

и списываются в полной сумме в дебет субсчета 90.6 «Расходы на реализацию» [1, 2].

Таким образом, в бухгалтерском учете важно определить: во-первых, какие затраты относятся к каждому виду туризма; во-вторых, какие затраты относятся к конкретной услуге, с целью достоверного калькулирования себестоимости туристского продукта. Для эффективного планирования и анализа расходов необходимо применять единую номенклатуру статей учета и отчетности. При этом с учетом специфики работы туроператоров и турагентов используемая номенклатура статей будет различаться. Немаловажным вопросом является организация управленческого учета и формирования управленческой отчетности для принятия обоснованных управленческих решений, способствующих изысканию узких мест и повышению эффективности деятельности.

Источники

1. Об утверждении Инструкции по бухгалтерскому учету доходов и расходов и признании утратившими силу некоторых постановлений Министерства финансов Республики Беларусь и их отдельных структурных элементов : постановление М-ва финансов Респ. Беларусь от 30 сент. 2011 г. № 102 : в ред. постановления М-ва финансов Респ. Беларусь от 22 дек. 2018 г. № 74 // *ilex* : информ. правовая система (дата обращения: 11.11.2024).

2. Об утверждении типового плана счетов бухгалтерского учета, утверждении Инструкции о порядке применения типового плана счетов бухгалтерского учета и признании утратившими силу некоторых постановлений Министерства финансов Республики Беларусь и их отдельных структурных элементов : постановление М-ва финансов Респ. Беларусь от 29 июня 2011 г. № 50 : в ред. постановления М-ва финансов Респ. Беларусь от 28 дек. 2022 г. № 64 // *ilex* : информ. правовая система (дата обращения: 11.11.2024).

*СНИЛ «Гандаль»
Е. Ю. Лаптинская
БГЭУ (Минск)*

Научный руководитель — Е. В. Андрос

ЦИФРОВИЗАЦИЯ ТОРГОВЛИ: НОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И ИХ ВЛИЯНИЕ НА СТРАТЕГИЮ ТОРГОВЛИ

Цифровизация — глубокая трансформация бизнеса, предполагающая использование цифровых технологий для оптимизации бизнес-процессов, повышения производительности компании и улучшения взаимодействия с клиентами [1]. Инструменты — от искусственного

интеллекта до больших данных, от Интернета вещей до блокчейн-решений — становятся неотъемлемыми элементами современного бизнеса, радикально переосмысляющими процессы управления и клиентского взаимодействия.

В эпоху цифровизации торговля преобразуется: компании активно адаптируются к динамичному рынку, оптимизируя свою работу через ИИ и анализ больших данных. Наряду с очевидными преимуществами (повышение эффективности, улучшение качества обслуживания клиентов) появляются и значительные вызовы. В частности, угроза доминирования крупных цифровых платформ в различных сегментах рынка становится реальностью, что может привести к монополизации отрасли с последующими негативными последствиями для конкуренции и потребителей.

Министерство антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь приступило к разработке долгосрочной отраслевой стратегии. В этом документе планируется отразить тенденции, которые происходят на рынке, цели, к которым отрасль должна прийти в среднесрочном периоде исходя из текущей ситуации и наличия ресурсов, чтобы стратегия была реалистичной. Однозначно один из ключевых акцентов будет сделан на цифровизации, развитии новых форм торговли [2].

По данным МВФ, глобальные инвестиции в цифровизацию торговли в 2023 г. превысили 1 трлн долл. США. Внедрение новых технологий позволяет компаниям значительно сокращать издержки, автоматизировать рутинные процессы и повышать точность принятия решений. Например, исследования показывают, что использование ИИ для управления запасами и прогнозирования спроса позволяет сократить издержки на 20–30 %.

Использование больших данных и аналитики позволяет компаниям глубже понимать потребности и предпочтения клиентов, что приводит к более персонализированным предложениям и повышению удовлетворенности клиентов. Статистика показывает, что компании, использующие аналитические инструменты, фиксируют увеличение доходов на 10–15 % благодаря более точным маркетинговым кампаниям и улучшенному управлению цепочками поставок.

Цифровизация торговли открывает перед компаниями новые горизонты и возможности для роста. Однако для успешного внедрения технологий необходимы стратегический подход и инвестиции в обучение персонала. Важно не только внедрить технологии, но и правильно интегрировать их в существующие бизнес-процессы.

Таким образом, цифровизация должна быть направлена на создание более гибких и адаптивных бизнес-моделей, которые могут быстро реагировать на изменения рынка и предпочтения клиентов. Важно учитывать, что технологии не являются целью сами по себе, а служат инструментом для достижения более высоких целей: повышения качества обслуживания, улучшения клиентского опыта и обеспечения устойчивого роста.

Источники

1. Что такое цифровизация бизнеса? // ROBIN. — URL: <https://rpa-robin.ru/blog/cifrovizaciya-biznesa/> (дата обращения: 26.11.2024).

2. Цифровизация является ключевым трендом торговли, но с сохранением и традиционных ниш // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. — URL: <https://pravo.by/novosti/obshchestvenno-politicheskie-i-v-oblasti-prava/2024/sepember/78659/> (дата обращения: 25.11.2024).

Е. О. Лимарова, З. Д. Шведко
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — **О. П. Ефимова-Стадник**,
канд. экон. наук, доцент

АНАЛИЗ ДИНАМИКИ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ПЛАТЕЖЕСПОСОБНОСТИ ПО УСЛУГАМ ВРЕМЕННОГО ПРОЖИВАНИЯ И ПИТАНИЯ

Одними из ключевых показателей платежеспособности являются коэффициент текущей ликвидности и коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами. В таблице рассмотрена динамика данных коэффициентов на начало года по Республике Беларусь по оптовой и розничной торговле, ремонту автомобилей и мотоциклов и услугам по временному проживанию и питанию.

Показатели платежеспособности по видам экономической деятельности
(на начало года)

Вид	Коэффициент текущей ликвидности, %				Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами, %			
	2021 г.	2022 г.	2023 г.	2024 г.	2021 г.	2022 г.	2023 г.	2024 г.
Всего по Республике Беларусь	128,4	132,9	139,1	136,2	22,1	24,8	28,1	26,6
Оптовая и розничная торговля; ремонт автомобилей и мотоциклов	114,4	114,9	122,0	113,8	12,6	13,0	18,0	12,1
Услуги по временному проживанию и питанию	37,5	66,2	87,0	105,9	-166,8	-51,0	-15,0	5,6