– Дифференциацию продукта. Уникальный дизайн позволяет выделить товар среди конкурентов и повысить его узнаваемость.

– Премиализацию. Использование качественных материалов, минималистичной композиции и тактильных эффектов способствует формированию образа высококачественного продукта.

– Адаптацию к международным рынкам. Универсализация визуального языка облегчает экспорт и снижает барьеры восприятия.

– Интеграцию с цифровыми технологиями. Внедрение QR-кодов, дополненной реальности и других элементов цифровой коммуникации расширяет функциональность упаковки.

Согласно современным исследованиям, упаковка должна соответствовать требованиям устойчивого развития, включая экологичность и возможность переработки, что также влияет на выбор потребителей [2].

Поэтому редизайн упаковки становится частью комплексной стратегии брендинга, направленной на повышение его долгосрочной конкурентоспособности.

Проведенное исследование позволяет сделать вывод о том, что редизайн упаковки является эффективным инструментом повышения конкурентоспособности бренда в условиях современного рынка. Установлено, что упаковка оказывает значительное влияние на потребительское поведение, формируя как когнитивные, так и эмоциональные реакции. Эмпирические данные подтверждают, что визуальные характеристики упаковки могут объяснять до 93,5 % потребительских предпочтений, а также существенно влиять на объем продаж [1]. С экономической точки зрения редизайн упаковки представляет собой инвестицию, способную обеспечить рост выручки, повышение маржинальности и снижение затрат на продвижение.

Таким образом, упаковка выступает стратегическим активом бренда, а ее редизайн – эффективным инструментом управления его конкурентоспособностью и устойчивым развитием.

Литература

1. The Impact of Visual Elements of Packaging Design on Consumer Decision-Making / C. Liu [et al.], 2025.
2. Research on the influence mechanism of food packaging on consumer behavior / J. Mu [et al.], 2025.
3. The Impact of Visual Communication in Packaging Design on Consumer Purchase Behaviour / J. Wang [et al.], 2025.

УДК 658.155

АНАЛИЗ РЕНТАБЕЛЬНОСТИ ОАО «ГОМЕЛЬСКИЙ ЛИКЕРО-ВОДОЧНЫЙ ЗАВОД «РАДАМИР»

А. А. Синякова

Учреждение образования «Гомельский государственный технический университет имени П. О. Сухого», Республика Беларусь

Научный руководитель И. В. Рачкова

Рассмотрен комплексный анализ рентабельности ОАО «Гомельский ликеро-водочный завод «Радамир»» за период 2022–2024 гг., направленный на прибыльность и разработку рекомендаций по ее повышению.

Ключевые слова: активы, прибыль, рентабельность, рентабельность продаж, рентабельность продукции.

PROFITABILITY ANALYSIS OF JSC "GOMEL DISTILLERY "RADAMIR"

A. A. Sinyakova
Sukhoi State Technical University of Gomel, the Republic of Belarus

Scientific supervisor I. V. Rachkova

This article presents a comprehensive profitability analysis of JSC "Gomel Distillery "Radamir" for the period 2022–2024, aimed at assessing profitability and developing recommendations for its improvement.

Keywords: assets, profit, profitability, return on sales, product profitability.

В современных условиях хозяйствования, характеризующихся высокой конкуренцией и нестабильностью рыночной среды, эффективность деятельности любого предприятия напрямую зависит от его способности генерировать прибыль. Для ОАО «Гомельский ликероводочный завод «Радамир», являющегося значимым игроком на белорусском алкогольном рынке, вопросы повышения финансовой устойчивости и оптимизации рентабельности приобретают первостепенное значение. Осознавая важность глубокого анализа для принятия стратегических управленческих решений, данная статья посвящена комплексному исследованию рентабельности предприятия. Основной целью работы является оценка текущего уровня рентабельности ОАО «ГЛВЗ «Радамир», выявление ключевых факторов, влияющих на ее динамику, и разработка практических рекомендаций по повышению эффективности его финансовой деятельности.

В табице приведем анализ основных показателей финансовых результатов деятельности ОАО «Радамир».

Основные показатели финансовых результатов деятельности ОАО «Радамир» за 2022–2024 гг.

Показатели	Значение по годам			Темп роста, % или отклонение (+/–)	
	2022	2023	2024	2023/ 2022	2024/ 2023
1. Выручка от реализации продукции, тыс. руб.	79157	86297	88643	109,02	102,72
2. Полная себестоимость реализованной продукции, тыс. руб.	63042	72850	73540	115,56	100,95
3. Прибыль от реализации продукции, тыс. руб.	16115	13447	15103	83,44	112,32
4. Прибыль до налогообложения, тыс. руб.	9254	8099	6874	87,52	84,87
5. Чистая прибыль, тыс. руб.	6399	5687	5003	88,87	87,97
6. Среднегодовая стоимость активов, тыс. руб.	89759	112040	136194	124,82	121,56
7. Среднегодовая стоимость долгосрочных активов, тыс. руб.	44812	51634,5	60945,5	115,22	118,03
8. Среднегодовая стоимость краткосрочных активов, тыс. руб.	44947	60405,5	75248,5	134,39	124,57
9. Среднегодовая стоимость собственного капитала, тыс. руб.	45317	59493,5	68143,5	131,28	114,54
10. Рентабельность продукции, %	25,56	18,46	20,54	–7,10	2,08
11. Рентабельность продаж, %	20,36	15,58	17,04	–4,78	1,46

Окончание

Показатели	Значение по годам			Темп роста, % или отклонение (+/–)	
	2022	2023	2024	2023/ 2022	2024/ 2023
12. Рентабельность активов, %	7,13	5,08	3,678	–2,05	–1,40
13. Рентабельность долгосрочных активов, %	14,28	11,018	8,21	–3,27	–2,80
14. Рентабельность краткосрочных активов, %	14,24	9,41	6,65	–4,82	–2,77
15. Рентабельность собственного капитала,%	14,12	9,56	7,34	–4,56	–2,22
16. Коэффициент общей оборачиваемости капитала	0,88	0,77	0,65	–0,11	–0,12

Примечание. Разработано автором на основе данных предприятия.

Выручка от реализации продукции демонстрирует устойчивый рост на протяжении всего анализируемого периода. В 2023 г. выручка увеличилась на 9,02 %, в 2024 г. – еще на 2,72 %. Положительная динамика выручки свидетельствует об увеличении объемов сбыта.

Полная себестоимость реализованной продукции также росла, причем в 2023 г. темп роста себестоимости (15,56 %) существенно опережал темп роста выручки (9,02 %). В 2024 г. итуация выровнялась: себестоимость выросла незначительно – на 0,95 % при росте выручки на 2,72 %. Это свидетельствует о стабилизации затрат и улучшении управления себестоимостью в 2024 г.

Прибыль от реализации продукции демонстрирует неоднородную динамику. В 2023 г. прибыль от реализации снизилась на 16,56 %, что объясняется переоценкой стоимости собственного капитала. В 2024 г. прибыль от реализации выросла на 12,32 %, что является позитивным сигналом, свидетельствующим о восстановлении эффективности основной деятельности.

Прибыль до налогообложения показывает устойчивую тенденцию к снижению. В 2023 г. показатель снизился на 12,48 %, в 2024 г. – еще на 15,13 %. Снижение прибыли до налогообложения на фоне роста прибыли от реализации в 2024 г. может быть связано с увеличением прочих расходов или уменьшением прочих доходов предприятия.

Чистая прибыль следует отражению в деятельности – падение на 11,13 % в 2023 г. (с 6399 до 5687 тыс. руб.) и на 12,03 % в 2024 г. (до 5003 тыс. руб.). За два года чистая прибыль сократилась на 21,8 %. Завод получает все меньше свободных средств, доступных для развития, выплаты дивидендов и пополнения собственного капитала.

Среднегодовая стоимость активов демонстрирует устойчивый рост на протяжении всего периода. В 2023 г. активы увеличились на 24,82 %, в 2024 г. – еще на 21,56 %. За два года активы выросли на 51,7 %. При этом выручка выросла только на 11,98 %, а прибыль упала. Это означает резкое снижение эффективности использования активов – каждый рубль, вложенный в имущество компании, приносит все меньше выручки и прибыли.

Среднегодовая стоимость собственного капитала также растет: на 31,28 % в 2023 г. (с 45317 до 59493,5 тыс. руб.) и на 14,54 % в 2024 г. (до 68143,5 тыс. руб.). Рост собственного капитала при падении чистой прибыли возможен только за счет дополнительных взносов и увеличения собственного капитала. Рост собственного капитала происходит на фоне снижения чистой прибыли, что может указывать на дополнительные вложения собственных средств и на переоценку активов.

Для наглядности анализа изменения рентабельности представим диаграмму по каждому виду рентабельности за исследуемый период. На рис. 1 представим рентабельность продукции предприятия за 2022–2024 гг.

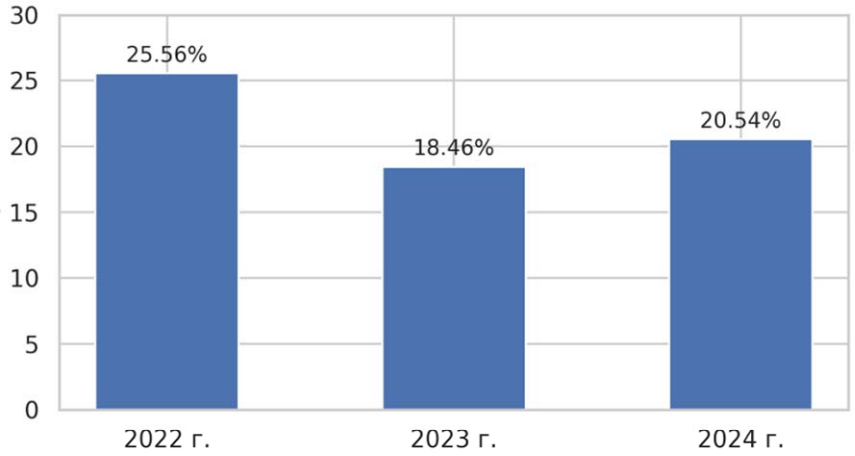


Рис. 1. Динамика рентабельности продукции ОАО «Радамир» за 2022–2024 гг.
Примечание. Разработано автором.

Рентабельность продукции в 2022 г. составляла 25,56 %. В 2023 г. показатель снизился на 7,10 % – до 18,46 %. В 2024 г. рентабельность продукции увеличилась на 2,08 % – до 20,54 %, однако до уровня 2022 г. не восстановилась. Снижение рентабельности продукции указывает на то, что рост себестоимости в 2023 г. не был в полной мере компенсирован ростом выручки.

Далее на рис. 2 представим рентабельность продаж ОАО «Радамир» за анализируемый период.



Рис. 2. Динамика рентабельности продаж ОАО «Радамир» за 2022–2024 гг.
Примечание. Разработано автором.

Рентабельность продаж демонстрирует аналогичную динамику. В 2022 г. показатель составлял 20,36 %, в 2023 г. снизился до 15,58 %, в 2024 г. увеличился до 17,04 %. Такой уровень рентабельности продаж является достаточно высоким для предприятий алкогольной отрасли, однако снижение по сравнению с 2022 г. требует внимания.

Для оценки эффективности использования всех ресурсов, находящихся в распоряжении ОАО «Радамир», был рассчитан показатель рентабельности активов. Результаты расчета за трехлетний период с 2022 г. по 2024 г.отражены на рис. 3.

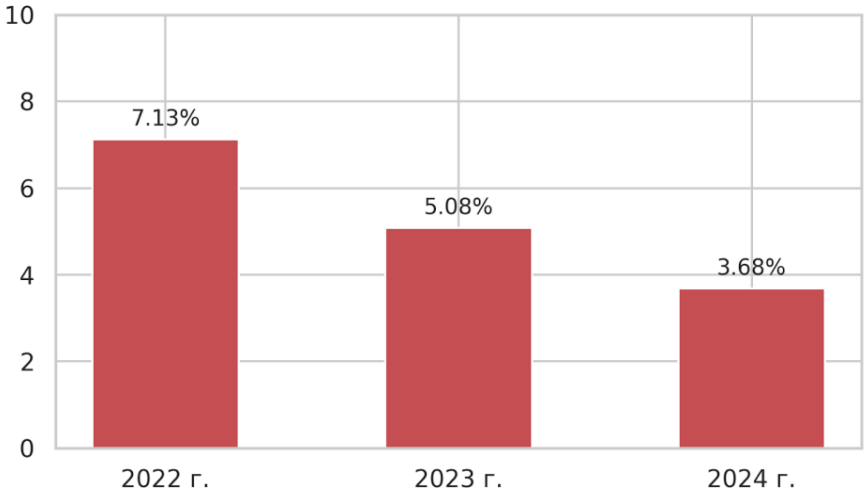


Рис. 3. Динамика рентабельности активов ОАО «Радамир» за 2022–2024 гг.
Примечание. Разработано автором.

Данный показатель демонстрирует устойчивое снижение на протяжении всего периода. В 2022 г. рентабельность активов составляла 7,13 %, в 2023 г. снизилась до 5,08 %, в 2024 г. – до 3,68 %. Снижение рентабельности активов обусловлено падением чистой прибыли при одновременном росте стоимости активов. Рентабельность собственного капитала также демонстрирует устойчивое снижение. В 2022 г. показатель составлял 14,12 %, в 2023 г. снизился до 9,56 %, в 2024 г. – до 7,34 %. Снижение рентабельности собственного капитала свидетельствует о падении эффективности использования средств, принадлежащих собственникам предприятия.

На основе вышеизложенных тенденций и факторов были сформулированы прак-тические рекомендации, направленные на повышение рентабельности и финансовой эффективности завода. Ключевыми из них являются:

1. Оценка экономической эффективности дизайн-проекта сувенирной продукции;
2. Повышение рентабельности путем внедрения факторинга для ускорения оборачиваемости дебиторской задолженности.
3. Повышение рентабельности за счет замены турникетных направляющих на линиях розлива водки.

Таким образом, проведенный анализ подтверждает, что ОАО «Гомельский ликероводочный завод «Радамир» имеет потенциал для дальнейшего роста рентабельности. Реализация предложенных рекомендаций позволит предприятию повысить свою конкурентоспособность, оптимизировать использование ресурсов и обеспечить устойчивое финансовое развитие в долгосрочной перспективе. Дальнейшее изучение эффективности внедрения данных мер позволит поддерживать высокий уровень прибыльности в динамично меняющихся рыночных условиях.

Литература

1. Что такое рентабельность / Контур.Эльба. – URL: https://e-kontur.ru/enquiry/2336/chto-takoe-rentabelnost (дата обращения: 22.04.2026).
2. Шарафуллина, Р. Р. Способы повышения рентабельности фирмы / Р. Р. Шарафуллина // Журнал У. Экономика. Управление. Финансы. – 2021. – № 2 (24). – С. 62–69.
3. Мылова, М. Д. Анализ прибыли и рентабельности и пути их улучшения / М. Д. Мылова // Актуальные вопросы современной экономики. – 2019. – № 3-1. – С. 774–778.