

Помимо импульса при эмоциональном принятии решения на потребителя может оказывать влияние поиск разнообразия [1, с. 146]. В этом случае возникновение потребности может быть как осознанным, так и импульсивным. На этапе поиска информации на потребителя в большей мере влияют сведения о том, какие продукты он уже пробовал, а какие нет. Он оценивает варианты среди неиспробованных товаров, наибольшее воздействие на него оказывает сильная дифференциация и призывы попробовать что-то новое в рекламе товара. С целью привлечь потребителя, ищущего разнообразия, производители и предприятия стараются увеличить глубину ассортимента и дифференциацию товара. Это прекрасная возможность расширить аудиторию, переманив приверженцев другой, уже поднадоевшей марки. Напротив, чтобы не потерять потребителя, производителю необходимо модифицировать свой товар.

Заключение. Эмоциональное принятие решения о покупке может быть принято под влиянием импульса и вследствие поиска разнообразия. Эти способы отличаются временем принятия решения, наиболее значимыми факторами, которые по своей природе более эмоциональны.

Список цитируемых источников

1. Акулич, И. Л. Маркетинг / И. Л. Акулич. — Минск : Современ. шк., 2007. — 304 с.
2. Разумовская, А. Маркетинг услуг. Настольная книга российского маркетолога практика / А. Разумовская. — М. : Вершина, 2006. — 496 с.
3. Раис, Э. Маркетинговые войны / Э. Раис, Дж. Траут. — СПб. : Питер, 2003. — 256 с.
4. Розова, Н. К. Маркетинг / Н. К. Розова. — СПб. : Питер, 2012. — 448 с.
5. Голдсмит, Р. / Психология потребителя в маркетинге / Р. Голдсмит, С. Браун, Г. Фоксол. — СПб. : Питер, 2002. — 348 с.
6. Данченко, Л. А. / Маркетинг по нотам. Практический курс на российских примерах / Л. А. Данченко. — М. : Аспект Пресс, 2004. — 300 с.
7. Прикладной маркетинг : учеб. пособие / под ред. В. А. Михарево. — Минск : Высш. шк., 2007. — 431 с.
8. Армстронг, Г. / Введение в маркетинг / Г. Армстронг. — 5-е изд. — М. : Вильямс, 2000. — 832 с.
9. Дэвид, Д. Принципы и практика маркетинга / Д. Дэвид. — М. : Вильямс, 2000. — 688 с.
10. Васильев, Г. А. Основы маркетинга : учеб. пособие для студентов вузов / Г. А. Васильев. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2005. — 543 с.

УДК 338

А. А. Чухрай, Ю. С. Якуш

Учреждение образования «Барановичский государственный университет», Барановичи

ЭФФЕКТИВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ ДЕНЕЖНЫМИ ПОТОКАМИ КАК ВАЖНЫЙ АСПЕКТ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ФИНАНСОВОЙ СТАБИЛЬНОСТИ СУБЪЕКТОВ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ

Введение. Практика осуществления хозяйственной деятельности в современных условиях развития экономики свидетельствует о том, что организации зачастую испытывают недостаток денежных средств для осуществления текущей, финансовой и инвестиционной деятельности, что в целом свидетельствует об их неудовлетворительном финансовом состоянии и финансовой нестабильности. Как правило, это обусловлено недостаточно эффективным управлением и несовершенством используемых финансовых методов и инструментов. На преодоление такого дисбаланса направлено формирование системы комплексного управления денежными потоками, под которыми понимается совокупность распределенных во времени объемов поступления и выбытия денежных средств в процессе хозяйственной деятельности организации.

Основная часть. В процессе движения активов и источников их финансирования формируются и расходуются денежные средства, т. е. возникают денежные потоки, представляющие собой не разовые поступления и платежи, а непрерывный процесс движения денежных средств [1]. Существуют различные подходы к определению понятия «денежные потоки», которое не установлено действующими нормативными правовыми актами в Республике Беларусь.

Управление денежным потоком включает в себя расчет времени обращения денежных средств, анализ денежных потоков, их прогнозирование, определение оптимального их уровня. Основными источниками для анализа денежных потоков являются отчет о движении денежных средств, а также бухгалтерский баланс, отчет о прибылях и убытках [2]. Потоки движения денежных средств разделяются по видам деятельности, установленным Инструкцией по бухгалтерскому учету доходов и расходов, утвержденной постановлением Министерства финансов Республики Беларусь от 30.09.2011 № 102 [3]. Они являются результатом осуществления текущей, инвестиционной и финансовой деятельности.

В соответствии с данной инструкцией текущая деятельность — основная, приносящая доход деятельность организации и прочая деятельность, не относящаяся к финансовой и инвестиционной деятельности. Инвестиционная деятельность — деятельность организации по приобретению и созданию, реализации и прочему выбытию основных средств, нематериальных активов, доходных вложений в материальные активы,

вложений в долгосрочные активы, оборудования к установке, строительных материалов у заказчика, осуществлению (предоставлению) и реализации (погашению) финансовых вложений, если указанная деятельность не относится к текущей деятельности согласно учетной политике организации. Финансовая деятельность — деятельность организации, приводящая к изменениям величины и состава внесенного собственного капитала, обязательств по кредитам, займам и иных аналогичных обязательств, если указанная деятельность не относится к текущей деятельности согласно учетной политике организации [3].

Субъектам хозяйствования необходимо эффективно управлять денежными потоками, проводить анализ движения денежных средств на основании данных отчета о движении денежных средств, представляющего собой совокупность показателей, характеризующих приток и отток денежных средств за отчетный период. Также следует обратить внимание на такое понятие, как финансовая устойчивость организации, представляющее собой такое состояние финансовых ресурсов, их распределение и использование, которое обеспечивает развитие организации на основе роста прибыли и капитала при сохранении платежеспособности и кредитоспособности в условиях допустимого уровня риска. Финансовое положение организации считается устойчивым, если собственными средствами покрывается не менее половины финансовых ресурсов, необходимых для осуществления нормальной хозяйственной деятельности, эффективно используются финансовые ресурсы, соблюдается финансовая, кредитная и расчетная дисциплина, иными словами, организация является платежеспособной.

Анализ денежных потоков организации позволяет ответить на следующие вопросы: откуда поступают денежные средства, какова роль каждого источника, на какие цели используются денежные средства. Без анализа денежных потоков невозможна полная оценка финансового состояния организации.

В международной учетно-аналитической практике для определения движения денежных средств используются прямой и косвенный методы анализа. Прямой метод анализа основан на расчете поступления и использования денежных средств, что позволяет сделать выводы о достаточности денежных средств для оплаты текущих обязательств, инвестиционных вложений и осуществления дополнительных затрат. Косвенный метод позволяет получить данные, характеризующие чистый денежный поток в отчетном периоде, на основе информации бухгалтерского баланса и отчета о прибылях и убытках, а также соотносит величину чистой прибыли с величиной денежных средств. При использовании данного метода производится корректировка величины чистой прибыли, чтобы статьи доходов (расходов), не связанные с притоком (оттоком) денежных средств, не влияли на ее величину.

Также может использоваться и коэффициентный метод, который дополняет предыдущие. Коэффициентный метод анализа денежных потоков предполагает использование ряда коэффициентов (платежеспособности, сбалансированности, рентабельности и др.), позволяющих выполнять изучение отклонения реальных денежных потоков от запланированных, анализ управления денежными средствами организации с различных позиций. Таким образом, коэффициентный метод анализа на основании информации о движении денежных средств позволяет изучить динамику главных показателей состояния финансов организации, оценить ее платежеспособность и финансовое состояние в целом [1].

В настоящее время как белорусскими, так и зарубежными учеными уделяется большое внимание методикам анализа движения денежных потоков. Но следует отметить, что отсутствует единое мнение относительно роли оценки движения потоков денежных средств при проведении финансового состояния и определении платежеспособности, ликвидности субъектов хозяйствования. Для оценки ликвидности и платежеспособности субъектов хозяйствования Республики Беларусь приняты соответствующие нормативные правовые акты [4; 5], которыми установлены показатели, порядок их расчета, критерии определения платежеспособности. Между показателями платежеспособности и ликвидности в действующей практике ставится знак равенства, что не совсем верно, многими авторами подчеркивается, что эти понятия как экономические категории не тождественны, несмотря на то, что на практике они тесно взаимосвязаны.

Все установленные показатели для оценки платежеспособности субъектов хозяйствования определяются по данным бухгалтерского баланса. По мнению многих экономистов, ученых, традиционный анализ финансового состояния имеет ряд недостатков (основан на данных бухгалтерского баланса, который является статистическим отражением состояния активов и собственного капитала и обязательств субъекта хозяйствования на последнюю отчетную дату, не дает достоверного прогноза на будущее). Поэтому для качественной оценки платежеспособности и финансовой устойчивости субъектов хозяйствования и принятия обоснованных управленческих решений кроме показателей, рассчитанных на основе данных бухгалтерского баланса, целесообразно производить оценку платежеспособности субъектов хозяйствования на основании анализа потоков движения денежных средств.

Оценку платежеспособности целесообразно проводить не только на основании абсолютных показателей отчета о движении денежных средств, но и с использованием финансовых коэффициентов, характеризующих движение потоков денежных средств. Аналитическая ценность коэффициентов подтверждается широким их использованием в мировой практике. Также помимо информации, содержащейся в отчете о движении денежных средств, для расчета финансовых коэффициентов необходимо использовать информацию, представленную в отчете о прибылях и убытках. От полноты и своевременности обеспечения производственного и инвестиционного процесса денежными средствами зависят результаты деятельности субъектов хозяйствования, степень их финансовой устойчивости и платежеспособности, конкурентные преимущества, необходимые

для текущего и перспективного развития. Поэтому управление денежными средствами и анализ денежных потоков являются особенно важными при оценке краткосрочной ликвидности, долгосрочной платежеспособности и результатов хозяйственной деятельности. Вместе с тем методика расчета и анализа денежных потоков еще недостаточно отработана применительно к практике деятельности субъектов хозяйствования Республики Беларусь и требует совершенствования.

Заключение. Экономическая и социальная стабильность отдельных отраслей экономики и в целом страны во многом зависит от финансовой устойчивости субъектов хозяйствования. Одним из важнейших признаков грамотного управления является не только получение достаточной прибыли, но и предотвращение нехватки денежных средств. Поэтому необходимо проводить анализ потоков денежных средств с помощью различных методов, приемов и способов. Целью управления денежными потоками является обеспечение финансовой стабильности субъектов хозяйствования в течение всего периода их хозяйственной деятельности.

Список цитируемых источников

1. Акулич, В. В. Анализ денежных потоков [Электронный ресурс] / В. В. Акулич // Информационно-правовая система «Нормативка.by». — Режим доступа: <https://normativka.by>. — Дата доступа: 26.05.2020.
2. Об утверждении Национального стандарта бухгалтерского учета и отчетности «Индивидуальная бухгалтерская отчетность», внесении дополнения и изменений в постановление Министерства финансов Республики Беларусь от 30 июня 2014 г. № 46 и признании утратившими силу постановления Министерства финансов Республики Беларусь 31 окт. 2011 г. № 111 и отдельных структурных элементов некоторых постановлений Министерства финансов Республики Беларусь [Электронный ресурс] : постановление М-ва финансов Респ. Беларусь, 12 дек. 2016 г., № 104 : в ред. постановления М-ва финансов Респ. Беларусь от 22 дек. 2018 г. № 74 // Нац. правовой Интернет-портал Респ. Беларусь. — 29.12.2018. — 8/33714.
3. Об утверждении Инструкции по бухгалтерскому учету доходов и расходов и признании утратившими силу некоторых постановлений Министерства финансов Республики Беларусь и их отдельных структурных элементов [Электронный ресурс] : постановление М-ва финансов Респ. Беларусь, 30 сент. 2011 г., № 102 : в ред. постановления М-ва финансов Респ. Беларусь от 22 дек. 2018 г. № 74 // Нац. правовой Интернет-портал Респ. Беларусь. — 29.12.2018. — № 8/33714.
4. Об утверждении Инструкции о порядке расчета коэффициентов платежеспособности и проведения анализа финансового состояния и платежеспособности субъектов хозяйствования [Электронный ресурс] : постановление М-ва финансов Респ. Беларусь и М-ва экономики Респ. Беларусь, 27 дек. 2011 г., № 140/206 : в ред. постановления М-ва финансов Респ. Беларусь и М-ва экономики Респ. Беларусь от 4 окт. 2017 г. № 33/23 // Нац. правовой Интернет-портал Респ. Беларусь. — 26.10.2017. — № 8/32493.
5. Об определении критериев оценки платежеспособности субъектов хозяйствования [Электронный ресурс] : постановление Совета Министров Респ. Беларусь от 12 дек. 2011 г. № 1672 : в ред. постановления Совета Министров Респ. Беларусь от 22 янв. 2019 г. № 43 // Нац. правовой Интернет-портал Респ. Беларусь. — 24.01.2019. — 5/46083.

УДК 339.138

В. И. Швайко

Учреждение образования «Барановичский государственный университет», Барановичи

РОЛЬ УПАКОВКИ В СИСТЕМЕ МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ

Введение. Упаковка на сегодняшний день является самым массовым объектом дизайна. Она может быть уникальным результатом кропотливого труда талантливого дизайнера или уродливым предметом. Упаковка одновременно может выполнять несколько жизненно важных для данного продукта функций. Среди них и защита от внешних механических воздействий — защитная функция, представление информации о продукте — информативная функция, представление самого продукта потребителю — репрезентативная функция и, наконец, четвертая функция — коммуникативная.

Основная часть. Упаковка является не просто контейнером для товара, а неотъемлемой частью самого товара. Изначально упаковка выполняла только функцию сохранения качества, но на современном рынке упаковка выполняет множество задач и функций: сохранение качества, представление товара, передача информации о товаре, привлечение потребителей и др.

Рекламная упаковка теперь несет всю информацию об упакованном изделии, о его потребительских и технических параметрах, достоинствах, изготовителе изделия. Но этого мало. Художественно оформленная рекламная упаковка является также носителем определенной эстетической информации. Однако надо учитывать, что информация, заложенная в рекламной упаковке, наиболее эффективно воспринимается потребителем в том случае, если она для него является актуальной, отвечает его насущным потребностям. Если товар помещен в упаковку, оформленную таким образом, что содержание этого оформления непонятно покупателю, далеко от его интересов, то покупатель, естественно, останется равнодушен к информации, заложенной в такой рекламной упаковке, она не привлечет его внимания.

Сегодня в борьбе за покупателя упаковке отводится одно из ведущих мест. Наряду с названием и ценой она играет огромную коммуникативную роль и значительно облегчает продвижение товара: помогает позиционировать товар, облегчает узнавание товара, формирование и подкрепление отличительных черт товара,