

Эффективность тестирования и самого интернет-исследования зависит от таких факторов, как адресность и охват целевой аудитории. Поэтому исходя из этого, можно выявить допущенные ошибки и внести коррективы в проводимое исследование.

Анкетирование может проводиться на тематических сайтах, а также путем рассылки целевым пользователям электронных писем с вложенной анкетой или ссылкой на web-страницу, где размещена анкета. Следует отметить, что данная рассылка не должна нарушать действующее законодательство и не являться спамом.

Проведение маркетинговых исследований в Интернете необходимо и экономически оправданно. Но в тоже время существуют серьезные проблемы, которые препятствуют использованию интернет-технологий в маркетинговых исследованиях. К ним можно отнести отсутствие знаний и опыта в области интернет-маркетинга у большинства маркетологов, неясное понимание сущности маркетинговых исследований в Интернете, их эффективности и вследствие чего полученные необоснованные результаты проведенных маркетинговых исследований интерпретируются недостатками Интернета.

<http://edoc.bseu.by:8080>

*Головкова Е.А.
УО БГЭУ (Минск)*

СЕБЕСТОИМОСТЬ ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТА

Основным концептуальным подходом для построения модели себестоимости подготовки специалиста является выбор в пользу учебной дисциплины, как основного фактора обуславливающего величину затрат живого и овеществленного труда. Процесс подготовки специалиста включает в себя последовательное изучение студентами совокупности определенных дисциплин, предусмотренных учебными планами по каждой специальности (специализации). При изучении каждой дисциплины возникают затраты, связанные непосредственно с процессом обучения (основные), а также с организацией, обслуживанием и управлением этим процессом (накладные).

Информация о затратах на подготовку специалиста в разрезе дисциплин детализируется в разрезе кафедр, специальностей, форм обучения, факультетов и обслуживающих структурных подразделений.

Наличие объективной информации о величине затрат по каждой учебной дисциплине позволяет определять реальную себестоимость подготовки специалиста по той или иной специальности (специализации). На этой основе можно формировать цену на обучение в разрезе специальностей.

Определение себестоимости подготовки специалиста должно включать следующие этапы:

- формирование основных затрат в разрезе кафедр;
- формирование накладных затрат по кафедрам, факультетам и в целом по вузу;
- распределение накладных затрат по учебным дисциплинам кафедр вуза;
- определение себестоимости законченной учебной дисциплины;
- формирование себестоимости подготовки специалиста по конкретной специальности (специализации).

Практическое применение рекомендуемой модели и ее эффективность для управления учебным процессом возможно только в условиях автоматизированной информационной системы вуза. Обработка информации о затратах в разрезе конкретных дисциплин

лин обеспечит необходимую полноту и оперативность фактических данных о подготовке специалиста, что позволит управляющей системе вуза на основе текущего анализа затрат на обучение оперативно принимать оптимальные управленческие решения.

<http://edoc.bseu.by:8080>

*Гончаренок Д.Г.
УО БГЭУ (Минск)*

РАЗВИТИЕ НАЛОГОВОГО МЕНЕДЖМЕНТА

Эффективность работы предприятия в общем виде можно определить как частное от деления полученной суммы прибыли на затраты, понесенные для ее получения. Уменьшение налоговых платежей должно привести к росту прибыли предприятия, а значит, и отвечать интересам руководства и работников предприятия. Однако взаимосвязь между снижением налогов и ростом прибыли не всегда является прямолинейной. Поэтому наиболее эффективным направлением увеличения прибыльности является не механическое уменьшение налогов, а создание эффективной системы управления предприятием и принятия таких управленческих решений, чтобы оптимальной, включая налоги, была вся структура бизнеса. Нужна не тактика сокращения налогов, а стратегия эффективного управления предприятием. При таком подходе обеспечивается более существенное и устойчивое сокращение налоговых потерь на долгосрочную перспективу.

Наиболее приемлемый способ оптимизации налогов – это оптимизация всей деятельности предприятия таким образом, чтобы она осуществлялась самым эффективным способом. Какое место должен занимать финансовый (налоговый) менеджер на предприятии, является неоднозначным.

Международный опыт показывает, что финансовый (налоговый) менеджер координирует работу как минимум двух служб предприятия – бухгалтерскую и юридическую. Служба внутреннего аудита, оставаясь независимой в административной структуре предприятия, может активно сотрудничать с налоговым менеджером. Подчинение же ему до определенной степени юристов и бухгалтеров предприятия просто необходимо. Менеджеры для разработки наилучшей стратегии развития часто используют анализ пяти компонентов успеха, так называемых 5C: Company (компания), Costs (издержки, себестоимость), Competitors (конкуренты), Consumers (потребители, клиенты), Channels (каналы распространения продукции, работ, услуг компании). Взаимосвязь и взаимозависимость финансового и налогового менеджмента могут быть также подтверждены и анализом «5C».

*Гончарик О. В.
УО БГЭУ (Минск)*

ОСОБЕННОСТИ УЧЕТА ПРОКАТА АВТОМОБИЛЕЙ

В связи с возрастающим значением сферы услуг в экономике Республике Беларусь особое внимание следует уделять развитию все более востребованной и высоко rentабельной услуги – прокату автомобилей. Предоставление автомобилей в прокат распространено на территории республики повсеместно, предоставляя физическим лицам и субъектам хозяйствования право использовать дорогостоящее имущество долго-