

Компании, которые готовы инвестировать в развитие своего бренда и создавать уникальную идентичность, обычно находятся в лучшем положении для выделения на рынке и привлечения клиентов. Долгосрочная стратегия позволяет бренду укрепить свою позицию, создать надежные отношения с клиентами и устойчиво существовать в переменчивом мире бизнеса.

Заключение. Брендинг является неотъемлемой частью современного мира маркетинга и продвижения на конкурентном рынке. Он представляет собой мощное средство создания уникальной идентичности и воздействия на восприятие потребителей. Бренды могут быть использованы как для положительных, так и для отрицательных целей, поэтому компании должны быть осторожными в выборе стратегии брендинга. Но при правильном использовании, бренд может стать ключевым фактором успеха на конкурентном рынке.

Список цитируемых источников

1. Бренд. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Бренд>. — Дата доступа: 06.10.2023.
2. Что такое бренд и брендинг? [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://medium.com/@levogrin/что-такое-бренд-и-брендинг-3fd050b4e598>. — Дата доступа: 06.10.2023.

УДК 336.64

В. В. Лукьянович

Учреждение образования «Барановичский государственный университет», Барановичи, Республика Беларусь

*Научный руководитель
М. М. Хованская*

ВЛИЯНИЕ ЦИФРОВИЗАЦИИ НА ДОХОДЫ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ Г. БАРАНОВИЧИ

Введение. Сегодня цифровизация является главным условием для получения предприятиями определенных преимуществ, увеличения эффективности и улучшения бизнес-показателей, в том числе и финансовых результатов работы.

Основная часть. Основным источником дохода субъекта хозяйствования являются доходы по текущей деятельности, основным элементом которых является выручка от реализации товаров, работ и услуг, которые и стали предметом для проведения исследования. Детализацию поступления основного источника доходов предприятиями г. Барановичи рассмотрим на примере следующих хозяйствующих субъектов — ОАО «Торгмаш», филиал ЗАО «Атлант» Барановичский станкостроительный завод (БСЗ), ОАО «Барановичский автоагрегатный завод» (ОАО «БААЗ»), ОАО «Барановичский завод станкопринадлежностей» (ОАО «БЗСП»), динамика и темпы роста выручки от реализации продукции, товаров, работ, услуг за 2019—2021 гг. которых приведены в таблицах 1-4.

ОАО «Торгмаш» занимается производством технологического оборудования для предприятий торговли и общественного питания, а также бытовой техники (таблица 1) [1].

На протяжении исследуемого периода наблюдается явная динамика роста общего объема поступления выручки от реализации ОАО «Торгмаш». Так за 2020 г. выручка от реализации составила 24236 тыс. руб., в то время как за 2021 г. она увеличилась на 5386 тыс. руб. или почти на 22,2%. Валовая прибыль в 2019 г. составила 5999 тыс. руб., в 2020 г. — 7551 тыс. руб., в 2021 г. — 7882 тыс. руб. Показатель отражает рост за анализируемый период на 1883 тыс. руб. или 31,4%. Чистая прибыль в 2020 г. составила 2424 тыс. руб., что на 1368 тыс. руб. больше аналогичного показателя за предшествующий период, в 2021 г. наблюдается ее снижение на 412 тыс. руб. за счет полученного убытка от финансовой и инвестиционной деятельности. Совокупная прибыль за 2019-2021 гг. составила 924 тыс. руб., 2167 тыс. руб. и 1999 тыс. руб. соответственно.

Далее рассмотрим показатели хозяйствующего субъекта, изготавливающего компрессоры и электродвигатели — филиал ЗАО «Атлант» БСЗ (таблица 2) [2].

Т а б л и ц а 1 — Динамика экономических показателей ОАО «Торгмаш», тыс. руб.

Наименование показателя	2019	2020	2021	Относительные изменения, %		Абсолютные изменения, ±	
				2021 г. к 2020 г.	2020 г. к 2019 г.	2021 г. к 2020 г.	2019 г. к 2020 г.
Выручка от реализации продукции, товаров, работ, услуг	22025	24236	29622	122,2	110	5386	2211
Валовая прибыль	5999	7551	7882	104,4	125,9	331	1552
Чистая прибыль (убыток)	1056	2424	2012	83,0	229,5	-412	1368
Совокупная прибыль (убыток)	924	2167	1999	92,2	234,5	-168	1243

Т а б л и ц а 2 — Динамика экономических показателей БСЗ, тыс. руб.

Наименование показателя	2019	2020	2021	Относительные изменения, %		Абсолютные изменения, ±	
				2020 г. к 2019 г.	2021 г. к 2020 г.	2020 г. к 2019 г.	2021 г. к 2020 г.
Выручка от реализации продукции, товаров, работ, услуг	489339	594614	614130	121,5	103,3	105275	19516
Валовая прибыль	35528	102767	40951	289,3	39,85	67239	-67816
Чистая прибыль (убыток)	31560	13366	30998	42,4	231,9	-18194	17632
Совокупная прибыль (убыток)	31415	13348	31149	42,4	233,4	-18067	17801

Валовая прибыль на БСЗ за рассматриваемый период имеет неоднозначную динамику. В 2019 г. данный показатель составил 35528 тыс. руб. и увеличился в 2020 г. почти в 3 раза, что говорит о значительном росте объема реализации продукции предприятия и обильном получении им доходов от основной деятельности. А вот в 2021 г. валовая прибыль снизилась почти до значений 2019 г. — 40951 тыс. руб. или на 60%. Выручка же показывает стабильный рост: за 2020 г., по сравнению с 2019 г., она выросла более чем на 20%, и в 2021 — на 3%. Также стоит отметить отрицательную динамику за аналогичный период таких показателей, как чистая прибыль и совокупный доход, так они показали одинаковое снижение за 2020 г. на 57,6%.

ОАО «БААЗ» — одно из старейших машиностроительных предприятий Беларуси — производитель автокомпонентов для грузовой и автобусной техники (таблица 3) [3].

Т а б л и ц а 3 — Динамика экономических показателей ОАО «БААЗ», тыс. руб.

Наименование показателя	2019	2020	2021	Относительные изменения, %		Абсолютные изменения, ±	
				2020 г. к 2019 г.	2021 г. к 2020 г.	2020 г. к 2019 г.	2021 г. к 2020 г.
Выручка от реализации продукции, товаров, работ, услуг	41216	39046	45238	94,7	115,9	-2170	6192
Валовая прибыль	6654	7010	6454	105,4	92,1	356	-556
Чистая прибыль (убыток)	25	361	66	1444	18,3	336	-295
Совокупная прибыль (убыток)	515	374	97	72,6	25,94	-141	-277

На протяжении исследуемого периода наблюдается явная динамика роста общего объема поступления выручки от реализации ОАО «БААЗ». Так в 2019 г. выручка составила 41216 тыс. руб., а в 2020 г. она уменьшилась на 2170 тыс. руб. или почти на 5,26%. В 2021 г. наблюдается рост по сравнению с 2020 г. на 6192 тыс. руб. или на 16%. Валовая прибыль в 2019 г. составила 6654 тыс. руб., в 2020 г. — 7010 тыс. руб., в 2021 г. — 6454 тыс. руб. Данный показатель отражает рост за 2020 г. на 356 тыс. руб. или 5,4%, и снижение в 2021 г. на 556 тыс. руб. или 7,9%. По показателю чистая прибыль прослеживается та же тенденция — в 2020 г. рост показателя 336 тыс. руб. и фактическое значение в 361 тыс. руб., и снижение в 2021 г. на 295 тыс. руб. или 82,7% и фактическое значение в 66 тыс. руб..

Далее рассмотрим ОАО «БЗСП» — производитель универсальной зажимной технологической оснастки, необходимой для комплектации металлорежущих станков токарной, фрезерной, сверлильной и строгальной групп, а также узлов и деталей для автомобильной и тракторной техники (таблица 4) [4].

Т а б л и ц а 4 — Динамика экономических показателей ОАО «БЗСП», тыс. руб.

Наименование показателя	2019	2020	2021	Относительные изменения, %		Абсолютные изменения, ±	
				2020 г. к 2019 г.	2021 г. к 2020 г.	2020 г. к 2019 г.	2021 г. к 2020 г.
Выручка от реализации продукции, товаров, работ, услуг	12217	13632	15865	111,6	116,4	1415	2233
Валовая прибыль	3187	3474	4273	109,0	129,9	287	799
Чистая прибыль (убыток)	159	625	826	393,1	132,2	466	201
Совокупная прибыль (убыток)	159	625	826	393,1	132,2	466	201

Экономические показатели ОАО «БЗСП» за 2019-2021 гг. показывают положительную динамику. В 2021 г. объем выручки вырос на 16,4% относительно 2020 г., и составил 15865 тыс. руб.; валовая прибыль в 2021 г. составила 4273 тыс. руб., а в 2020 г. ее значение было равно 3474 тыс. руб. (рост на 29,9%). Чистая прибыль возросла более чем на 419% в 2021 г. по сравнению с 2019 г.; что соответственно отразилось на росте совокупной прибыли, которая в 2021 г. составила 826 тыс. руб. против показателя 2019 г. в 159 тыс. руб.

Исследования, проведенные компаниями McKinsey, Accenture, Deloitte и посвященные влиянию цифровизации на бизнес-модели и финансовые результаты компаний, показывают, что цифровая трансформация может увеличить доходы компании на 20-30% и снизить издержки на 20-40% [5]; позволит получать более высокий уровень доходов и чистой прибыли, чем компании, которые не используют цифровые технологии [6]; может привести к увеличению продуктивности труда и повышению качества продукции, что в свою очередь может привести к увеличению прибыли компании [7]. Все это свидетельствует о том, что цифровизация влияет на бизнес-модели компаний и их финансовые результаты, и делает ее важным элементом стратегии любой компании, стремящейся к успеху в современных рыночных реалиях.

Заключение. В целом, за анализируемый период, предприятия г. Барановичи непрерывно увеличивали получаемый доход от реализации, что свидетельствует об успешной сбытовой деятельности и постоянном спросе на выпускаемую продукцию. В свою очередь это обеспечивало бесперебойное функционирование субъектов хозяйствования и выполнение их обязательств. Поэтому, в целом, можно судить о росте их экономической активности в течении рассматриваемого периода. Но предприятиям г. Барановичи есть к чему стремиться. Одним из направлений является активное использование цифровых технологий, так как они позволяют предприятиям увеличивать свои доходы, снижать издержки и повышать эффективность своих бизнес-процессов.

Список цитируемых источников

1. Официальный сайт ОАО «Торгмаш» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://beltorgmash.com/> — Дата доступа: 01.10.2023.
2. Официальный сайт ЗАО «АТЛАНТ» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://atlant.by/> — Дата доступа: 01.10.2023.
3. Официальный сайт ОАО «БААЗ» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://baaz.by/> — Дата доступа: 01.10.2023.
4. Официальный сайт ОАО «Барановичский завод станкопринадлежностей» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://bzsp-by.com/> — Дата доступа: 01.10.2023.
5. McKinsey&Company «Unlocking success in digital transformations» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.mckinsey.com/capabilities/people-and-organizational-performance/our-insights/unlocking-success-indigital-transformations#/> . — Дата доступа: 01.10.2023.
6. Accenture «Make the leap, take the lead» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.accenture.com/us/en/insights/technology/scaling-enterprise-digital-transformation>. — Дата доступа: 01.10.2023.
7. Deloitte «Put Digital at the Heart of Strategy» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://deloitte.wsj.com/cio/put-digital-at-the-heart-of-strategy-01627495325>. — Дата доступа: 01.10.2023.

УДК 657

Д. В. Маковчик

Учреждение образования «Барановичский государственный университет», Барановичи, Республика Беларусь

*Научный руководитель
Н. С. Недашковская*

УЧЕТНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УПРАВЛЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ СУБЪЕКТОВ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Введение. Каждая организация в ходе своего существования и развития осуществляет текущую, инвестиционную и финансовую деятельности. Инвестиционная деятельность связана с капитальными вложениями организации в целях получения прибыли и достижения полезных эффектов; финансовая — связана с краткосрочными финансовыми вложениями, привлечением долгосрочных и краткосрочных кредитов и займов. Основную деятельность субъекта хозяйствования представляет текущая деятельность, которая преследует получение прибыли в качестве главной цели. В целях управления организацией в бухгалтерском учете должна быть сформирована информация о доходах и расходах от текущей деятельности.

Основная часть. В Республике Беларусь официальное определение текущей деятельности дано в Инструкции по бухгалтерскому учету доходов и расходов, утвержденной постановлением Министерства финансов от 30 сентября 2011 г. № 102 (с изменениями). Согласно данной Инструкции, текущая деятельность — основная приносящая доход деятельность организации и прочая деятельность, не относящаяся к финансовой и инвестиционной деятельности [1].

С отражением результатов текущей деятельности в учете связаны следующие актуальные вопросы:

- организация аналитического и синтетического учета;
- документальное отражение операций по текущей деятельности;
- правильное отнесение доходов и расходов к соответствующему виду деятельности.

Текущая деятельность приносит организации основные доходы и связана с производством продукции, выполнением работ, оказанием услуг, которые являются уставными видами деятельности. Примерами поступлений от текущей деятельности являются поступления денежных средств от покупателей за реализованную