

мости продукции, затрат организации в результате внедрения нововведений; снижение затрат на 1 рубль инвестиций в инновации и т. д.;

- изменение коэффициентов ликвидности и финансовой устойчивости организации в результате внедрения инноваций;

- ускорение оборачиваемости отдельных видов активов, связанное с внедрением нововведений;

- влияние внедрения нововведений на эффективность использования внеоборотных и оборотных активов: например, повышение фондоотдачи в результате внедрения нововведений, рост фондоотдачи на 1 рубль инвестиционных затрат в инновационную деятельность, повышение рентабельности капитальных вложений, направленных на создание и осуществление инноваций.

Предложенные нами показатели должны входить в систему комплексного экономического анализа и определять дальнейшее экономическое и социальное развитие организаций.

<http://edoc.bseu.by>

*Д.М. Иокша  
БГЭУ (Минск)*

## **НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА ВНЕШНЕТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СУБЪЕКТОВ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ**

Развитие внешнеторговой деятельности организаций в условиях социально-ориентированной рыночной экономики и проблемы ее регулирования. Изучение классификации внешнеторговой деятельности по различным критериям и ее значение для эффективного управления экономикой. Раскрытие сущности, содержания внешнеторговой деятельности, логики оперирования ее базовыми понятиями. Выявление мотивационного механизма участия различных субъектов хозяйствования во внешнеторговых отношениях. Основные направления совершенствования механизма реализации внешнеторговых отношений на современном этапе социально-экономического развития Республики Беларусь

Изучение действующей методики бухгалтерского учета внешнеторговых операций и основные направления ее совершенствования. Требования, предъявляемые к методической и методологической базе учета внешнеторговой деятельности в условиях социально-ориентированной рыночной экономики.

Определение роли импорта как важнейшего элемента экономических отношений между странами. Изучение отечественного и зарубежного передового опыта в области бухгалтерского учета внешнеторговых операций, определение возможности его применения в условиях социально-ориентированной рыночной экономики.

Методологические подходы в определении момента принятия к учету активов и обязательств при переходе прав собственности на объекты внешнеторговой деятельности субъектов хозяйствования и пути их совершенствования.

Раскрытие особенностей таможенного регулирования и налогообложения импортных товаров. Изучение организации бухгалтерского учета таможенных платежей. Влияние применения различных базисных условий поставок на размер расходов по доставке импортного товара. Накладные расходы по импорту при осуществлении внешнеторговой деятельности: принципы и проблемы их распределения. Возможные варианты принятия к учету импортных товаров.

Необходимость дальнейшего сближения отечественного бухгалтерского учета с международными стандартами финансовой отчетности с целью гармонизации базовых принципов и стандартов учета и отчетности, что позволило бы упорядочить и усовершенствовать учетный процесс как в целом, так и в части решения актуальных проблем бухгалтерского учета внешнеторговой деятельности.

Пути совершенствования нормативного регулирования бухгалтерского учета внешнеторговой деятельности в Республике Беларусь в условиях социально-ориентированной рыночной экономики.

*Т.П. Маханькова*  
*БТЭУ ПК (Гомель)*

## **ПРИМЕНЕНИЕ ИНСТРУМЕНТОВ МАРКЕТИНГА В СФЕРЕ ОБРАЗОВАНИЯ**

Современное образование характеризуется большим выбором и высокой конкуренцией предоставляемых образовательных услуг со стороны как государственных, так и негосударственных образовательных учреждений. Во многих областях нашей республики существует достаточно большое количество образовательных учреждений, которые предоставляют возможность получить среднее профессиональное, высшее или дополнительное образование с выдачей государственного диплома по одинаковым специальностям.

Сложившаяся ситуация требует от ВУЗа серьезных маркетинговых исследований рынка образовательных услуг, которые должны привести к совершенствованию управления образовательным процессом, методов поиска и набора абитуриентов, качественному изменению образовательных технологий. Так, основополагающий принцип маркетинга образовательных услуг должен быть сфокусирован в его философии и требует ставить в центр внимания не нужды производителя товаров и услуг, а запросы и нужды потребителя. Но это не смогло бы воплотиться в жизнь, если бы на реализацию этого базисного принципа не были нацелены остальные принципы маркетинга.

В маркетинге философия участников рынка образовательных услуг опирается на положение о том, что ограничение взаимоотношений с конкурентами только соперничеством бесперспективно и непродуктивно.

В образовании сотрудничество конкурентов проявляется постоянно и эффект его значителен: при формировании новых учебных дисциплин, подготовке учебных и методических пособий, использовании научно-педагогических кад-