

Конечно, для определения стоимостной оценки и для отражения в бухгалтерском учете человеческого капитала этого недостаточно, однако это может стать первым шагом в признании человеческого капитала объектом бухгалтерского учета.

1. Akintoye, I. The Relevance of Human Resource Accounting to Effective Financial Reporting / I. Akintoye // International Journal of Business Management and Economic Research. – 2015. - Vol. 3 (4). – P. 566–572.
2. Arogundade, A. Historical Cost Model and the Need for a Universal Human Resource Model / A Arogundade, K. Ohwo, S. Audu // Research Journal of Finance and Accounting. – 2020. - Vol. 11, № 20. – P. 144–122.
3. Arkan, T. Human Resources Accounting: A Suggested Model for Measurement and Valuation / T. Arkan // Finanse, Rynki Finansowe, Ubezpieczenia. – 2016. - Vol. 1 (79). – P. 173–193.
4. Revathy, S. Cost impression on Human Resource Accounting / S. Revathy, S. Pragadeeswaran // International Journal of Recent Technology and Engineering. – 2019. - Vol. 8. – P. 343–346.
5. Kumar, S. Human Asset Accounting: “Adoption and Abandonment in Public Sector in India with Specific Reference to Ongc” // S. Kumar, K. Singh // Journal of Emerging Technologies and Innovative Research. – 2020. - Vol. 7 (9). – P. 732-740.
6. Shaheen, I. A Study on HR Accounting Practices in Selected Companies // I. Shaheen, A. Noor, A. Sultana // International Journal of Innovative Research & Development. – 2016. - Vol. 5 (2). – P. 15-21.
7. Краковская, И. Н. Отчеты о человеческом капитале: опыт ведущих компаний / И. Н. Краковская // Инженерные технологии и системы. – 2009. – № 3. – С. 103–108.

СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОДУКТОВОГО НАБОРА СТУДЕНТА В РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛЕ

Гридюшко К.П.,

*студентка 2 курса ВГУ имени П.М. Машерова, г. Витебск, Республика Беларусь
Научный руководитель – Янкевич Е.М., канд. экон. наук*

Ключевые слова. Продуктовый набор, цена, розничная торговля, студент.
Keywords. Grocery set, price, retail, student.

В розничных магазинах представлен широкий ассортимент товаров по различным ценам и качеству. Исходя из закона спроса и предложения, экономический интерес покупателя состоит в приобретении товара для удовлетворения потребностей по более низкой цене, а продавец заинтересован продать дороже. Тем не менее покупатели заинтересованы в выгодной цене в сочетании с качеством. Больше всего ищут выгоду в цене студенты, живущие в общежитии/съёмном жилье, что предопределяет актуальность исследования. Цель – исследование уровня цен продуктового набора студента в различных магазинах розничной сети.

Материал и методы. Материалом исследования послужили собственные наблюдения мониторинга цен в продовольственных магазинах г. Витебска. Использованы методы: сравнение, анализ, обобщение.

Результаты и их обсуждение. Начиная свою студенческую жизнь, многие студенты вынуждены самостоятельно оплачивать свои расходы. Большинству студентов финансово помогают родители, но даже в таком случае не всегда студенты могут правильно распределить свои финансовые средства особенно вначале студенческой самостоятельной жизни. Таким образом, при ограниченном бюджете студенты вынуждены искать продукты, которые соответствуют их финансовым возможностям. В связи с актуальностью данного вопроса для многих студентов, нами проведено исследование цен для «студенческой корзины». В таблице предоставлены самые популярные на наш взгляд, студенческие продукты.

Таблица – Ценовые показатели продуктового набора студента в розничной сети, руб.

| Продукты питания | «Green» | «Веста» | «Евро-опт» | «Ника» | «Витебские продукты» | «Копеечка» |
|---|-----------|-----------|------------|-----------|----------------------|------------|
| Пельмени «СТУДЕНЧЕСКИЕ», 450 гр. | 3,05 руб. | 2,84 руб. | 2,78 руб. | 2,96 руб. | 2,74 руб. | 2,60 руб. |
| Мак. изд. «ПАСТОРАЛЬ» (спаг, в/с, гр. В) 0,9 кг | 1,45 руб. | 1,45 руб. | 1,26 руб. | 1,34 руб. | 1,40 руб. | 1,25 руб. |

Окончание табл.

| | | | | | | |
|--|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Чайн. нап. «GREENFIELD» | 4,64 руб. | 4,36 руб. | 3,99 руб. | 3,45 руб. | 4,33 руб. | 3,49 руб. |
| Картофель, 1 кг | 1,00 руб. | 1,32 руб. | 0,78 руб. | 1,07 руб. | 1,40 руб. | 0,67 руб. |
| Молоко паст. «ВКУСНОЕ» (1,5%, пленка) 950 мл | 1,54 руб. | 1,49 руб. | 1,55 руб. | 1,42 руб. | 1,42 руб. | 1,45 руб. |
| Печенье «СЛОДЫЧ К ЧАЮ» | 1,05 руб. | 0,99 руб. | 0,99 руб. | 0,99 руб. | 0,99 руб. | 0,85 руб. |
| Крупа греч. «ФЕРМЕР», 0,7 кг | 1,91 руб. | 2,34 руб. | 1,92 руб. | 1,65 руб. | 2,16 руб. | 2,09 руб. |
| Крупа рис. «ФЕРМЕР», 0,7 кг | 2,50 руб. | 2,46 руб. | 2,50 руб. | 2,61 руб. | 2,54 руб. | 2,29 руб. |
| Хлеб «РОДНЫ» (новый, уп, нар) 0,47 кг | 1,44 руб. | 1,45 руб. | 1,45 руб. | 1,45 руб. | 1,45 руб. | 1,45 руб. |
| Колб. вар. «ДОКТОРСКАЯ АРОМ» (вс, мб) 0,4 кг | 3,95 руб. | 3,97 руб. | 3,96 руб. | 4,17 руб. | 4,17 руб. | 4,05 руб. |
| Итого | 22,53 руб. | 22,67 руб. | 21,18 руб. | 21,11 руб. | 22,60 руб. | 20,19 руб. |

Источник: составлено автором на основании наблюдения.

Исходя из показателей размера цены на одинаковый набор продуктов, наблюдается их отличие по некоторым позициям в разных торговых объектах. Поскольку бюджет у студента ограничен, наиболее приемлемые цены продемонстрированы в розничной торговле «Копеечка». В данный перечень продуктов не включены овощи и фрукты, которым присуща сезонность, что влияет на стоимость.

В процессе мониторинга цен нами выявлено, что для конкуренции в различных торговых объектах проводятся акции, способствующие притоку покупателей, желающих купить аналогичный продукт по более низкой цене. Зная о такой маркетинговой стратегии, понимаем, что, снижая цену на один товар, повышают ее уровень на сопутствующий или комплементарный.

Что касается динамики показателей розничного товарооборота в г. Витебске на душу населения, то в 2021 г. по отношению к 2020 г. он увеличился на 11,8% и составил 6363,5 тыс. руб. Положительной тенденцией является увеличение торговых площадей магазинов розничной торговли на 10 000 чел. населения и составил в 2021 г. 7580,0 м² [1, с. 106]. Проводя исследования розничного товарооборота с учетом имеющихся данных о численности населения на начало периода и определения среднесуточного потребления, представляется возможным, выявить количество потребителей продуктов [2]. Например, торговым объектам, которые находятся вблизи студенческих общежитий, необходимо осуществлять гибкую ценовую политику, тем самым увеличивая спрос на продукты питания, входящие в продуктовую корзину студента.

Заключение. Таким образом, по представленным данным можно утверждать, что выгоднее всего закупать продукты в торговой сети «Копеечка». Однако необходимо учитывать удаленность магазина от места проживания, учитывать логистику перемещения покупателя, интенсивность занятий в университете и лимит времени для посещения более выгодного по цене продовольственного магазина.

1. Регионы Республики Беларусь. Основные социально-экономические показатели областей, городов, районов [Электронный ресурс]. – Стат. сб. – Т. 2. – Минск, 2022 [в ред. И.В.Медведева и др.]. – Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by/upload/iblock/104/47cb70pp7nww4og2ad9nz0cq00enlc4m.pdf>. – Дата доступа: 08.09.2023.

2. Янкевич, Е.М. Оценка совокупного потока посетителей региональной туристической дестинации посредством использования языка программирования Python / Е.М. Янкевич, А.О. Карпович // Право. Экономика. Психология. – 2022. – № 4(28). – С. 53–63.