

## 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

с существующими. По мере приближения к концу первой четверти столетия ландшафт технологий в маркетинге продолжает развиваться беспрецедентными темпами. Умные технологии изменяют традиционные 4Р-маркетинга (продукт, цены, место и продвижение). Наиболее выгодными для внедрения выступают технологии искусственного интеллекта, метавселенная и аудиомаркетинг (голосовой поиск).

Искусственный интеллект позволяет проводить гиперперсонализацию и кастомизацию контента, анализировать и предвидеть поведение потребителя и спрос. Прогнозируется, что до 2027 года скорость выполнения бизнес-процессов в организации и производительность труда увеличатся на 78 %.

Метавселенные или виртуальная и дополненная реальность (VR / AR) ставят во главу угла опыт покупок, вовлеченность в процесс, а не цену продаж. Тем самым формируется и закрепляется в сознании потребителя комплекс эмоциональных реакций, воспоминаний и других составляющих маркетинга впечатлений. Выдвигается прогноз, что объем мирового рынка данных технологий вырастет за период 2021–2024 годов на 30,7 % и составит 296,9 млрд. долл. США.

SEO-стратегии организаций подлежат видоизменению с учетом длины ключевых слов и оптимизации контента под фразы естественного языка – необходимые условия использования аудиомаркетинга. Рекламная деятельность в формате подкастов и сторителлингов улучшает взаимодействие с клиентами и повышает конверсию. В 2022 году на мировом рынке стоимость покупок через голосовые помощники – 40 млрд. долл. США.

Международные организации также проводят анализ «алгоритмов будущего». Республика Беларусь занимает 55-е место из 166 стран в докладе Конференции ООН по торговле и развитию «Технологии и инновации 2023», что говорит о позитивных тенденциях на будущие периоды [1].

## Литература

1 Technology and innovation report 2023 [Electronic resource]. – 2024. – Mode of access: [https://unctad.org/system/files/official-document/tir2023\\_en.pdf](https://unctad.org/system/files/official-document/tir2023_en.pdf) – Date of access: 20.04.2024

**С. В. Пастухов**

*Науч. рук. В. Ф. Бабына,*

*канд. экон. наук, профессор*

## СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ НАЦИОНАЛЬНОЙ СИСТЕМЫ УЧЁТА ОСНОВНЫХ СРЕДСТВ В НАПРАВЛЕНИИ МСФО

В современном мире международные стандарты финансовой отчетности (далее – МСФО) все более активно применяются в различных странах. Данные стандарты предоставляют единый набор правил и принципов, позволяющих обеспечить прозрачность финансовой информации, а также повысить доверие инвесторов и других заинтересованных сторон.

Беларусь, как член Евразийского экономического союза, также сталкивается с необходимостью совершенствовать свою национальную систему учета основных средств в направлении МСФО. Актуальность темы внедрения зарубежного опыта в практику работы белорусских организаций обусловлена усилением общемировых и региональных интеграционных процессов и, как следствие, притоком иностранного капитала.

Исходя из проведенного сравнения, в национальную систему учета основных средств можно внести следующие улучшения:

- создать схему поэтапного внедрения МСФО, чтобы предоставлять компаниям достаточно времени для подготовки и адаптации;
- разработать подробные руководства и инструкции по применению МСФО в контексте белорусской системы;
- проводить информационные кампании о преимуществах и необходимости внедрения МСФО для предприятий и организаций;