

Рассмотрим данное предложение на условном примере (таблица).

Методики исчисления фактической себестоимости зерна кукурузы
для получения гибридных семян

Показатель	Применяемая методика		Рекомендуемая методика	
	количество, ц	сумма, тыс. р.	количество, ц	сумма, тыс. р.
Посевная площадь, га	320		320	
Затраты на выращивание и уборку початков кукурузы		648 911		648 911
Оприходовано (в нормативно-прогнозной оценке):				
- зерна кукурузы после доработки	7700	321 090	7700	321 090
- зеленой массы кукурузы	Не учитывается		19 200	57 600
Затраты, относимые на зерно кукурузы		648 911		590 311
Себестоимость 1 ц зерна кукурузы		84,3		76,6

Рекомендуемая нами методика отражает реальную себестоимость зерна кукурузы, так как по применяемой в сельскохозяйственных организациях методике калькулирования производится полное отнесение затрат на выращивание и уборку початков кукурузы на себестоимость зерна и не учитывается сопряженный вид продукции (зеленая масса). Применение на практике предлагаемой нами методики калькулирования себестоимости зерна кукурузы не усложнит учет затрат и методику калькулирования, а позволит более точно исчислить фактическую себестоимость полученной продукции и позволит сформировать достоверный финансовый результат хозяйственной деятельности.

С.Н. Козырев
БГЭУ (Минск)

**МЕТОДЫ ПРОГНОЗНОГО АНАЛИЗА ВЕЛИЧИНЫ
И СОСТАВА ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ И ТОВАРНЫХ ЗАПАСОВ
ОРГАНИЗАЦИЙ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ**

На современном этапе развития экономики Республики Беларусь и других стран особое внимание уделяется вопросам развития теории, методологии и методики финансового планирования и прогнозирования. Планирование и прогнозирование основных показателей финансово-хозяйственной деятельности в настоящее время рассматривается как важнейший элемент управления организацией. В условиях перехода к рыночной экономике существенно меняются информационные запросы управляющих структур по объему, составу, достоверности и оперативности информации. В связи с этим для различных уровней управления возрастает значимость прогнозов в принятии обоснованных управленческих решений. Прогноз представляет собой комплекс аргументированных предположений, выраженных в качественной и количественной формах, относительно будущих параметров экономической системы.

БДЭУ. Беларускі дзяржаўны эканамічны ўніверсітэт. Бібліятэка.
БГЭУ. Белорусский государственный экономический университет. Библиотека.°.
BSEU. Belarus State Economic University. Library.

<http://www.bseu.by> elib@bseu.by

Основной задачей экономического прогнозирования является предвидение наиболее вероятных проблем экономического развития в ближайшей перспективе, поиск возможных направлений экономического роста, обоснования наиболее предпочтительной стратегии развития в будущем.

Прогнозирование величины и состава производственных и товарных запасов является составным звеном в общей совокупности прогнозируемых показателей финансово-хозяйственной деятельности организаций общественного питания и нацелено на оптимизацию их объема и структуры, ускорение оборачиваемости, повышение отдачи средств, вложенных в запасы сырья, полуфабрикатов и товаров.

В настоящее время насчитывается свыше ста методов и специальных процедур прогнозного анализа, различающихся по источникам используемой информации, достоверности конечного результата. Всю совокупность методов можно условно объединить в две группы:

1. методы, базирующиеся на экстраполяции и моделировании закономерностей изменений изучаемого объекта;
2. методы, базирующиеся на экспертизе изучаемого объекта.

Изучение литературных источников по вопросу прогнозирования величины и состава производственных и товарных запасов позволило сделать вывод, что отечественными и зарубежными авторами предлагается большое количество методов прогнозного анализа. Это позволяет предположить, что при проведении прогнозного анализа следует использовать многовариантные расчеты, т. е. применять совокупность методов, что дает возможность выбрать наиболее оптимальный вариант прогноза.

На сегодняшний день большинство отечественных организаций общественного питания не занимаются прогнозированием величины и состава производственных и товарных запасов по следующим причинам:

- во-первых, не осознается важность этого процесса;
- во-вторых, многие специалисты организаций не владеют методиками прогнозного анализа.

В соответствии с вышеизложенным, прогнозный анализ величины и состава производственных и товарных запасов организаций общественного питания для принятия обоснованных тактических и стратегических управленческих решений необходимо проводить с использованием нескольких методов прогнозирования, а именно:

1. Индексный метод.
2. Экономико-статистические методы:
 - метод скользящих средних;
 - метод двойных скользящих средних;
 - метод экспоненциального сглаживания.

Методы, основанные на соотношении темпов прироста производственных и товарных запасов и валового товарооборота:

- метод с использованием коэффициента эластичности;
- модифицированная модель Уилсона.

4. Экономико-математические методы:

- методы экстраполяции;
- многофакторные экономико-математические модели.

Выбор конкретного метода или совокупности методов прогнозного анализа зависит от ряда факторов, в числе которых вид прогноза по времени упреждения, точность прогноза, достоверность и доступность необходимых для прогноза данных, степень использования современных программных продуктов и информационных технологий.

Таким образом, следует отметить, что рассмотренные выше методы прогнозного анализа величины и состава производственных и товарных запасов, обеспечат эффективное использование складских помещений и оборудования, оптимизацию расходов на приобретение и хранение запасов сырья, полуфабрикатов и товаров организаций общественного питания. Применение в практике хозяйствования методов прогнозного анализа позволит с достаточной степенью точности спрогнозировать величину и состав производственных и товарных запасов, а также будет способствовать принятию обоснованных тактических и стратегических управленческих решений.

*А.Н. Короб
БарГУ (Барановичи)*

ОСОБЕННОСТИ УЧЕТА ДЕЛОВОЙ РЕПУТАЦИИ ФИРМЫ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ И МИРОВОЙ ПРАКТИКЕ

В соответствии с выполняемыми функциями в общественном производстве можно выделить особую группу нематериальных активов: деловую репутацию фирмы («гудвил»). В научной и методической литературе не существует однозначной трактовки этого понятия. Наиболее точное с нашей точки зрения, определение этому понятию дает И.А. Бланк. «Гудвил», согласно И.А. Бланку, – это один из видов нематериальных активов, стоимость которого определяется как разница между рыночной (продажной) стоимостью предприятия как целостного имущественного комплекса и его балансовой стоимостью. Он считает, что указанное повышение стоимости предприятия связано с возможностью получения более высокого уровня прибыли (в сравнении со среднерыночным уровнем эффективности инвестирования) за счет использования более эффективной системы управления, доминирующих позиций на товарном рынке, применения новых инновационных технологий и т. д.

Объектом бухгалтерского учета «гудвил» становится только при совершении сделки купли-продажи организации в целом или ее частей. Хотя гудвил нельзя выделить как обособленный элемент активов, он обладает двумя важнейшими чертами, позволяющими говорить о нем как о реальном активе:

- во-первых, средства, затраченные на приобретение «гудвила», окупаются, т. е. приносят экономическую выгоду, прибыль в будущем;