

ления, по данным переписи, составляет 99,6%, охват базовым, общим средним и профессиональным образованием занятого населения – 98%. По показателям поступления детей в начальную и среднюю школу, количеству студентов высших учебных заведений Беларусь находится на уровне развитых стран Европы и мира.

**Цель работы.** Рассмотреть проблемы образования в Республике Беларусь и сделать прогноз потребности в кадрах.

**Объект исследования.** Национальная статистика Республики Беларусь в сфере образования, данные Министерства образования Республик Беларусь.

**Использованы методики.** Аналитический метод.

**Научная новизна.** Несоответствие спроса и предложения на рынке труда Республики Беларусь, ежегодно сокращение количества студентов в вузах Республики Беларусь. Высшее образование в республике является престижным и доступным. Однако образованию в Республике Беларусь присущ ряд пока еще не решенных проблем.

**Полученные результаты и выводы.** Выбраны и подробно описаны 3 самые популярные проблемы высшего образования в Республике Беларусь:

1. Недостаточная ориентация на нужды рынка труда.
2. «Иммиграция» абитуриентов в вузы других стран.
3. Отсутствие льгот для студентов.

**Выводы:** предложены варианты решения данных проблем, одним из них является создание фондов на базе предприятий для дошкольных учреждений. Таким предприятиям должны предоставлять льготы по налогам, а работникам предприятий даваться скидки. Таким образом заполнится сектор дошкольного образования, исчезнет проблема с заполненными садами.. В ходе описания проблем были сделаны прогнозы в кадрах.

**Практическое применение полученных результатов.** Разработанные варианты решения проблем высшего образования могут использоваться в университетах, предприятиях города, а также предложено открытие медицинских специальностей в БГУ им. Пушкина.

## **ИНТЕРНЕТ-ТОГОВЛЯ КАК СПОСОБ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ**

*М. Е. ЖМУЙДОВА (СТУДЕНТКА 3 КУРСА)*

**Проблематика.** Актуальность исследования определена развитием электронной торговли – одним из важных направлений повышения конкурентоспособности предприятий Республики Беларусь и выхода на новые рынки товаров и услуг. Прямая продажа своей продукции через Интернет является самым привлекательным направлением применения Интернет-технологий в бизнесе. Данная работа направлена на оценку эффективности создания Интернет-магазина в рамках функционирования предприятий, а также на научно обоснованную оценку проблем, стоящих перед предприятиями и организациями, осуществляющими торговую деятельность и оказывающими услуги с помощью современных Интернет-технологий.

**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.