

алмазов до производства ювелирных украшений с бриллиантами; рост продаж сертифицированных бриллиантов через Интернет; активное проникновение на рынок синтетических алмазов и алмазов, подвергнутых различным методам улучшения их свойств.

В этих непростых условиях развития мировой конъюнктуры ОАО «Кристалл» успешно конкурирует с мировыми производителями бриллиантов благодаря эффективному менеджменту, стратегиям деятельности на внутреннем и внешнем рынках, организации бизнес-процессов. В общем объеме выпускаемой продукции обработка алмазного сырья и производство бриллиантов составляет 25 %; ювелирные изделия – 75 %. Ежегодно предприятие перерабатывает 250 кг золота и производит примерно 10 000 карат бриллиантов. Экспорт алмазной продукции составляет 80 %; поставки осуществляются в Российскую Федерацию, Индию, Объединенные Арабские Эмираты, Армению [1].

Литература

1 Обзор рынка алмазообработки [Электронный ресурс] / Официальный сайт Rough&Polished. – Режим доступа: <http://rough-polished.com/ru/analytics/95409.html>. – Дата доступа: 24.03.2024.

А. С. Малахова

Науч. рук. В. Ф. Бабына,

канд. экон. наук, профессор

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ПРАКТИКИ ПРИЗНАНИЯ ПЕРВОНАЧАЛЬНОЙ СТОИМОСТИ ОСНОВНЫХ СРЕДСТВ В НАЦИОНАЛЬНОЙ СИСТЕМЕ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЁТА И МСФО

Белорусские компании нуждаются в принятии международных стандартов финансовой отчетности (далее – МСФО) из-за растущего влияния мировых и региональных интеграционных процессов. В Беларуси ведется активная работа над приближением национальных стандартов бухгалтерского учета к МСФО, вводя как новые законы, так и внося коррективы в уже существующие.

В настоящее время особенности учета основных средств в организациях определены Инструкцией по бухгалтерскому учету основных средств № 26 от 30.04.2012г. (далее – Инструкция) [1]. Данная Инструкция установила новые принципы определения первоначальной стоимости, что приближает национальные стандарты бухгалтерского учета к МСФО. Из первоначальной стоимости основных средств исключены курсовые разницы. Кроме этого, национальным стандартом бухгалтерского учета предусмотрено формирование резерва по выводу основных средств из эксплуатации с включением его суммы в первоначальную стоимость. Этот принцип также взят из международной практики и позволяет организациям формировать резерв на протяжении срока полезного использования актива.

После первоначального признания организация обязана выбрать один из двух вариантов последующего учета основных средств, предусмотренных Инструкцией. Это требование Инструкции отличается от международных стандартов в том, что переоценка, согласно МСФО, осуществляется в соответствии с международными правилами оценки по решению руководства, и на практике компании, как правило, переоценивают лишь определенные активы основных средств, такие как здания и сооружения.

Таким образом, из проведенного сравнительного анализа Инструкции и МСФО 16 «Основные средства» [2] следует, что существуют определенные различия между национальным законодательством Республики Беларусь и международными стандартами в области бухгалтерского учета основных средств.

Рекомендуется продолжить усилия в этом направлении, что способствовало бы повышению прозрачности и согласованности бухгалтерской отчетности в контексте мировых стандартов.

Литература

1 Об утверждении Инструкции по бухгалтерскому учету основных средств [Электронный ресурс]: постановление Министерства финансов Респ. Беларусь, 30.04.2012 г., № 26. – 2024. – Режим доступа: <https://pravo.by>. – Дата доступа: 04.06.2024.

2 Международный стандарт финансовой отчетности (IAS) 16 «Основные средства» [Электронный ресурс]. – 2024. – Режим доступа: <https://www.ib.ru>. – Дата доступа: 04.06.2024.

К. П. Михайлова

Науч. рук. **И. В. Глухова**,
ст. преподаватель

БЕНЧМАРКИНГ В АНТИКРИЗИСНОМ УПРАВЛЕНИИ

Антикризисное управление характеризуется наличием динамических бизнес-процессов, эффективное протекание которых зависит от скорости и качества принятых управленческих решений в условиях высокой степени неопределенности и риска. Антикризисному менеджеру необходимо сформировать инструментарий для обоснования и принятия решений с учетом специфики ситуации, обусловленной определенной совокупностью факторов внутренней и внешней среды, законодательства страны и т. д.

В настоящее время одним из наиболее популярных инструментов проведения анализа как основы для выработки стратегии и тактики антикризисного управления организацией является бенчмаркинг. Бенчмаркинг (от англ. “benchmarking”) – «... сопоставительный анализ на основе эталонных показателей как процесс определения, понимания и адаптации имеющихся примеров эффективного функционирования организации с целью улучшения собственной работы» [1]. Иными словами, антикризисному менеджеру необходимо сформировать систему показателей для оценки различных направлений деятельности (производства, сбыта, финансов и т. д.) и собрать информацию об аналогичных показателях по организациям своего вида экономической деятельности, т. е. о своих непосредственных конкурентах на внутреннем и внешнем рынке сбыта продукции. Далее необходимо провести сравнение показателей, оценить возможности организации по улучшению своих показателей как минимум до уровня конкурентов с учетом использования имеющихся различных ресурсов и накопленного позитивного опыта выхода из кризиса других организаций.

С этих позиций бенчмаркинг несколько напоминает конкурентный анализ. Однако между ними есть ряд различий. Так, конкурентный анализ направлен больше на предсказание поведения конкурентов на рынке, копирование их бизнес-процессов и активное решение возникшей проблемы. А бенчмаркинг в рамках антикризисного управления нацелен на использование полученных результатов анализа для выработки стратегических решений и тактических шагов для успешного проведения антикризисных процедур и вывода организации из состояния неплатежеспособности.

Литература

1 Бенчмаркинг [Электронный ресурс] : Википедия. – 2024. – Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Бенчмаркинг>. – Дата доступа: 06.06.2024.

Д. А. Оснач

Науч. рук. **А. А. Казущик**,
канд. экон. наук, доцент

ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЕ БУДУЩЕЕ МАРКЕТИНГА

Маркетинг играет одну из ключевых ролей в успехе любой организации, так как он помогает не только привлекать новых клиентов, но и поддерживать долгосрочные отношения