

И.Н. Кузьбожев
магистрант 1 года обучения института экономики и управления
Курского государственного университета (г. Курск)
e-mail: ilya_96.08@mail.ru

научный руководитель – Осиневич Л.М., кандидат экономических наук, доцент кафедры финансов, кредита и бухгалтерского учета Курского государственного университета

ВЛИЯНИЕ СЕЗОННЫХ КОЛЕБАНИЙ НА ОБЪЕМ ПРОИЗВОДСТВА ПРОДУКЦИИ

В статье обосновывается значимость учета сезонных колебаний и прогнозирования на их основе объемов производства в процессе формирования стратегии предприятия. Исследование статистических показателей за 3 года, предоставленных типографией ООО «Планета», позволило спрогнозировать объемы производства полиграфической продукции на 2019 год. Выявлена тенденция к росту производства в летние и осенние месяцы с небольшим провалом зимой и весной. Исходя из этого, руководство типографии, просчитав индексы сезонности и спрогнозировав объемы продаж на текущий год, может заранее спланировать годовую стратегию с целью оптимизации ресурсов и объемов потраченных средств. Это может помочь компании сделать выводы о том, какому типу продукции следует отдать предпочтение в конкретный период времени.

Ключевые слова: сезонность, сезонные колебания, индекс сезонности, прогнозирование, объемы производства.

Важнейшей особенностью практически любого бизнеса является подверженность спроса на продукцию компании различным сезонным колебаниям. Поэтому руководство любого предприятия в процессе стратегического планирования прибегает к обязательному изучению сезонности и к прогнозированию на основе полученных результатов будущих объемов спроса при помощи математических моделей, наиболее адекватных данной экономической ситуации [Осиневич: 2011; с. 32].

Под сезонностью понимают неравномерность производственной деятельности под воздействием ряда внешних факторов. Сезонность как правило возникает в связи с сезонным характером спроса на многие товары, производимые промышленностью, реализуемые торговлей, и т.д. К сезонным относят такие явления, которые обнаруживают в своем развитии определенные закономерности, регулярно повторяющиеся из месяца в месяц, из года в год.

Изучение сезонности с целью прогнозирования ставит следующие задачи: численно выразить проявление сезонных колебаний; выявить их силу и характер в условиях конкретной экономической отрасли; выявить факторы, вызывающие сезонные колебания; найти экономические последствия проявления сезонности.

Актуальность данной темы обусловлена тем, что из года в год каждой фирме необходимо делать прогнозы итогов своей деятельности, чтобы наиболее рационально распределить использование всех ресурсов и обеспечить максимальную эффективность деятельности. Недавно начался 2019 год, а значит, что на момент написания статьи многие фирмы занимаются прогнозированием для эффективного ведения своей деятельности в этом году.

Рассмотрим влияние сезонной компоненты на объемы продаж на примере ООО «Планета».

Типография ООО «Планета» начала свою деятельность в 2004 году, но, несмотря на небольшой для предприятия возраст, уже заняла стабильную нишу на полиграфическом рынке Курской области [Сайт ООО «Планета»].

Главной целью компании является рост объемов реализации товаров. Для того, чтобы достигнуть поставленной цели, руководству необходимо поставить перед собой маркетинговые (расширение клиентской базы и снижение потерь клиентов), технологические (улучшение управления поставками и повышение эффективности операционной деятельности) и инновационные (расширение ассортимента товаров, внедрение новых технологий) цели.

Объем реализации напрямую зависит от количества клиентов, поскольку деятельность ООО «Планета» связана с приемом заказов, их обработкой и изготовлением печатной продукции в соответствии с пожеланиями клиентов.

Основным фактором, влияющим на объем продаж, является фактор сезонности. Рассмотрим количество продаж и с помощью индекса сезонности проанализируем данные показатели. Данные по объемам продаж и индексы сезонности для каждого месяца в среднем представлены в таблице 1.

Индекс сезонности показывает во сколько раз фактический уровень ряда в момент или интервал времени больше среднего уровня. Рассчитанные значения индекса сезонности сравниваются со значением 100%. Если индекс сезонности превышает 100%, это говорит о влиянии сезонного фактора в сторону увеличения уровня динамического ряда. Если индекс меньше 100%, то сезонный фактор вызывает снижение уровней динамического ряда.

Таблица 1

Объемы продаж ООО «Планета» по годам и индексы сезонности

Месяц	Объем продаж по годам, тыс. шт.			В среднем за три года, шт.,	Индекс сезонности, %
	2016 г.	2017 г.	2018 г.		
Январь	12,5	37,5	43,13	31,04	102,5
Февраль	13,7	36,88	43,75	31,44	103,8
Март	17,5	33,75	40,63	30,62	101,1
Апрель	21,2	27,5	35	27,9	92,1
Май	25	26,88	32,5	28,12	92,8
Июнь	26,2	26,88	32,5	28,52	94,1
Июль	27,5	26,88	32,5	28,96	95,6
Август	28,7	26,88	32,5	29,36	96,9
Сентябрь	31,2	30	36,25	32,48	107,2
Октябрь	32	35	42,5	36,5	120,5
Ноябрь	36,2	40,63	45	40,61	134,1
Декабрь	40	43,75	47,5	43,75	144,4
Итого	312,5	314	463,75	Y _{ср} =389,32	-

Указанные в таблице данные показывают довольно равномерный рост объемов продаж на протяжении трёх рассмотренных лет.

Для более наглядного представления годовой динамики изобразим сезонную волну на основе данных исследования (рисунок 1).

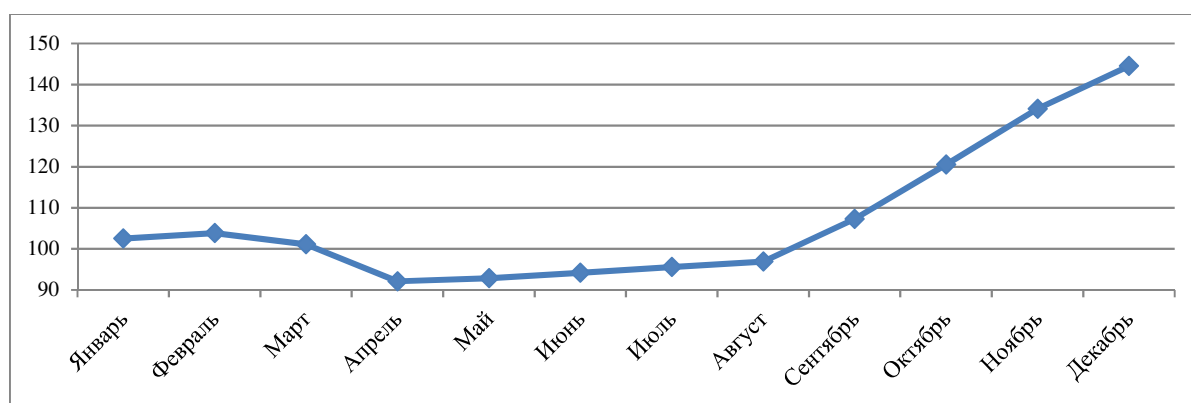


Рис. 1. Сезонная волна для объемов продаж

Данный график показывает, что с января по апрель идет спад объемов продаж, затем ближе к лету начинается постепенный рост, переходящий в резкий 40-процентный скачок с августа по декабрь. Наибольшее число произведенной продукции приходится на декабрь. Это обусловлено тем, что перед Новым годом

заказывается очень большое количество различных афиш, баннеров, открыток, флаеров, подарочных сертификатов и прочей полиграфии, связанной с наступающими праздниками.

Небольшой рост в весенние и летние месяцы связан с тем, что для реализации стратегии расширения рыночной доли ООО «Планета» принимает участие в ярмарках (Курская Коренская ярмарка и ярмарки в других городах Черноземья, а также в Москве), выставках-продажах и презентациях. Типография демонстрирует на данных мероприятиях спектр своей продукции и активно снабжает рекламными материалами участников ярмарок и выставок.

Составим прогноз объемов продаж с учетом сезонной волны на 2019 год. Средний абсолютный прирост годовых объемов продаж, как видно из таблицы 1, равен 21,8% или 1,218.

Используя индекс сезонности, высчитаем объемы продаж на 2019 год, отобразив их в таблице 2.

Таблица 2

Прогноз объемов продаж продукции ООО «Планета»
на 2019 год

Месяц	Объем продаж по годам, тыс. шт.		Индекс сезонности, %
	2018 г.	2019 г.	
Январь	43,13	48,25	102,5
Февраль	43,75	48,87	103,8
Март	40,63	47,60	101,1
Апрель	35	43,37	92,1
Май	32,5	43,72	92,8
Июнь	32,5	44,34	94,1
Июль	32,5	45,01	95,6
Август	32,5	45,64	96,9
Сентябрь	36,25	50,49	107,2
Октябрь	42,5	56,73	120,5
Ноябрь	45	63,12	134,1
Декабрь	47,5	68,01	144,4
Итого	463,75	564,93	-

Для наглядности отобразим прогнозируемые объемы продаж на рисунке 2.

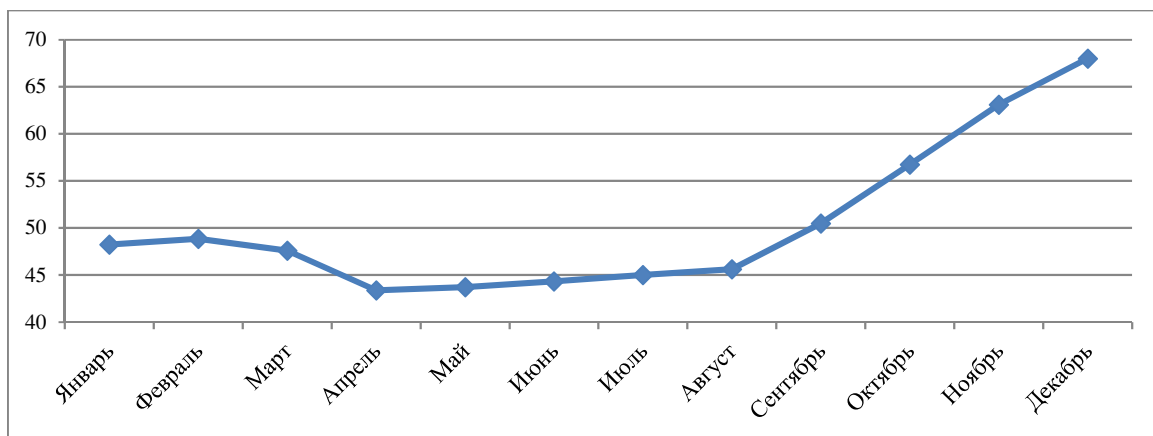


Рис. 2. Прогноз объемов продаж продукции ООО «Планета» на 2019 год

График наглядно показывает, что тенденция к плавному снижению выпуска к весне и резкому его повышению с началом осени сохраняется.

Исходя из этого, руководство типографии, просчитав индексы сезонности и спрогнозировав объемы продаж на текущий год, может заранее спланировать годовую стратегию с целью оптимизации ресурсов и объемов потраченных средств. Это может помочь компании сделать выводы о том, какому типу продукции следует отдать предпочтение в конкретный период времени.

Такое решение значительно повысит эффективность работы вместе со снижением финансовых затрат, что для малой фирмы, которой является ООО «Планета», будет иметь очень значительный эффект.

Библиографический список

Зарецкая В.Г., Дремова Л.М., Осиневич Л.М. Декомпозиция факторов регионального экономического роста (на примере изменения валовой добавленной стоимости в Курской области) Журнал Финансовая аналитика: проблемы и решения. 42(132) - 2012. С. 14-22.

Осиневич Л.М. Методологические аспекты измерения факторов экономического роста (на примере областей Центрального федерального округа) // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. 2011. № 32. С. 32–38.

Осиневич Л.М. Учебное пособие по курсу «Социально-экономическая статистика» [Текст]: - Курск: Изд-во ООО «ТОП», 2018 – 126 с

Сайт ООО «Планета» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://planetakursk.ru> (дата обращения: 17.05.2019)