

Беларусь за 1980-1990 гг., установлено, что эластичность спроса по цене на молоко составила 5,3, на хлеб – 0,043, на часы – 7,86, а эластичность спроса по численности населения составила, соответственно, -8,5, -0,146, -11,06. Следовательно, в основе роста величины спроса в первую очередь должен рассматриваться такой показатель, как численность населения.

Спрос является основой роста производства, и обеспечивать увеличение спроса посредством снижения цены на товары в современных условиях автоматизации, индустриализации, ограниченности ресурсов, инфляции не реально. Увеличение объемов производства в первую очередь связано с ростом населения. В условиях стабильности или снижения численности населения производство должно ориентироваться на более высокий удельный вес экспорта продукции.

МЕТОДИКА ПРОВЕДЕНИЯ ОЦЕНКИ ЛИКВИДНОСТИ БАЛАНСА ПРЕДПРИЯТИЯ

В.К. Ханкевич

Белорусский государственный экономический университет, Минск

Проведение оценки ликвидности баланса экономического объекта требует прежде всего сведений об его исходном состоянии, существовании и развитии объекта в период, предшествующий настоящему. Только получив достаточно полную и достоверную информации о деятельности объекта в прошлом, о сложившихся тенденциях в его функционировании и развитии, можно выработать определенное мнение о финансовом состоянии объекта.

Система экономического анализа может эффективно функционировать лишь в тех случаях, когда она опирается на информационную базу, которой является финансовая (бухгалтерская) отчетность, доступная отечественным и иностранным партнерам, а также другим пользователям.

Проведение аналитических расчетов связано с количеством и качеством представленных данных, находящихся в распоряжении аналитика. Чем обширнее и доброкачественнее представленный материал, чем разнообразнее решаемые в процессе финансового анализа задачи, тем глубже сам анализ.

Методики анализа финансового состояния предприятия в составе и структуре используемой системы финансовых показателей описываются рядом авторов. Показатели, представленные в этих методиках, обоснованы и позволяют получить характеристику финансового состояния предприятия с учетом интересов различных групп пользователей.

Действующие методики включают в себя значительное количество разнообразных показателей, характеризующих различные аспекты финансового состояния предприятия, которые требуют определенного знания для проведения расчетов.

Считаю, что расчетный показатель должен выражать одним значением состояние предприятия, так как это существенно облегчит работу аудитора на стадии планирования. С этой целью было исследована общая система показате-

лей, характеризующих финансовое состояние предприятия, которые рассчитываются в теории анализа финансово-хозяйственной деятельности.

На основании критического изучения действующих методик расчетов и оценок показателей ликвидности предприятий необходимо усовершенствовать методику с учетом построения многофакторной модели, состоящей из следующих этапов:

- дифференциация активов предприятия по степени убывания ликвидности, а пассивов – по степени возрастания долгосрочности их привлечения;
- отбор коэффициентов и расчетных показателей для каждого из отобранных показателей для приведения их к общему масштабу;
- определение весовых значений для каждого из отобранных показателей;
- построение формулы расчета интегрального показателя для комплексного анализа и оценки ликвидности предприятия (Z-счета).

В зависимости от степени ликвидности, то есть скорости превращения в денежные средства, активы предприятия разделим на следующие группы:

A_1 – наиболее ликвидные активы: денежные средства предприятия и краткосрочные финансовые вложения (ценные бумаги);

A_2 – быстро реализуемые активы: дебиторская задолженность и прочие активы;

A_3 – медленно реализуемые активы: запасы и затраты, налоги по приобретенным ценностям;

A_4 – труднореализуемые активы: основные и иные внеоборотные активы. В составе трудно реализуемых активов учитываются вложения в уставный фонд других предприятий.

Пассивы баланса группируются по степени срочности их оплаты:

Π_1 – наиболее срочные обязательства: кредиторская задолженность по краткосрочным кредитам банка (итоги строки 510);

Π_2 – краткосрочные пассивы: краткосрочные заемные средства, кредиторская задолженность (итоги по строкам 520, 570);

Π_3 – долгосрочные пассивы: долгосрочные кредиты и заемные средства (итоги строки 490);

Π_4 – постоянные пассивы: собственный капитал предприятия (итоги раздела 111, строк 540, 550, 560).

Итоговый расчет построенного единого комплексного показателя ликвидности баланса представлен следующей формулой:

$$Z = \frac{1,65A_1 + 0,35A_2 + 0,09A_3 + 0,28A_4}{0,56\Pi_1 + 0,46\Pi_2 + 1\Pi_3 + 0,095\Pi_4}.$$

Общий показатель ликвидности баланса показывает отношение суммы всех ликвидных средств предприятия к сумме всех платежных обязательств (как краткосрочных, так и долгосрочных и среднесрочных) при условии, что различные группы ликвидности средств и платежных обязательств входят в указанные суммы с весовыми коэффициентами, учитывающими их значение с точки зрения сроков поступления средств и погашения обязательств. Для того, чтобы баланс предприятия считался ликвидным (неликвидным), необходимо

принять P_3 (долгосрочные пассивы, находящиеся на балансе предприятия) за единицу, что позволяет сравнить баланс предприятия, относящийся к разным отчетным периодам. Оценочный показатель для определения ликвидности (неликвидности) баланса на основании проведенного исследования должен быть равен: если $Z < 1$, то баланс предприятия неликвидный; если $Z > 1-1,7$, то баланс предприятия можно считать ликвидным; если $Z > 1,7$, то абсолютно ликвидным.

РЫНОК ВОДКИ И ЛИКЕРОВОДОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ И ЕГО ИССЛЕДОВАНИЕ

Г.В. Хаткевич, А.В. Атрахимович

Белорусский государственный экономический университет, Минск

Производство алкогольных напитков всегда было одним из основных бюджетообразующих факторов. Так, при царском правлении 50-55 % бюджета формировалось от продажи водки и ликероводочных изделий, во времена СССР – до 40 %.

На сегодняшний день на рынке водки и ликероводочной продукции РБ ведущее положение занимают 5 крупнейших предприятий, производящих около 85 % алкогольной продукции: МВВЗ «Кристалл», РПУП Брестский ликероводочный завод «БЕЛАЛКО», РУП «Климовичский ликероводочный завод», Гомельский ЛВЗ, Витебский ЛВЗ.

Производство водки и ликероводочных изделий в РБ прослеживается в табл.1.

Таблица 1

Производство водки и ликероводочных изделий в РБ, 1985-2001 гг.

Продукция	1985 г.	1990 г.	1995 г.	1999 г.	2000 г.	2001 г.
Водка и ликероводочная продукция, млн дал	7	8,8	14,8	13,3	10,8	10,0
В расчете на душу населения, л		8,6	14,5	13,2	10,8	10,0
Коньяк, л	86	153	54,0	41,0	68,0	65,0

По представленным данным видно, что наибольшее производство водки и ликероводочной продукции отмечено в 1995 г. Что касается производства на душу населения, то здесь следующая ситуация: с 1990 до 1995 гг. происходило увеличение выпуска продукции, после 1996 г. ситуация стабилизировалась на уровне 12,5-13 л, после 1999 г. произошло сокращение до 10 л.

Интересно также проанализировать потребление водки и ликероводочной продукции. Здесь прослеживается однозначная тенденция к увеличению потребления спиртных напитков в нашей стране (табл. 2).

Таким образом, за последние 40 лет потребление водки и ликероводочной продукции в РБ увеличилось в 2 раза. При этом следует отметить, что производство превышает потребление на 5-15 %, что позволяет говорить об экспортном потенциале отрасли.