

| | |
|------------------|--------|
| Переменная X_2 | 0,028 |
| Переменная X_3 | 0,072 |
| Переменная X_4 | 474 |
| Переменная X_5 | -0,038 |

$R = 0,998$ - коэффициент множественной корреляции

$R^2 = (0,998)^2 = 0,996$ - коэффициент детерминации.

Из таблицы следует, что уравнение регрессии имеет вид

$$\bar{Y}_{1,2,\dots,k} = 108,540 + 0,028x_1 + 0,028x_2 + 0,072x_3 + 474x_4 - 0,038x_5$$

В заключение проведенного анализа получено уравнение регрессии, которое может быть применено для планирования и прогнозирования налоговых платежей в случае моделирования конкретных условий хозяйствования организации. Такие модели можно широко использовать при разработке бизнес-планов инвестиционных проектов и оценке бюджетной эффективности предлагаемых бизнес идей.

Следует отметить, что построенная регрессионная модель уникально для анализа потенциальных субъектов хозяйствования и оценки их будущего успеха. Для построения более точной модели на макроуровне необходимо собрать как можно больше статистического материала.

Список использованных источников:

1. Саакян, Р. А. О некоторых аспектах налогового прогнозирования и планирования / Налоговый вестник. 2007. № 12. с. 33-35.
2. Седелев Б.В. Регрессионные модели и методы оценки параметров и структуры экономических процессов: Учебное пособие / Под редакцией В.В. Харитоновой. М.: МИФИ, 2009. – 53- 67 с.
3. Сост. ЮТ. Мансурова, Е.Г. Эконометрический анализ: Учебное пособие по дисциплине «Эконометрика» / Уфимск. гос. авиац. техн. ун-т; Мухтарова. – Уфа, 2011. – 50-69с.
4. Шанченко Н. И. Эконометрика: лабораторный практикум : учебное пособие / Ульяновск : УлГТУ, 2011. – 32 - 37 с.

РИСКИ СЕЗОННОЙ ЛОГИСТИКИ РАСПРЕДЕЛЕНИЯ

Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники
г. Минск, Республика Беларусь

Черненко И.Д.

Живицкая Е.Н. – кандидат технических наук, доцент

Распределение товаров давно является важнейшей стороной производственно-коммерческой деятельности предприятий, но роль определяющей функции оно приобрело относительно недавно. Часто отдельные направления, которые с современных позиций рассматриваются как части комплексной функции распределения, трактовались как самостоятельные функции управления. Объединить различные точки зрения на функцию распределения помогла сначала концепция маркетинга, а укрепить и развить новое мировоззрение — концепция логистики. Через интеграцию управления потоковыми процессами логистика позволила понять, что объединение различных форм деятельности в единую общесистемную функцию управления содержит огромный резерв повышения эффективности.

Каждое современное предприятие имеет свое видение стратегии развития и конкретные критерии ее оценки. Зачастую в стратегии развития компании такими оценками выступают: максимальная прибыль, объемы продаж, себестоимость продукции и т.д. Но для достижения, а также последующего анализа таких целей, следует учитывать все аспекты и особенности работы организации, такие как страна нахождения, юридические нормы и правила, особенности рыночных отношений, сезонность потребления производимой продукции и т.д. Каждый из таких аспектов имеет свои подходы к решению, но в своей работе я хочу рассмотреть и внести как новое понятие - сезонную логистику распределения.

Логистика распределения основывается на статистике предыдущих операций и ее анализе, но сезонное потребление товара вносит большие коррективы в производственный план, и следовательно в план закупок и поставок. Итак, под сезонной логистикой распределения следует понимать скорректированную логистику поставок и закупок предприятия с учетом стратегии компании по выпуску конкретного вида продукции, имеющий явно сезонный характер потребления. К такому виду продукции может относиться производство мороженого, горнолыжного снаряжения, сельскохозяйственного машиностроения. Каждый из приведенных предприятий работающих в этой сфере будут иметь особенности в логистике распределения, за счёт корректировки на производимый вид продукта.

Для анализа рисков распределительной логистики следует руководствоваться следующим поэтапным выбором потенциальных рисков компании.

Этап 1 – Выявление рисков

Этап 2 – Определение потенциального типа ущерба

Этап 3 - Оценки степени риска

Этап 4 – Учет и реализация наблюдений

Этап 5 – Пересмотр и актуализация рисков

При выявлении и определении потенциальных рисков, а также перед началом анализа следует разделить все потенциальные риски на несколько типов: внутренние (коммерческие, финансовые, производственные и ресурсные риски) и внешние (валютные, налоговые и форс-мажорные риски); в отдельную группу рисков следует выделять риск определения дополнительного запаса на незапланированный спрос, риск при расчете размера складов, риск замораживания оборотных средств и риск увеличения себестоимости продукции. Это разделение позволяет просмотреть всю картину в целом и дает видение на будущую перспективу.

Одной из основных проблем, возникающих в процессе определения вида и уровня конкретного риска и принятия мер по его управлению, является количество и качество исследуемой информации. Источником риска может служить неполная, неоперативная или недостоверная информация.

Информация, необходимая для определения уровня риска и принятия необходимых мер по его оптимизации имеет несколько уровней: количественный, смысловой и ценностный. Количество информации характеризует достаточность данных. Чем больше имеется информации, тем лучше можно проанализировать возможные последствия принятого решения, тем лучше можно спрогнозировать вероятность возникновения других видов рисков или сохранения оптимальности между уровнями уже существующих.

Количество необходимой информации определяется по формуле:

$$R = - \sum_{i=1}^n p_i \log_2 p_i$$

где R – величина риска;

N – количество возможных событий;

p_i – вероятность i-того исхода;

Чем больше информации используется в процессе определения уровня риска и принятия решений, тем ниже количественная неопределенность, а следовательно, и количественный аспект риска.

Мерой смыслового риска является стандартное отклонение. К смысловому риску относятся противоречия и нечеткости в инструкциях, законах и пр. В результате, вместо оценки реально складывающейся ситуации используются умозаключения по аналогии, предположения и прочие вероятностные выводы, что может привести к неадекватности принимаемых решений.

Наиболее сложный аспект информационного обеспечения – это ценностный аспект, характеризующий информацию с точки зрения значимости, то есть информация ценна не сама по себе, а тогда, когда она способствует достижению поставленной цели.

Таким образом, компания с ярко выраженным сезонным спросом имеет отличную от других стратегию развития. Для предприятия с постоянным спросом существует огромное количество вариантов развития и расширения, а для предприятия с сезонным спросом такие стратегии просто невозможны. Для многих предприятий сезонным спад производства просто катастрофичен, большинство компаний практикуют закрытие на «зимние каникулы». В момент, когда приходит сезон компании вновь оживают. Введение нового понятия сезонной логистики распределения помогает оптимизировать выявление наиболее подверженных рискам производственных процессов и, таким образом, выявление наиболее логичной и равновесной стратегии развития предприятия в целом.

Список использованных источников:

1. Вордлоу, Д.Л., Вуд, Д.В., Джонсон, Д. Современная логистика, 7-е издание: Пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2002. – 624 с.
2. Корпоративная логистика. 300 ответов на вопросы профессионалов / Под общ. редакцией проф. В.И. Сергеева. (Дыбская В.В., Зайцев Е.И., Сергеев В.И., Стерлигова А.Н. и др.) – М.: Инфра-М, 2004. – 976 с.
3. Хендфилд, Роберт Б., Николс, Эрнест Л. мл. Реорганизация цепей поставок. Создание интегрированных систем формирования ценности. Пер. с англ. – М.: Изд. Дом «Вильямс», 2003. – 416 с.

ИНВЕСТИЦИОННЫЙ КЛИМАТ В РБ

Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники
г. Минск, Республика Беларусь

Авдусь Анастасия Владимировна
Давыдович Марина Валерьевна
Коваленко Наталия Александровна

Ермакова Е.В. – кандидат экономических наук, доцент

Оценка инвестиционной привлекательности территории является важнейшим аспектом принятия любого инвестиционного решения. Чем сложнее ситуация в стране, тем в большей степени опыт и интуиция инвестора должны опираться на результаты экспертной оценки инвестиционного климата.