

**Полученные результаты и выводы.** Уточнено определение брендинга, определены его составляющие. В результате проведенных аналитических работ сформирована авторская платформа гипотетического бренда SPOT, включающая в себя: историю бренда, логотип, слоган, ценности бренда. Также описаны инструменты продвижения бренда. «SPOT» – продукт, который изменит жизнь потребителей в лучшую сторону. Благодаря ему они смогут точно знать, где они будут и сколько времени займет их путь из точки А в точку Б. Простота и удобство пользования нашими планшетами подарит пассажирам дополнительный комфорт во время поездок в маршрутных такси, а специальные функции для туристов смогут облегчить поиск достопримечательностей. Как итог, разработанный бренд способен удовлетворить запросы потребителей и принести прибыль для предприятия.

**Практическое применение полученных результатов.** Данный брендированный товар может применяться для повышения качества и скорости выполнения работ, максимально полного удовлетворения потребителей и получение максимальной прибыли предприятием, занимающимся автомобильными перевозками.

Разработанные этапы формирования бренда могут быть использованы в учебном процессе при изучении дисциплины «Товарная политика».

## **УЧЕТ И АНАЛИЗ ВЛИЯНИЯ ЦИФРОВОЙ ВАЛЮТЫ НА ФИНАНСОВЫЙ РЕЗУЛЬТАТ ПРЕДПРИЯТИЯ**

*М. П. ГОЛУБ (СТУДЕНТКА 3 КУРСА)*

**Проблематика.** Финансовые потоки внутри Беларуси стремительно перемещаются в цифровое пространство. С недавних пор в нашу страну пришел новый вид платежного средства – криптовалюта, а с 2017 г. оборот цифровых валют и токенов официально введен в Беларуси. Криптовалюта, и в частности биткоин, рассматривается как актив с высокой степенью риска. Согласно Декрету № 8 доходы от операций с токенами и криптовалютой не будут облагаться налогами до 1 января 2023 года. Однако дальнейшая перспектива данной льготы неизвестна. В силу чего смоделированы ситуации, на основании которых операции с биткоином отнесены в состав внереализационных расходов, которые, в свою очередь, уменьшают налогооблагаемую прибыль и увеличивают финансовый результат предприятия.

**Цель работы.** Использование цифровой валюты с целью максимизации финансового результата предприятия.

**Объект исследования.** Филиал РТУП «Белорусское речное пароходство» речной порт Брест.

**Научная новизна.** Смоделированы ситуации, на основании которых операции с биткоином отнесены в состав внереализационных расходов, которые, в свою очередь, уменьшают налогооблагаемую прибыль и увеличивают финансовый результат предприятия.

В условиях 1-й ситуации, уменьшение курса биткоина отнесено в состав внереализационных расходов, как расходы по возмещению убытков (в том чис-

ле упущенной выгоды), т. е. убыток от продажи биткоина и есть упущенная выгода предприятия.

Согласно 2-й ситуации, в состав внереализационных расходов включаются: курсовые разницы, возникающие при пересчете выраженной в иностранной валюте стоимости активов и обязательств, а значит, что отрицательную курсовую разницу при переоценке биткоина следует отнести в состав внереализационных расходов, тем самым уменьшив налогооблагаемую прибыль предприятия.

**Полученные научные результаты и выводы.** Разработанный в НИРС алгоритм отнесения криптовалюты на внереализационные расходы (в условиях снижения курса биткоина) представляет определенный научно-практический интерес и не имеет аналогов в современном аспекте бухгалтерского учета.

**Практическое применение полученных результатов.** В условиях изменчивости курса криптовалюты и его тенденции к снижению предприятия могут получить выгоду, выраженную в уменьшении величины налогооблагаемой прибыли.

## ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ «ЗЕЛЕННОЙ» ЛОГИСТИКИ КАК НАПРАВЛЕНИЯ ЭКОИННОВАЦИЙ

*А. А. ГОНЧАРОВА, Ю. А. КАЛИНОВСКАЯ (СТУДЕНТКИ 1 КУРСА)*

**Проблематика.** Данная работа направлена на исследование проблемы практического применения «зеленой» логистики. С давних времен в человеческом обществе развивалась экономика и имела она только положительные последствия. Однако с появлением промышленности и транспорта, проявилась и негативная сторона экономики. Большинство специалистов считают загрязнение окружающей среды, ухудшение общей экологической обстановки результатом безответственной хозяйственной деятельности человека, но и логистика как сфера практической деятельности вносит свой негативный вклад в этот процесс. Поэтому, чтобы соответствовать требованиям времени и технологического развития, логистика должна отвечать такому параметру, как экологичность. Перспективным направлением, отвечающим всем этим требованиям, можно назвать «зеленую» логистику.

**Цель работы.** Проанализировать состояние и перспективы развития «зеленой» логистики за рубежом и в Республике Беларусь, а также предложить алгоритм построения цепей поставок для «зеленой» логистики.

**Объект исследования.** Предприятия, внедряющие «зеленую» логистику.

**Использованные методики.** Анализ, прогнозирование, планирование, экономико-математические методы, организационно-экономические методы.

**Научная новизна.** На основании анализа состояния и проблем развития «зеленой» логистики сформулирован алгоритм построения цепей поставок.

**Полученные результаты и выводы.** Результатом применения экологической логистики и «зеленых» принципов построения цепей поставок могут быть такие результаты, как:

1. Рациональное использование всех ресурсов предприятия: использование оборотной тары и ее вторичная переработка, снижение энергорасходов за счет