

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.
Итог	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.

Закключение. 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/104/47cb70pp7nww4og2ad9nz0cqq00enlc4m.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.