

форме контроля, является недоверие к аудиту со стороны государственных органов управления и контроля, подтверждением тому является принятое Постановление Совета Министров от 30.11.99 г. № 1862 «О государственном регулировании аудиторской деятельности». А также, немаловажным фактором является дороговизна услуг, что сдерживает привлечение аудиторских фирм или аудиторов проводить проверки и оказывать различные консультационные услуги на государственных предприятиях и других объединениях различных форм собственности, так как в соответствии с Указом Президента часть стоимости услуг относится за счет чистой прибыли предприятий.

Важным фактором развития аудита в республике является подготовка высококвалифицированных кадров, за счет выпускников БГЭУ и других высших учебных заведений, которые должны пройти длительную подготовку в центрах подготовки аудиторов. Особую роль в развитии аудита играет создание собственной нормативной базы по аудиту, присущей особенностям развития экономики и предпринимательства в Республике Беларусь, с учетом требований международных стандартов по аудиту и накопившегося в республике опыта аудиторской деятельности.

УДК 338.43

АНАЛИЗ СПРОСА И УПРАВЛЕНИЕ АССОРТИМЕНТОМ В КОЛБАСНОМ ПРОИЗВОДСТВЕ

А.А. Борисов, Ю.А. Сивница

Могилевский технологический институт, Беларусь

Система управления предприятием, ориентированная на маркетинг, предполагает, прежде всего, изучение спроса для более эффективного управления ассортиментом. Это имеет особо важное значение для предприятий широкого ассортимента с сезонными колебаниями в течение года, какими являются предприятия колбасного производства. Дело в том, что колебания спроса на колбасные изделия зависят не только от времени года, но и от цены на различные виды колбас (сырокопченые, вареные и т.д.). При этом необходимо учитывать группы населения с различным уровнем дохода. Традиционные методы анализа спроса не позволяют учесть влияние всех факторов на его уровень. Поэтому при исследовании спроса на колбасные изделия, на наш взгляд, необходимо, прежде всего, применение анализа тренда, регрессионного анализа, а также сезонного анализа. Сезонный анализ охватывает три этапа: устранение тренда, расчленение отклонений от тренда, прямое и косвенное расчленение тренда. При этом необходимо учесть то обстоятельство, что между трендом и сезонными колебаниями имеется умножающая связь, которая может быть использована и при построении регрессионной модели. Эмпирические величины $U_{i,k}$ (зависимые переменные) и величины тренда $Y_{i,k}$ (независимые переменные) рассматриваются в специфическом сезонном корреляционном графике в типичной для каждого сезонного периода (k) форме, которая изображается с помощью линейной

регрессионной функции $Y_{t,k} = [\hat{Y}_{t,k}^{(k)}] + R_{t,k}^{(k)}$ — специфическая сезонная функция регрессии для периода "k".

Возникающие при этом отклонения от линии регрессии обозначаются как специфически сезонные остаточные величины $(R_{t,k}^{(k)})$.

Речь должна идти о том, чтобы как можно реальнее отразить основные тенденции долгосрочного развития спроса на колбасные изделия и его типичные краткосрочнодействующие колебания. Это является необходимым для предприятия маркетинговой ориентации, так как позволит планировать и прогнозировать спрос, скоординировать его с производством, определить объемы реализации и запасов, рассчитать финансовые результаты.

При среднесрочном анализе развития спроса речь должна идти не столько о точном построении тренда, сколько о его связи с сезонными компонентами, которые измеряются сезонным индексом или на основе линейной функции регрессии.

Для характеристики долгосрочного развития спроса на колбасные изделия необходимо также сравнение во времени показателей выполнения договорных обязательств и интенсивности спроса по ассортименту колбасных изделий.

Проведенные расчеты по прогнозированию спроса на колбасные изделия по г. Могилеву показали значительные отклонения от предложения торговли. А это в свою очередь, приводит к повышению запасов, естественным потерям, а следовательно, к замораживанию и замедлению оборачиваемости оборотных средств.

Проведение анализа спроса на продукцию с учетом всех изложенных аспектов требует наличия в отделах маркетинга специалистов-аналитиков, владеющих современными экономико-математическими знаниями и компьютерной техникой. Затраты же на подготовку и содержание таких специалистов окупятся с лихвой, так как предприятие с помощью предложенного инструментария будет эффективно проводить ассортиментную политику и устойчиво удерживать свои позиции на конкурентном рынке.

УДК 332.146:330.322

К ВОПРОСУ ИНВЕСТИРОВАНИЯ ПЕРЕРАБАТЫВАЮЩИХ ПРЕДПРИЯТИЙ АПК

О.П. Громыко

Могилевский технологический институт, Беларусь

В условиях обостряющегося финансового кризиса в экономике, ограниченности кредитных ресурсов, систематической нехватки оборотных средств и роста цен на основные фонды нет оснований рассчитывать на существенный рост инвестирования перерабатывающей промышленности. Функции государственного бюджета финансирования капиталовложений в эту отрасль