

Это позволит более точно определить результаты сельскохозяйственной деятельности, а также достоверно и прозрачно представить их в финансовой отчетности для принятия эффективных управленческих решений.

Источники

1. Захарова, Е. В. Управление биологическими активами в сельскохозяйственных организациях : автореф. дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05, 08.00.12 / Е. В. Захарова ; Удмурт. гос. ун-т. — Ижевск, 2009. — 24 с.

2. Левчук, И. С. Стоимостная оценка урожая зерновых культур: сравнительный анализ с МСФО / И.С. Левчук // Сб. науч. тр. / Белорус. гос. экон. ун-т. — Минск, 2018. — Вып. 7. — С. 89–92.

3. О введении в действие на территории Республики Беларусь международных стандартов финансовой отчетности и их разъяснений, принимаемых фондом международных стандартов финансовой отчетности. Международный стандарт финансовой отчетности (IAS) 2 «Запасы» : постановление Совета Министров Респ. Беларусь, Нац. банка Респ. Беларусь, 19 авг., 2016 г., № 657/20 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. — 2016. — № 5/42513.

4. О введении в действие на территории Республики Беларусь международных стандартов финансовой отчетности и их разъяснений, принимаемых фондом международных стандартов финансовой отчетности. Международный стандарт финансовой отчетности (IAS) 41 «Сельское хозяйство» : постановление Совета Министров Респ. Беларусь, Нац. банка Респ. Беларусь, 19 авг., 2016 г., № 657/20 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. — 2016. — № 5/42513.

5. О применении методических рекомендаций по учету затрат и калькуированию себестоимости сельскохозяйственной продукции (работ, услуг) [Электронный ресурс] : письмо М-ва сел. хоз-ва и продовольствия Респ. Беларусь, 14 янв. 2016 г., № 04-2-1-32/178 // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. — Минск, 2018.

6. Фастова, Е. В. Реформирование бухгалтерского учета в сельском хозяйстве : автореф. дис. ... канд. экон. наук : 08.00.12 / Е. В. Фастова ; Моск. с.-х. акад. им. К. А. Тимирязева. — М., 2007. — 22 с.

<http://edoc.bseu.by>

А. А. Марченко, Н. М. Кречко

Научный руководитель — кандидат экономических наук Е. А. Сушкевич

НЕЙРОМАРКЕТИНГ ФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ

В работе представлены способы включения приемов нейромаркетинга в бухгалтерскую финансовую отчетность. Проанализирована возможность акцентирования внимания адресата финансовой отчетности на соответствие деятельности компании нормам, направленным на охрану окружающей среды. Выделены приемы, способные повысить лояльность и доверие к финансовой отчетности.

Распространение практики современного бухгалтерского учета и финансовой отчетности — это пример реализации инструментов нейромарке-

тинга в конце XIX – начале XX в. Нейромаркетинга как понимания того, как работает наш мозг, как мы воспринимаем окружающий нас мир и поступающие от него информационные сообщения и как мы на них реагируем. Понимания, способствующего продвижению продукта, которым в этом случае выступила методология бухгалтерского учета по методу двойной записи.

Однако шло время и так успешно действовавших в начале XX в. методов убеждения становилось все более недостаточно. Экономическое сообщество стало проникаться все большим скепсисом по отношению к данным финансовой отчетности. А появляющиеся альтернативные варианты получения данных о состоянии дел компаний как объектов вложения средств все более соответствовали современным методам завоевания внимания публики и укрепления доверия к предоставляемой информации [1].

Способна ли в этих условиях традиционная практика бухгалтерского учета и финансовой отчетности не утратить той роли в экономической жизни общества, которую она играла так долго? Возможно ли применить в этих целях современные инструменты нейромаркетинга?

Сто лет назад отчетность в большей степени была ориентирована на кредиторов как основных пользователей ее данных. В советский период развития нашей страны главным пользователем отчетных данных выступали государственные органы.

Использование современных технологий способно навсегда сделать эту проблему достоянием прошлого. Пользователь сможет, применяя соответствующие настройки, выбирать, с каким из возможных типов отчетности он будет работать. Один клик сможет перенастраивать отчет, делая его максимально адекватным информационным запросам конкретного типа пользователей — в результате пользователь получит ощущение того, что отчетность фирмы содержит данные, которые необходимы именно ему.

Электронная версия финансовой отчетности компаний может давать возможность пользователю «поиграть» ее показателями, применив к их оценке различные варианты возможных положений учетной политики. С учетной политикой фирмы устойчиво ассоциируется идея вуалирования отчетности, отражение наиболее выгодной компании картины положения дел, а следовательно, введение пользователей в заблуждение. При этом фактические данные годовых отчетов отечественных компаний показывают, что они уделяют учетной политике для целей составления финансовой отчетности не так уж много внимания. Выбирается либо максимально удобный для бухгалтера ее вариант, либо учетная политика максимально гармонизирует с налоговой.

Возможность «смоделировать» отчетные данные компании в зависимости от различных вариантов учетной политики подарит пользователю ощущение понимания, сделав его как бы сопричастным к процессу формирования соответствующих показателей. Включение в отчеты «всплывающих» пояснений к различным вариантам расчета пробудит в пользователе чувство принадлежности к сообществу профессионалов.

Отчет может демонстрировать и то, как в зависимости от выбранного варианта учетной политики будут меняться значения соответствующих ана-

литических показателей, рассчитываемых по данным отчетности (коэффициенты ликвидности, рентабельности, финансовой устойчивости и т.д.).

При этом тот вариант отчетности, который будет изначально предоставляться пользователю, должен составлять в полном соответствии с принципом консерватизма (иными словами, любой дополнительно рассчитываемый вариант отчета должен представлять более оптимистичную картину положения вещей). Такая «визуализация честности» составителей отчетности фирмы повысит доверие к ним, а следовательно, и к отчетным данным.

Также росту доверия пользователя может способствовать возможность «перехода» от отчета к текстам нормативных правовых актов и/или профессиональных стандартов, согласно которым был признан и оценен соответствующий элемент отчетности.

Технологически уже сегодня данные финансовой отчетности компаний могут обновляться в режиме реального времени. И не исключено, что очень скоро пользователи смогут подписываться на обновления финансовой отчетности конкретных фирм в некоем «Бизнес-Инстаграме». Ведь, как уже давно подметили социологи, то, что сегодня в обществе свойственно поведению индивида и ассоциируется с его личностью, со временем становится и элементом «поведения» социальных групп, прежде всего корпораций. В условиях небывалого ускорения социодинамики, обусловленной развитием технологий, социальные сети, функционирующие в формате B2B, — это наше ближайшее будущее. Однако подлинными пользователями таких принципиально новых технологических платформ межкорпоративной коммуникации по-прежнему будут люди. Люди с их психологией, эмоциями, механизмами восприятия, нерациональными реакциями.

На помощь «традиционной» бухгалтерии также могут прийти инструменты визуализации, часто ошибочно ассоциирующиеся только с новыми видами отчетности компаний.

В связи с этим следует обратить внимание на предложения Т. Н. Соловей: в соответствующих строках актива и пассива баланса, отчета о финансовых результатах и отчета о движении денежных средств выделять суммы, относящиеся к операциям компании, отвечающим требованиям экологических стандартов качества [2]. Так, в дополнение к общим суммам активов, обязательств, доходов, расходов, денежных потоков в отчетности появляются суммы, демонстрирующие долю, которую занимает в соответствующих операциях компании деятельность, направленная на охрану экологии, то есть использование экологически чистых материалов, очистку отходов и т.д.

Таким образом, баланс, отчет о финансовых результатах и отчет о движении денежных средств могут стать в определенной части «зелеными». И при этом, ничто не мешает сделать «заливку» этих элементов отчетов и действительно зеленой. А электронная версия отчетности сможет демонстрировать динамику «озеленения» соответствующих ее позиций, характеризуя темпы роста ее вклада в «зеленую» экономику.

А значит новые технологии — это шанс для бухгалтерского учета на стабильное будущее в стремительно меняющемся мире. Именно они могут стать инструментами реализации приемов нейромаркетинга в практике до-

ведения до сознания пользователей показателей отчетных данных, сделать бухгалтерскую отчетность неотъемлемой частью нового информационного пространства экономической жизни общества.

Источники

1. *Пятов, М. Л.* Нейромаркетинг финансовой отчетности: неопределенное настоящее и возможное будущее [Электронный ресурс] / М. Л. Пятов // Бух. 1С — интернет-ресурс для бухгалтеров. — 2017. — Режим доступа : <https://buh.ru/articles/documents/57665/>. — Дата доступа : 03.10.2018.

2. *Соловей, Т. Н.* Формирование финансовой отчетности социально активной фирмы : автореф. дис. ... канд. экон. наук : 25.03.14 / Т. Н. Соловей ; С.-Петербург. гос. торг.-экон. ун-т. — СПб., 2014. — 21 с.

Т. А. Матвиенко

Научный руководитель — Ю. Б. Вашкевич

МЕЖДУНАРОДНАЯ ТОРГОВЛЯ И БЕДНОСТЬ: ПРОБЛЕМЫ ЗАВИСИМОСТИ И ПЕРСПЕКТИВЫ ЕЕ РЕШЕНИЯ

В работе представлены направления решения проблемы бедности и их взаимозависимость с международной торговлей, а также особенности мирового опыта в борьбе с бедностью. Выявлены основные пути преодоления бедности для наименее развитых и развивающихся стран.

Торговля обладает необходимой мощью для того, чтобы стать действующим оружием в борьбе с бедностью и средством по обеспечению экономического роста, однако этот потенциал и в наше время сполна не реализован. Торговля может внести позитивный вклад в развитие и сокращение бедности. Она может способствовать экономическому росту, что является необходимым условием снижения нищеты.

По данным Всемирного банка (далее — ВБ) количество бедных в 2013 г. по сравнению с 1990 г. снизилось в 2,5 раза. Однако по состоянию на 2013 г. в отдельно взятых регионах (Африка к югу от Сахары, Латинская Америка и страны Карибского бассейна) количество бедных снижается относительно медленно, а во всем мире этот показатель остается предельно высоким — около 10,7 % населения — около 800 млн человек (см. рисунок).

Стоит отметить, что работа по искоренению крайней бедности далека от завершения. Становится все труднее доводить помощь до крайне бедного населения, которое зачастую проживает в политически нестабильных регионах и на отдаленных территориях. Доступ к хорошим школам, медицинским услугам, электричеству, безопасной воде и другим важнейшим услугам для многих людей по-прежнему затруднен, что нередко определяется их социально-экономическим статусом, гендерными, этническими и географиче-