

Слободяник Ю.А.

*Научный руководитель: д-р техн. наук, профессор Л.И. Шулятьева  
Муромский институт (филиал) федерального государственного образовательного  
учреждения высшего образования «Владимирский государственный университет  
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»  
602264, г. Муром, Владимирская обл., ул. Орловская, 23  
E-mail: slobodyanik.julya@yandex.ru*

### **Анализ влияния факторов сезонности на динамику изменения рентабельности активов предприятия**

Несмотря на динамический характер развития большинства отраслей экономики потребление некоторых видов продукции, как промышленными предприятиями, так и населением испытывает сезонные колебания, что существенно влияет на стабильность работы предприятий-производителей, их финансовые показатели. Эти колебания могут рассматриваться как условия, ограничивающие достижение желаемого результата. Изменение покупательского спроса на продукцию в определённые месяцы года принуждают предприятие работать либо не в полную силу, либо привлекать заёмные средства для пополнения материальных оборотных средств, с тем, чтобы обеспечить потребности рынка[2]. Следовательно, проблема сезонных колебаний на рынке продукции может рассматриваться в двух аспектах:

- колебания потребления продукции;
- колебания производства продукции.

Негативное влияние колебаний спроса на продукцию может быть определено следующим образом:

1. Колебания производства продукции, обусловленные колебаниями спроса, приводят к неэффективному использованию оборудования в период снижения объёма выпуска продукции, а при повышении нагрузок возрастает число отказов оборудования и необходимость дополнительных затрат на его ремонт. Снижается эффективность использования трудовых ресурсов предприятия, так как высокотехнологичные производства не позволяют использовать сезонных рабочих. Профессиональный уровень которых, как правило, невелик. Это приводит к увеличению условно-постоянной части затрат на производство, что снижает величину валовой маржи и для обеспечения его безубыточности требует увеличения объёма продаж.

2. Колебания производства продукции требуют разработки гибкой стратегии материально-технического обеспечения, так как поставщики материалов и комплектующих также заинтересованы в постоянных потребителях и стабильных поставках в течение года. Они также пытаются стабилизировать спрос на свою продукцию гибкими ценами, определяя их как минимальные или максимальные в пиковые периоды спада или роста. Это приводит к увеличению затрат на пополнение материальных оборотных средств в период сезонного роста потребности в них и за счёт увеличения цены покупки и за счёт того, что предприятие вынуждено, как правило, прибегать к краткосрочным кредитам банков, что также ведёт к снижению прибыли вследствие их платности.

3. Колебания рынка потребления продукции, производимой предприятием, предполагает необходимость разработки гибкой маркетинговой стратегии также с использованием системы скидок и надбавок в зависимости не только от стабильности спроса потребителей, но и от общего объёма поставок по договору. Маркетинговые исследования, использование различных методов продвижения товаров на новые рынки и широкомасштабная сегментация рынка с целью стабилизации спроса требует значительных финансовых вложений [3].

Для изучения влияния указанных факторов на финансово-хозяйственные показатели работы предприятий по производству строительных материалов к анализу были приняты две группы предприятий, занятых реализацией строительных материалов в Округе Муром. Для анализа исследуемые предприятия были объединены в две группы: предприятия-производители и предприятия, занимающиеся оптово-посреднической деятельностью по реализации строительных материалов.

Анализ производственных и финансово-хозяйственных показателей работы предприятий по производству строительных материалов показал, что степень влияния сезонных колебаний на рентабельность активов предприятий-производителей значительно выше, чем на предприятиях оптово-розничной торговли. Так, снижение уровня рентабельности активов предприятий-производителей в зимние месяцы по сравнению со средней их величиной в течение года составляет в среднем 17 %, то у посредников он опускается только на 6-8 %. Это обусловлено рядом причин:

- предприятия-посредники не несут убытки от неэффективного использования основных фондов в период снижения объёмов продаж;
- коммерческая деятельность предприятий-посредников носит более гибкий характер, она более диверсифицируема;
- коэффициент оборачиваемости оборотных средств предприятий-посредников снижается в зимние месяцы не более чем на 9 %, в то время как у предприятий-производителей - на 15 %;
- разница в изменении доли заемных средств в капитале сравниваемых групп предприятий практически отсутствует, это объясняется тем, что производитель, как правило производит отгрузку продукции по предоплате, а предприятия-посредники используют микрокредиты в период пиковых объёмов продаж, и цена этого заемного капитала на единицу затрат за счёт скорости оборачиваемости невелика.

Проведенный факторный анализ позволил установить степень влияния каждого из факторов на уровень рентабельности. Согласно расчётам изменение уровня рентабельности активов вследствие изменения интегрального показателя использования технологического оборудования – 9-11 %, снижение производительности труда – 4-7 %, колебаний рыночных цен – до 15 %, прочих факторов, стабилизирующих спрос на рынке продукции – 3-4 %.

Анализ работы предприятий-производителей строительных материалов показал, что наиболее успешно справляются с падением объёмов продаж в зимние месяцы те из них, кто входит в состав крупных корпораций, имеющих развернутую по территории страны сеть своих представительств по реализации продукции всех входящих в её состав подразделений. В этом случае возможно применение единой маркетинговой стратегии, единого механизма формирования цены.

### Литература

1. Бланк, И. А. Управление активами / И. А. Бланк. – Киев: Ника-Центр: Эльга, 2012. – 720 с
2. Варламова, М.А. Финансовый менеджмент: учебное пособие / М.А. Варламова. – М.: Дашков и Ко, 2014. – 304 с
3. Ковалев, В. В. Управление денежными потоками, прибылью и рентабельностью: учебно-практическое пособие / В. В. Ковалев. – М.: Проспект, 2014. – 336 с
4. Консультат плюс <http://www.consultant.ru/>
5. Пожидаева, Т. А. Анализ финансовой отчетности: Учеб. пособие / Т.А. Пожидаева. – М.: Кнорус, 2014.