления по ее совершенствованию.

Объект исследования. Производительность труда.

Использованные методики. Нормативный метод, метод оптимизации плановых решений.

Научная новизна. На основании анализа данных разработан SWOT-анализ. Выполнены расчеты показателей деятельности работников, разработан алгоритм действий, формирующий размер премии.

Полученные результаты и выводы. Проведен анализ сильных и слабых сторон предприятия, а также факторов, воздействующих на предприятия с внешней среды как положительно, так и отрицательно. Выявлены проблемы внутри фирмы, связанные с недостаточным мотивационным уровнем персонала. Рассчитаны такие показатели, как время доставки товара, прибыль от услуг на одного работника и стоимость затрат на транспортировку, которые позволяют рассчитать размер премии для руководителя отдела логистики. Также рассмотрен пример определения премии для каждого работника отдельно. Выводы: производительность труда предприятия на прямую связана с уровнем качества выполнения своих обязанностей работниками, который, в свою очередь, может улучшаться путём внедрения специальной системы мотивации.