

Данные, полученные в результате исследования, показали, что наиболее конкурентоспособной колбасой по относительному значению (т.е. по показателям качества) явилась "Прима-эко". Согласно данным сравнительной оценки по конкурентоспособности можно построить следующий убывающий ряд: "Прима-эко", "Останкинская", "Молочная нежная", "Докторская-экстра", "Школьная", "Прима нежная", "Нежная", "Диабетическая".

Таким образом, при оценке конкурентоспособности исследуемых образцов сделан вывод о том, что с экономической точки зрения колбаса "Прима-эко" явилась наиболее конкурентоспособным образцом.

*Т.С. Матейчук*

БГЭУ (Минск)

### **ДЕНЕЖНЫЙ КАПИТАЛ КАК УСЛОВИЕ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ ТОРГОВОЙ ОРГАНИЗАЦИИ**

Оценить финансовое состояние торговой организации возможно посредством определения ее финансовой устойчивости, а конкретно — через расчет величины индикатора устойчивости.

Существует множество методик определения индикатора финансовой устойчивости. Но особый интерес на сегодняшний день представляет методика, основанная на расчете величины денежного капитала. Наиболее обстоятельно она исследована в трудах российского ученого-экономиста А.В. Грачева.

Он выделил три способа расчета величины индикатора финансовой устойчивости. Наибольший интерес для торговой организации представляет расчет индикатора, основанный на выделении неденежной составляющей имущества торговой организации. Для определения величины денежного капитала в составе имущества необходимо выделить ту часть, которая зафиксирована в собственном капитале (источнике собственных средств), и ту, которая связана с заемным капиталом. Для этого в ходе проведения анализа необходимо разбить имущество по форме на собственное и заемное, по содержанию — на денежное и неденежное. Если допустить, что все имущество торговой организации в неденежной форме является исключительно собственным, то величина денежного капитала будет рассчитываться как разность между собственным капиталом и имуществом в неденежной форме

$$ДК = ИСС - I_{\text{нлф}}$$

$$I_{\text{нлф}} = ВНА + ОНА$$

$$ОНА = ОА - КФА - ДС,$$

где ДК — денежный капитал; ИСС — источники собственных и приравненных к ним средств, за исключением целевого финансирования (сумма р. III

и IV баланса); И<sub>нед</sub> — имущество в неденежной форме; ВНА — внеоборотные активы (р. I баланса); ОНА — оборотные нефинансовые активы; КФА — краткосрочные финансовые вложения (стр. 260 баланса); ОА — оборотные активы (р. II баланса); ДС — денежные средства (стр. 270 баланса).

Отрицательная величина денежного капитала показывает отсутствие у торговой организации источников собственных средств для покрытия долгов и обязательств, свидетельствует о финансовой неустойчивости торговой организации.

Таким образом, при наличии денежного капитала торговая организация имеет резервы для роста и устойчивого развития за счет источников собственных средств в неденежной форме.

*Е.В. Милева*

БГЭУ (Минск)

### КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ЙОГУРТОВ РАЗЛИЧНЫХ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ, РЕАЛИЗУЕМЫХ В ЗАО «МАГАЗИН «ТАЛЛИН»

Йогурт — кисломолочный продукт, вырабатываемый путем сквашивания нормализованного по жиру и сухим веществам молока смесью чистых культур термофильного молочного стрептококка и молочнокислой болгарской палочки, концентрация которых в живом состоянии в готовом продукте на конец срока годности должна составлять не менее, чем 10 КОЕ в 1 г продукта. Содержание в йогурте белков, жиров, углеводов, микроэлементов (Ca, P, Na, K, Zn) и витаминов (С, D, E, группы В, каротина, ретинола, биотина, холина, фолиевой кислоты) обуславливает его высокую пищевую ценность для человека, а также использование йогуртов в медицине для профилактики заболеваний желудочно-кишечного тракта (ЖКТ).

Рынок йогуртов Беларуси характеризуется значительным ростом их ассортимента и йогуртных продуктов. Это достигается за счет расширения ассортимента выпускаемой продукции предприятиями-производителями (на сегодняшний день насчитывается до 156 наименований йогуртов). Сравнительная оценка долей рынка, занимаемых отечественными и зарубежными производителями йогуртов, показывает, что основными производителями являются Россия, Беларусь и Германия (соотношение поставляемой продукции — 67, 29 и 4 %).

Наиболее крупными отечественными предприятиями по производству йогуртов являются: ОАО «Брестский молочный завод» (28 % всей продукции), ЧУП «Дивилакт» (20 % по объемам поставок), Волковысское ОАО «Виллакт» (15 % объема поставок), ОАО «Виллактский гормолзавод», ОАО «Кобринский МОЗ», ОАО «Клецкий молококомбинат», ОАО «Солигорский молочный завод». Среди иностранных поставщиков — ООО «Кампина» в России (торговая марка — Fruttis), ООО «Да-