



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ГИДРОМЕТЕОРОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
филиал в г.Туапсе

Кафедра «Экономики и управления»

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

На тему «Товарооборот малого предприятия в условиях колебания конъюнктуры рынка (на примере мини-пекарни ИП Матосян А.М.)»

Исполнитель Котельникова С.А.

Руководитель кандидат экономических наук, доцент Шутов В.В.

«К защите допускаю»
Заведующий кафедрой _____

доктор экономических наук, профессор

Темиров Д.С.

« ____ » _____ 2016 г.

Туапсе
2016

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение	3
Глава 1 Теоретические основы товарооборота малого предприятия	6
1.1 Понятие, сущность, правовые основы создания и функционирования малых предприятий.....	6
1.2 Методические основы анализа товарооборота малого предприятия	9
1.3 Научные подходы к анализу влияния сезонности на товарооборот.....	16
Глава 2 Анализ товарооборота ИП Матосян в условиях колебания конъюнктуры рынка хлебобулочных изделий	22
2.1 Организационно-экономическая характеристика исследуемого объекта.....	22
2.2 Оценка влияния сезонных колебаний на товарооборот предприятия...	26
Глава 3 Разработка направлений стабилизации товарооборота ИП Матосян в условиях сезонного характера функционирования рынка хлебобулочных изделий	37
Заключение.....	50
Список использованной литературы.....	55
Приложение.....	58

Введение

Актуальность темы обусловлена тем, что в экономике неотъемлемой частью являются малые предприятия. Без них рыночная хозяйственная система любого государства не сможет существовать, развиваться, совершенствоваться. Опыт развитых стран указывает об исключительно важном и ценном значении малого предпринимательством для экономического роста, обеспечения занятости и увеличения доходов населения, удовлетворения их потребностей в товарах и услугах. Развитие малого предприятия в России способствует решению этих чрезвычайно важных экономических и социальных проблем.

Один из основных факторов, который воздействует на деятельность малых предприятий является фактор сезонности.

Наиболее часто при разговоре людей, занимающихся каким-либо бизнесом, можно услышать фразу «сейчас не сезон». Это выражение означает снижение покупательской активности в определенный период времени. Продажи значительно сокращаются и все усилия направлены на уменьшение расходов. Соответственно, сезон в бизнесе – это время максимальных продаж, а успешная деятельность во время сезонного подъема обеспечивает рентабельность бизнеса на весь финансовый год.

Сегодня, в условиях жесткой конкурентной борьбы, кто-то делает ставку на сезонный бизнес, чтобы воспользоваться кратковременными подъемами покупательской активности и получить максимальную прибыль. А у кого-то, наоборот, из-за фактора сезонности возникают существенные проблемы с уменьшением объемов продаж и последствиями этих спадов.

Поэтому для результативного управления малым предприятием главным значением имеет анализ объема, динамики, скорости и структуры товарооборота на потребительском рынке с учетом фактора сезонности. От правильного распределения объема товарооборота по кварталам зависят равномерность выполнения, качество обслуживания покупателей, а также конечная прибыль малого предприятия.

Исходя из этого, изучение товарооборота малого предприятия в условиях колебания конъюнктуры рынка является актуальной темой для изучения.

Объектом исследования данной работы является мини-пекарня Индивидуального предпринимателя Матосян Аршавела Меликовича.

Предметом исследования является товарооборот малого предприятия.

Целью данной работы является разработка мероприятий по стабилизации товарооборота ИП Матосян с учетом сезонного характера рынка сбыта продукции.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие **задачи**:

- раскрыть понятие, сущность, правовые основы создания и функционирования малых предприятий;
- рассмотреть научные и методические основы анализа товарооборота малого предприятия с учетом сезонности;
- провести анализ товарооборота ИП Матосян и выявить сезонный характер работы предприятия;
- разработать направления по стабилизации товарооборота ИП Матосян с учетом сезонного фактора.

Структура работы состоит из введения, трех глав, заключения, списка литературы и приложения.

Во введении обосновывается актуальность выбранной темы исследования, раскрываются цель и задачи, определяется объект и предмет исследования.

В первой главе рассматриваются теоретические основы товарооборота малого предприятия.

Во второй главе проведен анализ товарооборота ИП Матосян в условиях колебания конъюнктуры рынка хлебобулочных изделий.

Третья глава посвящена разработке направлений стабилизации товарооборота ИП Матосян в условиях сезонного характера функционирования рынка хлебобулочных изделий.

В заключении подведены итоги работы, сделаны выводы и предложения для решения проблем рассматриваемого малого предприятия.

Практическая значимость работы заключается в том, что разработанные направления стабилизации товарооборота ИП Матосян в условиях сезонного характера функционирования рынка можно применить на практике.

Теоретической и методической основой исследования послужили труды зарубежных и отечественных ученых, таких как Баскакова О.В., Козерод Л.А., Клочков А.К., Соломатин А.Н. и др.

Информационной базой исследования послужили технико-экономические показатели работы ИП Матосян А.М.

Общий объем работы составляет 60 страниц, включая введение, заключение, список литературы и приложение. Работа содержит, в том числе, 11 таблиц, 14 рисунков.

Глава 1 Теоретические основы товарооборота малого предприятия

1.1 Понятие, сущность, правовые основы создания и функционирования малых предприятий

Под организацией понимается самостоятельный хозяйствующий субъект, созданный в порядке, установленном законом, для производства продукции, оказания услуг, выполнения работ в целях удовлетворения потребностей рынка, получения прибыли или осуществления специальных социально значимых функций[10, с. 12].

Любая предпринимательская деятельность развивается в определенной правовой среде. Это прежде всего законы, регулирующие предпринимательство, создающие благоприятные условия для его развития, процедуры открытия и регистрации предприятий, налоговое и антимонопольное законодательство и др[6, с. 12-14].

В современных условиях организации принято подразделять на крупные, средние, малые и микро-предприятия[21, с. 34].

Рассмотрим более подробно сущность и особенности нормативно-правового регулирования деятельности малых предприятий.

В соответствии с Федеральным законом от 24 июля 2007 г. (ред. от 29.06.2015) № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» к малым предприятиям относят хозяйствующие субъекты, имеющие за календарный год среднюю численность работников от 16 до 100 человек.

Кроме критерия численности работников при классификации организаций по размерам применяют показатели объемов выручки от реализации продукции (выполнения работ, оказания услуг) без налога на добавленную стоимость за календарный год, балансовой стоимости активов [6, с. 18].

Под малым предприятием в соответствии с п. 1 ст. 4 Закона № 209-ФЗ можно понимать предприятия и ИП, одновременно отвечающие следующим

условиям:

1. Индивидуальный предприниматель или юридическое лицо, доля в уставном капитале которого государства, фонда (за исключением акционерных или закрытых паевых инвестиционных), иностранца, иностранной фирмы, либо юридического лица, не являющегося субъектами малого и среднего предпринимательства, не должна превышать 25% от общей суммы уставного капитала. Ограничение не касается предприятий, внедряющих инновации, исключительные права на которые принадлежат хозяевам таких предприятий - бюджетным научным институтам, центрам, бюро и пр., бюджетным ВУЗам, учреждениям Академии наук РФ.

2. Средняя численность работников предприятия за предшествующий календарный год не превышает 100 человек.

3. Выручка от реализации товаров (работ, услуг) без учета налога на добавленную стоимость или балансовая стоимость активов (остаточная стоимость основных средств и нематериальных активов) за предшествующий календарный год не должна превышать предельные значения, установленные Правительством Российской Федерации для каждой категории субъектов малого и среднего предпринимательства [3, с. 3].

Постановлением Правительства РФ от 13 июля 2015 года № 702 «О предельных значениях выручки от реализации товаров (работ, услуг) для каждой категории субъектов малого и среднего предпринимательства» увеличены в два раза предельные значения выручки для отнесения к субъектам малого и среднего бизнеса. С 25.07.2015 эти показатели составляют:

- для микро-предприятий - 120 млн рублей;
- для малых предприятий - 800 млн рублей;
- для средних - 2 млрд рублей [6, с. 12-14].

С 01.08.2016 года вступает силу новое Постановление Правительства РФ от 04.04.2016 № 265 «О предельных значениях дохода, полученного от осуществления предпринимательской деятельности, для каждой категории субъектов малого и среднего предпринимательства» [5, с. 2].

Установлены предельные значения дохода, полученного от осуществления предпринимательской деятельности за предшествующий календарный год, определяемого в порядке, установленном законодательством Российской Федерации о налогах и сборах, суммируемого по всем осуществляемым видам деятельности и применяемого по всем налоговым режимам, для следующих категорий субъектов мелкого и среднего предпринимательства:

- микро-организации - 120 млн. рублей;
- мелкие организации- 800 млн. рублей;
- средние организации- 2 млрд. рублей [4, с. 4].

Первый критерий применяется только в отношении организаций. В их уставном капитале (паевом фонде) суммарная доля участия Российской Федерации, субъектов РФ, муниципальных образований, иностранных юридических лиц, иностранных граждан, общественных и религиозных организаций, благотворительных и иных фондов не должна превышать 25% (за исключением активов акционерных инвестиционных фондов и закрытых паевых инвестиционных фондов) [26, с. 1].

Если в составе участников общества есть одно или несколько юридических лиц, не являющихся субъектами малого и среднего предпринимательства, то доля их участия не должна превышать 25%. Данное ограничение не распространяется на хозяйственные общества, деятельность которых охватывает в практическом применении (внедрении) результатов интеллектуальной деятельности (программ для электронных вычислительных машин, баз данных, изобретений, полезных моделей, промышленных образцов, селекционных достижений, топологий интегральных микросхем, секретов производства (ноу-хау)). Эта норма употребляется при условии, что исключительные права на указанные результаты интеллектуальной деятельности относятся следующим учредителям (участникам) таких хозяйственных обществ:

- бюджетным научным учреждениям;

- научным учреждениям, созданным государственными академиями наук;
- бюджетным образовательным учреждениям высшего профессионального образования;
- образовательным учреждениям высшего профессионального образования, созданным государственными академиями наук.

Средняя численность работников организации устанавливается за предшествующий календарный год. В организации небольшого бизнеса эта величина не должна превышать 100 человек включительно. Данный показатель определяется с учетом всех работников малой организации, в том числе тех, кто функционирует по гражданско-правовым договорам или по совместительству с учетом реально отработанного времени, работников представительств, филиалов и других обособленных подразделений.

В показатель балансовой стоимости активов включается остаточная стоимость основных средств и нематериальных активов. Указанные сведения определяются по данным бухучета за предшествующий календарный год (пп. 3 п. 1 и п. 8 ст. 4 Закона № 209-ФЗ). Предельные значения этого показателя Правительством РФ не установлены. Поэтому данный критерий при определении статуса малого предприятия не применяется.

Субъект малого бизнеса утрачивает свой статус, только если у него превышены предельные значения по второму и (или) третьему критериям в течение двух календарных лет, следующих один за другим. Основанием является п. 4 ст. 4 Закона № 209-ФЗ.

1.2 Методические основы анализа товарооборота малого предприятия

Товарооборот - один из важных синтетических показателей развития как на уровне организации, так и на уровне региона, страны в целом[8,с. 41].

Важнейшей целью торгового предприятия, как больших, так и малых, является получение наибольшей прибыли, а товарооборот выступает в качестве

нужного и важного условия, без которого не достигнется эта цель [16, с. 21]. Так как коммерческая организация получает определенную сумму дохода с каждого рубля от реализации товаров, то максимизация прибыли требует постоянного повышения объема товарообращения как основного фактора роста доходов и прибыли, а также относительного понижения издержек обращения и расходов на оплату труда [23, с. 99].

Товарообращение является процессом обмена товаров на деньги [12, с. 83]. Через товарообращение происходит смена форм стоимости товаров, в результате которой возмещаются затраты производства и также создаются условия для его развития [20, с. 81].

Товарооборот – это объем продаж товаров торговым предприятием в денежном выражении за определенный период времени [17, с. 31].

Различают розничное и оптовое товарообращение. Розничное товарообращение характеризует продажу товаров через торговую сеть и организация питания за наличный и безналичный расчет [9, с. 78]. Экономическое содержание розничного товарообращения – реализация предметов потребления населению в обмен на его денежные доходы. Население оплачивает товары в основном наличными средствами, часть покупок совершается с помощью чеков и кредитных карт [18, с. 120].

Оптовое товарообращение – основной показатель хозяйственной деятельности предприятий и предприятий оптовой торговли [22, с. 138]. Он представляет собой общий объем продажи товаров производственными и торговыми учреждениями, а также посредниками других учреждений для последующей реализации населению или для производственного потребления [11, с. 76].

Анализ деятельности всех торговых предприятий начинается с товарооборота [20, с. 82-83]. Изучение реализации – важный элемент в работе предприятия. От объема товарооборота, ассортимента проданных товаров, качества обслуживания в торговле напрямую зависят издержки обращения, прибыль, рентабельность, конкурентоспособность и рыночная активность.

Основными задачами анализа товарооборота организации являются:

- оценка выполнения плана (при наличии такового) и ритмичности его выполнения в отчетном периоде;
- определение и количественное измерение влияния отдельных факторов на объем товарооборота;
- исследование структурных сдвигов в товарообороте;
- исследование сезонных колебаний в товарообороте по кварталам и месяцам;
- раскрытие и применение внутренних резервов развития товарооборота[23, с. 104].

Основанием для исследования товарооборота служат аналитические показатели: относительные величины динамики товарооборота (его роста и прироста), удельные веса отдельных секторов торговли, доля отдельных групп товаров в общей сумме товарооборота, сумма оборота на единицу торговой площади и на одного торгового работника; уровень товарных запасов, оборачиваемость средств, вложенных в товарные запасы и т.д.[20, с. 88].

Анализ товарооборота выполняют в определенной последовательности. Вначале анализируется общий показатель товарооборота, затем – товарооборот в ассортименте. Заключительный этап – взаимная увязка результатов усвоения всех показателей товарооборота на основе комплексного подхода.

Анализ товарооборота следует начинать с оценки выполнения плана, если таковой предусмотрен на предприятии. При этом определяется сумма перевыполнения (недовыполнения) и процент его выполнения:

$$\sum \Pi(H) = T_{\phi} - T_n, \quad (1.1)$$

где, $\sum \Pi(H)$ - сумма перевыполнения (недовыполнения) плана товарооборота, руб.;

T_{ϕ} - фактический объем товарооборота, руб.;

T_n - плановый объем товарооборота, руб.

$$T_{\%} = \frac{T_{\phi}}{T_n} \times 100, \quad (1.2)$$

где, $T_{\%}$ - процент выполнения плана товарооборота.

Анализ равномерности выполнения плана товарооборота за отдельные периоды времени осуществляется с помощью расчета коэффициента равномерности:

$$P = 100 - V, \quad (1.3)$$

где, P - коэффициент равномерности выполнения плана товарооборота в %;

V - коэффициент вариации выполнения плана товарооборота по отдельным периодам, %.

$$V = \frac{\sigma_x}{\bar{x}} \times 100, \quad (1.4)$$

где, σ_x - среднеквадратическое отклонение выполнения плана товарооборота по отдельным периодам, %;

\bar{x} - средний процент выполнения плана товарооборота.

$$\sigma_x = \sqrt{\frac{\sum (x_i - \bar{x})^2}{n}}, \quad (1.5)$$

где, x_i - процент выполнения плана товарооборота за i -й период.

Для расчета коэффициента равномерности выполнения плана товарооборота составляется разработочная таблица (табл. 1.1).

**Пример таблицы для расчета коэффициента равномерности
выполнения плана товарооборота предприятия по месяцам года [17, с. 78]**

Месяцы	Объем товарооборота, руб. тыс.			(xi-x)	(xi-x) ²
	план	фактический	% выполнения (xi)		
Январь					
Февраль					
Март					
Апрель					
Май					
Июнь					
Июль					
Август					
Сентябрь					
Октябрь					
Ноябрь					
Декабрь					
Год, x					

В процессе анализа динамики товарооборота определяются:

1. Сумма увеличения (уменьшения) объема товарооборота в отчетном году по сравнению с прошлым годом:

$$\sum \text{УВ(УМ)} = T1 - T0, \quad (1.6)$$

где, $\sum \text{УВ(УМ)}$ - сумма увеличения (уменьшения) товарооборота, руб.;

T1 - объем товарооборота в отчетном году, руб.;

T0 - объем товарооборота в прошлом году, руб.

2. Темп роста (уменьшения) объема товарооборота в отчетном году по сравнению с прошлым годом:

$$\%P(Y) = T1 / T0 \times 100, \quad (1.7)$$

где, $\%P(Y)$ - темп роста (уменьшения) объема товарооборота, %;

T1 - объем товарооборота в отчетном году, руб.;

T0 - объем товарооборота в прошлом году, руб..

3. Темп прироста (уменьшения) объема товарооборота в отчетном году по сравнению с прошлым годом:

$$\Delta = (T1 / T0 \times 100) - 100, \quad (1.8)$$

где, Δ - темп прироста (уменьшения) объема товарооборота, %.

При анализе объема товарооборота в динамике за ряд лет следует рассчитать цепные (в % к предыдущему году) и базисные (в % к первому году в ряду динамики) темпы роста или снижения. Пример построения таблицы для анализа динамики объема товарооборота торгового предприятия показан в табл. 1.2.

Таблица 1.2

Пример анализа динамики объема товарооборота предприятия [23, с. 157]

Годы	Объем товарооборота, тыс. руб.	Темпы роста, %	
		цепные	базисные
t + 1			
t + 2			
t + 3			
прошлый год			
отчетный год			

Среднегодовой темп изменения объема товарооборота рассчитывается по средней геометрической:

$$\bar{P} = \sqrt[n-1]{\frac{T_n}{T_1}} \times 100, \quad (1.9)$$

где, P- среднегодовой темп изменения объема товарооборота, %;

T_n- объем товарооборота отчетного года, руб.;

T₁ - объем товарооборота в первом году ряда динамики, руб.;

n- количество лет в ряду динамики.

Анализ товарооборота надлежит проводить не только в целом по торговой организации, но и в разрезе отдельных товарных групп, то есть по ассортиментной структуре. В ходе анализа структуры товарооборота устанавливается выполнение плана реализации по товарным группам, выявляется тенденция их оборотов, определяется удельный вес реализации в общем объеме товарооборота, рассчитывается коэффициент абсолютных структурных сдвигов в товарообороте в целом по организации:

$$K_{c.c} = \sqrt{\frac{\sum (f_i^1 - f_i^0)^2}{n}}, \quad (1.10)$$

где, $K_{c.c}$ - коэффициент абсолютных структурных сдвигов в товарообороте, %;

f_i^1 - удельный вес товарооборота i -й товарной группы в общем объеме товарооборота в отчетном году, %;

f_i^0 - удельный вес товарооборота i -й товарной группы в общем объеме товарооборота в прошлом году, %;

n - количество товарных групп.

Пример анализа структуры товарооборота представлен в табл. 1.3.

Таблица 1.3

**Пример анализа структуры товарооборота торгового предприятия
[13, с. 215]**

Товарные группы	Удельный вес в товарообороте, %		$(f_i^1 - f_i^0)$	$(f_i^1 - f_i^0)^2$
	Прошлый год, f_i^0	Отчетный год, f_i^1		
Мясо-птица				
Рыба				
Бакалейные товары				
Фрукты-овощи				
Кондитерские товары				
Прочие товары				
Всего				

В ходе такого анализа товарооборота в ассортименте обнаруживают:

- за счет каких товарных групп развивается товарооборот;
- какие изменения произошли в структуре товарооборота;
- как воздействуют различные факторы на изменение продаж отдельных групп товаров.

На объем товарооборота торговой организации оказывает влияние большое число факторов, в том числе и фактор сезонности. Поэтому далее будут рассмотрены особенности планирования товарооборота предприятия с учетом сезонности.

1.3 Научные подходы к анализу влияния сезонности на товарооборот

Известно, что одним из существенных факторов, воздействующих на объём продаж на предприятиях является фактор сезонности. Сезонность – устойчивая закономерность внутригодовой динамики товарооборота. Сущность анализа сезонности сводится к выявлению конфигурации сезонной волны, измерению степени сезонных колебаний, исключению сезонных колебаний и к определению на этой основе периодов роста и сокращения продажи товаров [7, с. 50].

Учесть фактор сезонности и определить её можно с помощью индекса (коэффициента) сезонности.

Анализ сезонных колебаний выручки от продаж сосредоточена выявление конфигурации сезонной волны, измерение сезонных колебаний, определение изменений сезонной волны в перспективе. Самый элементарный метод исчисления сезонной волны – это определение средних показателей месячного товарооборота по средней арифметической из расчета трёхлет. Затем находится отношение месячных средних из расчёта трёх лет к общей месячной средней, за весь период в процентах. Для измерения степени сезонной колеблемости товарооборота высчитывается коэффициент вариации. Для проведения этого вида анализа наиболее часто используют метод простой

средней, метод относительных чисел (величин), метод скользящей средней и метод аналитического выравнивания.

Сезонная волна выручки от продаж при применении метода простой средней рассчитывается как отношение у среднего значения выручки (\bar{y}) в конкретном рассматриваемом периоде к среднесезонной выручке (\bar{Y}), которая представляет собой постоянную среднюю.

У средненые значения показателей в каждом периоде определяются по формулам:

$$\bar{y}_1 = \frac{1}{n} \sum_{j=1}^n y_{j1}; \quad (1.11)$$

$$\bar{y}_2 = \frac{1}{n} \sum_{j=1}^n y_{j2}, \dots; \quad (1.12)$$

$$\bar{y}_m = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n y_{jm}, \quad (1.13)$$

где, $i = \overline{1, n}$, $j = \overline{1, m}$;

n-число лет;

m - число периодов.

Среднесезонное значение выручки определяется по формуле:

$$\bar{Y} = \frac{1}{m} \sum_{i=1}^m \bar{y}_i. \quad (1.14)$$

Значения сезонной волны I_s находятся по формулам:

$$I_{S1} = \frac{\bar{y}_1}{\bar{Y}} \cdot 100, \%; \quad (1.15)$$

$$I_{S2} = \frac{\bar{y}_2}{\bar{Y}} \cdot 100, \% \dots; \quad (1.16)$$

$$I_{Sm} = \frac{\bar{y}_m}{\bar{Y}} \cdot 100, \% \quad (1.17)$$

Последовательность $I = I_{S1} + I_{S2} + I_{Sm}$ является сезонной волной.

Результаты расчета сезонной волны выручки от продаж представлены в табл. 1.4.

По данным временного ряда таблицы видно, что минимальные выручки от продаж приходятся на 1, 3, 4, 9, 10-й периоды.

Следовательно, при прогнозировании объема выручки необходимо учитывать ее неравномерное распределение в течение года.

Таблица 1.4

Пример расчет индекса сезонности методом простых средних [9, с. 250]

Период, m	Выручка от продаж, ден. ед.		Усредненное значение выручки от продаж ден. ед. у,	Индекс сезонности Is, %
	n-й год	(n + 1)-й год		
1	—	42,6	42,6	55,07
2	9,3	64,2	36,8	47,56
3	4,0	54,4	29,2	37,81
4	11,2	85,1	48,2	62,32
5	16,0	130,1	73,0	94,52
6	158,3	153,8	156,1	201,98
7	148,7	222,9	185,8	240,45
8	72,4	112,6	92,5	119,76
9	29,1	69,3	49,2	63,67
10	39,3	53,7	46,5	60,20
11	65,5	71,7	68,6	88,77
12	71,0	126,7	98,8	127,90
Итого	624,8	1187,2	-	-
Среднемесячная выручка (Y)			77,3	100

Пример графика по методу простой средней представлен на рис. 1.1.

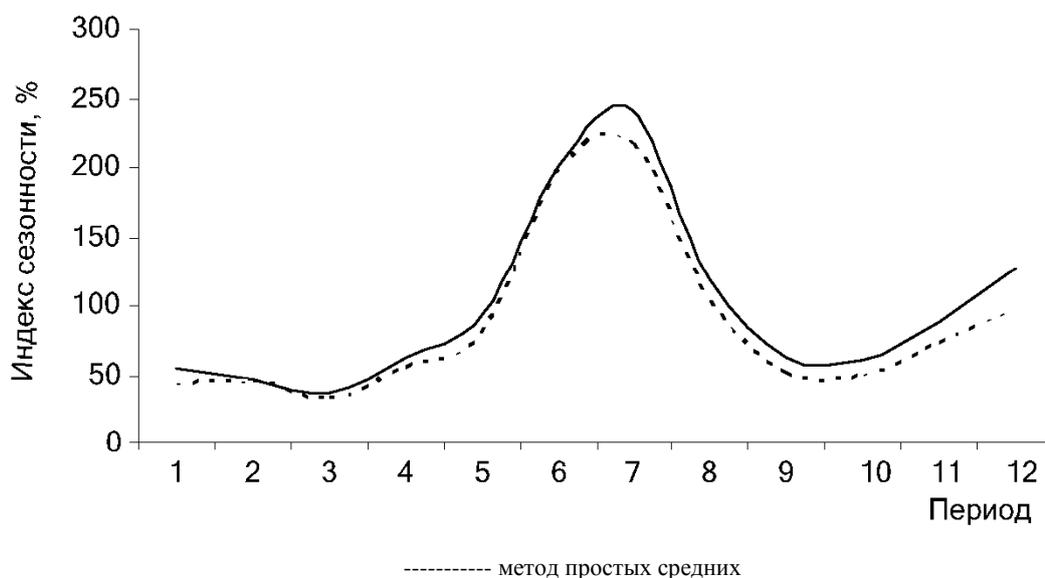


Рис. 1.1. Индексы сезонности [17, с. 149]

Метод простой средней разрешает лишь в какой-то степени исключить случайные колебания, и скажающие характер сезонной волны, и выделить сезонную компоненту, соответствующую исследуемому периоду. Результаты анализа сезонных колебаний позволяют прогнозировать объем производства и продаж. Анализ сезонных колебаний выручки от продаж направлен на обнаружение конфигурации сезонной волны, измерение сезонных колебаний, определение и изменений сезонной волны в перспективе. Для проведения этого вида анализа наиболее часто применяют метод простой средней, метод относительных чисел (величин), метод скользящей средней и метод аналитического выравнивания.

В целом, при прогнозировании товарооборота надлежит применять комплекс методов. Выбор метода зависит от периода прогнозирования, требований к точности прогноза, эксперимента и назначений экспертов, программного и компьютерного обеспечения и др.

Выводы по главе. В соответствии с законодательством к мелким организациям относят хозяйствующие субъекты, имеющие за календарный год среднюю численность работников от 16 до 100 человек.

Кроме критерия численности работников при классификации предприятий по размерам используют показатели объемов выручки от

реализации продукции (выполнения работ, оказания услуг) без налога на добавленную стоимость за календарный год, балансовой стоимости активов.

Эти показатели составляют: для микро-предприятий - 120 млн рублей; для мелких организаций - 800 млн рублей; для средних - 2 млрд рублей.

В качестве самого важного показателя деятельности малых организаций выступает товарооборот, который представляет собой объем продаж товаров в денежном выражении за определенный период времени. Товарооборот охарактеризует объем деятельности организации, от него зависят величина валового дохода и прибыли. С другой стороны, через товарооборот совершается смена форм стоимости товаров, в результате которой возмещаются затраты производства и создаются условия для его развития. Анализ деятельности всех коммерческих организаций начинается с товарооборота. Потому что от объема товарооборота, ассортимента проданных товаров, качества обслуживания в торговле напрямую зависят издержки обращения, прибыль, рентабельность, конкурентоспособность и рыночная активность.

Главными задачами анализа товарооборота организации являются: оценка выполнения плана, ритмичности его выполнения в отчетном периоде; исследование объема товарооборота в динамике; исследование структурных сдвигов в товарообороте; определение и количественное измерение влияния отдельных факторов на объем товарооборота; исследование сезонных колебаний в товарообороте по кварталам и месяцам; обнаружение и применение внутренних запасов развития товарооборота.

Основанием для исследования товарооборота служат аналитические показатели: относительные величины динамики товарооборота (его роста и прироста), удельные веса отдельных секторов торговли, доля отдельных групп товаров в общей сумме товарооборота, сумма оборота на единицу торговой площади и на одного торгового работника; уровень товарных запасов, оборачиваемость средств, вложенных в товарные запасы и т.д. Схема анализа разрабатывается для предприятия исходя из поставленной цели и наличия информации.

Для удобства работы разрабатывают макеты таблиц, диаграммы, которые охватывают необходимые фактические данные за ряд периодов, различные расчетные показатели и относительные величины аналитического характера.

На товарооборот торгового малого предприятия оказывает влияние фактор сезонности. Сезонность представляет собой устойчивую закономерность внутригодовой динамики товарооборота. Учесть фактор сезонности и определить её можно с помощью индекса (коэффициента) сезонности. Имеются следующие методы для определения сезонной волны: метод простой средней, метод цепных индексов, затушевыванию по двум точкам, скользящая средняя и т.д. Выбор метода зависит от различных целей и имеющейся информации у предприятия.

Глава 2 Анализ товарооборота ИП Матосян в условиях колебания конъюнктуры рынка хлебобулочных изделий

2.1 Организационно-экономическая характеристика исследуемого объекта

Индивидуальный предприниматель Матосян Аршавел Меликович зарегистрирован 11 июня 2013 года в Межрайонной инспекции Федеральной налоговой службы № 6 по Краснодарскому краю. Ему был присвоен ОГРН 313236516200087, внесен его ИНН 236504456302.

Виды деятельности (по коду ОКВЭД):

15.81- производство хлеба и мучных кондитерских изделий недлительного хранения:

– производство хлеба и хлебобулочных изделий недлительного хранения: свежесыпеченного хлеба, бубликов, булочек и т.п.;

– производство мучных кондитерских изделий недлительного хранения: пирожных, тортов, пирогов и т.п.

Основной рынок сбыта: г. Туапсе и Туапсинский район, а также другие населенные пункты Краснодарского края (г. Сочи, г. Геленджик, г. Новороссийск и прочие).

Форма налогообложения: Упрощенная система налогообложения - доходы 6%.

ИП Матосян А.М. имеет свой расчетный счет в Сбербанке РФ.

Тип производства на ИП Матосян А.М. - Массовое производство. Массовое производство характеризуется изготовлением ограниченной номенклатуры однородной продукции в больших количествах в течение относительно длительного периода времени.

Массовое производство - высшая форма специализации производства, позволяющая сосредоточивать на предприятии выпуск одного или нескольких типов одноименных изделий.

Целью коммерческой деятельности ИП является извлечение прибыли.

Основной задачей этого предприятия является: удовлетворение спроса

населения, как по ассортименту, так и по качеству товаров.

Предприятие выпускает довольно распространенный ассортимент сдобных изделий доступных по цене и хороших вкусовых качеств. ИП Матосян А.М. поставляет в продажу следующий ассортимент хлебобулочных изделий: хлеб, батон, пирожки (картошка, капуста, лук с яйцом, печень), сосиски в тесте, беляши и др.

В торговые точки Краснодарского края хлеб и прочие хлебобулочные изделия отправляются в специальных контейнерах.

По масштабу деятельности ИП Матосян А.М. можно отнести к малым предприятиям (среднесписочная численность работников 12 человек). По товарной специализации ИП Матосян А.М. это узкоспециализированное предприятие.

Организационная структура управления - это совокупность управляющих звеньев, расположенных в строгой соподчиненности и обеспечивающих взаимосвязь между управляющей и управляемой системой.

Организационная структура предприятия ИП Матосян А.М. по причине малой численности персонала достаточно проста (рис. 2.1.).

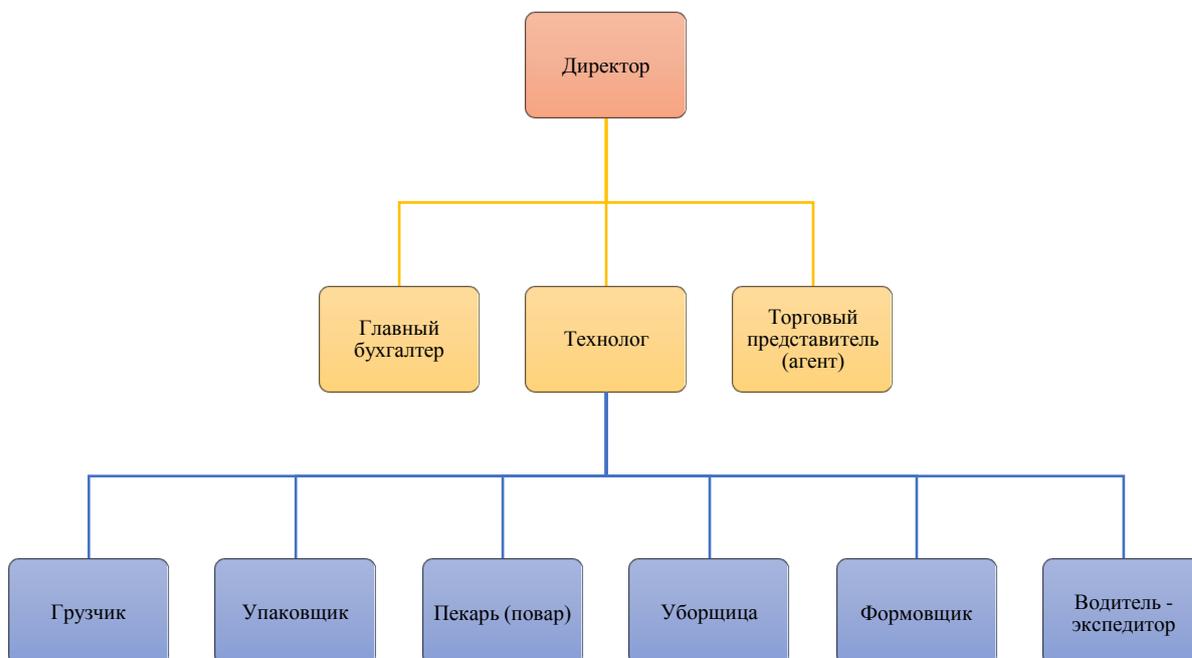


Рис. 2.1. Организационная структура ИП Матосян А.М.¹

¹ Рисунок построен автором, по данным полученным в процессе исследования

Организационная структура ИП Матосян А.М. является иерархической линейной структурой управления, что обычно свойственно для малых предприятий.

Предприятие работает в 2 смены, выходной - воскресенье. Предприятие ИП Матосян А.М. по объёму производства считается мелким и многие управляющие, и контролирующие функции совмещены с другими должностями. Рабочие в смене также взаменяют друг друга. Общее количество работников - 12 человек: директор предприятия (ИП Матосян А.М.) - 1 чел.;

- главный бухгалтер - 1 чел.;
- технолог - 1 чел.;
- торговый представитель (агент) - 1 чел.;
- водитель - экспедитор - 2 чел.;
- грузчик - 1 чел.;
- уборщица - 1 чел.;
- формовщик - 1 чел.;
- пекарь (повар) - 2 чел.;
- упаковщик - 1 чел.

Рассмотрим основные технико-экономические показатели ИП Матосян А.М.

Основные технико-экономические показатели являются синтетическими (обобщающими) параметрами предприятия. В своей совокупности эти показатели отражают общее состояние дел на предприятии в производственно-технической, хозяйственно-финансовой, коммерческой, социальной сферах. Каждый показатель в отдельности обобщенно характеризует одно из направлений (сторон) его внутренней или внешней деятельности.

Информационной базой являются материалы плановых документов, данные бухгалтерского и статистического учета и отчетности предприятия.

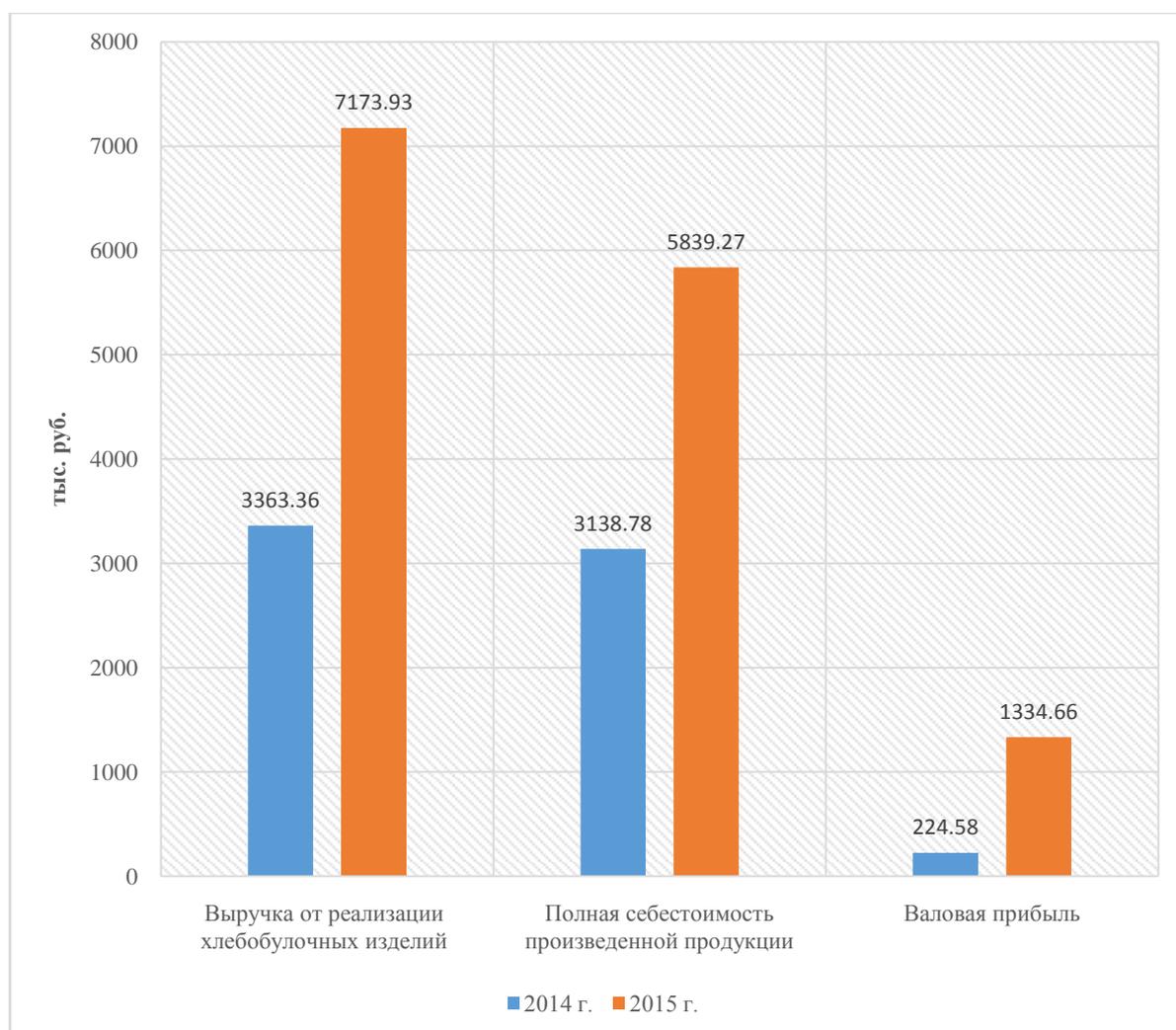
За время существования пекарни прослеживаются определенные изменения основных экономических показателей. Эти показатели представлены в табл. 2.1.

Таблица 2.1

**Основные показатели деятельности мини-пекарни
ИП Матосян А.М. за 2014-2015 гг., тыс. руб.²**

Показатели (тыс. руб.)	2014 год	2015 год
Выручка от реализации	3363,36	7173,93
Затраты	3138,78	5839,27
Валовая прибыль	224,58	1334,66

В динамике основные показатели деятельности мини-пекарни ИП Матосян А.М. за 2014-2015 гг. представлены на рис. 2.2.



**Рис. 2.2. Основные показатели деятельности мини-пекарни
ИП Матосян А.М. за 2014-2015 г., тыс. руб.³**

²Таблица составлена автором по данным полученным в процессе исследования

³ Рисунок построен автором по данным полученным в процессе исследования

По приведенным данным в табл. 2.1 и рис. 2.2 видно, что выручка от реализации продукции составила в 2014 году 3 млн. 363 тыс. руб., а в 2015 году – 7 млн. 173 тыс. руб., валовая прибыль до уплаты налогов в 2014 году была – 224 тыс. руб., а в 2015 году возросла до 1 млн. 334 тыс. руб.

Себестоимость реализованной продукции у индивидуального предпринимателя Матосян А.М. в 2014 году составила 3 млн. 138 тыс. руб., в 2015 – 5 млн. 839 тыс. руб.

Благодаря приведенный данным можно рассчитать показатель рентабельности продаж продукции ИП Матосян А.М.

Рентабельность продаж рассчитывается делением прибыли от реализации продукции, работ и услуг или чистой прибыли на сумму полученной выручки.

$$R_{п2014} = (224,58 \text{ тыс. руб.} / 3363,36 \text{ тыс. руб.}) * 100\% = 6,67 \%$$

$$R_{п2015} = (1 \text{ млн. 334 тыс. руб.} / 7 \text{ млн. 173 тыс. руб.}) * 100\% = 18,6 \%$$

Как показывают вышеприведенные расчеты рентабельность продаж индивидуального предпринимателя Матосян А.М. в 2014 году составила 6,67 %, а в 2015 году – 18,6 %, что с положительной стороны характеризует коммерческую деятельность предприятия.

2.2 Оценка влияния сезонных колебаний на товарооборот предприятия

Исходя из объема информации, содержащегося в табл.2.1, проведем анализ основных технико-экономических показателей работы мини-пекарни ИП Матосян А.М.

За основу был взят 2014-2015 год, в связи с тем, что свою деятельность ИП Матосян А.М. начал во второй половине 2013 года.

В 2014-2015 гг. показатели производства основных видов продукции представляли собой следующие (табл. 2.2).

В динамике показатели производства основных видов продукции показаны на рис. 2.3.

Показатели производства основных видов продукции

ИП Матосян А.М., 2014-2015 гг.⁴

Вид продукции	Себестоимость, руб. *		Себестоимость, руб.		Продукция, ед.		Розничная цена ед., руб.		Выручка, руб.	
	2014 г.	2015 г.	2014 г.	2015 г.	2014 г.	2015 г.	2014 г.	2015 г.	2014 г.	2015 г.
Хлеб	7,08	9,02	671601,7	1215995	94859	134811	14,16	16,7	134323,4	2251344
Батон	7,94	10,1	456978,8	90719,1	57554	98091	15,88	19,07	913957,5	1870595
Выпечка, в том числе:										
Пирожки (в ассортиме нте)	6,67	8,81	217041,8	24558,5	32540	70892	13,34	17,48	434083,6	1239192
Сосиска в тесте	10,95	12,97	183368,7	585906,8	16746	45174	21,9	25,92	366737,4	1170910
Беляш	11,52	13,91	152686,1	25507,9	13254	23401	23,04	27,43	305372,2	641889,4
Всего:			1681677	3742688	214953	372369			3363360	7173931

*не включены налоги, энергозатраты, аренда, транспортные расходы, заработная плата

Как видно из приведенных данных, в 2015 году наблюдается значительный рост производства продукции в сравнении с объемом производства 2014 года.

⁴ Таблица составлена автором, по данным полученным в процессе исследования

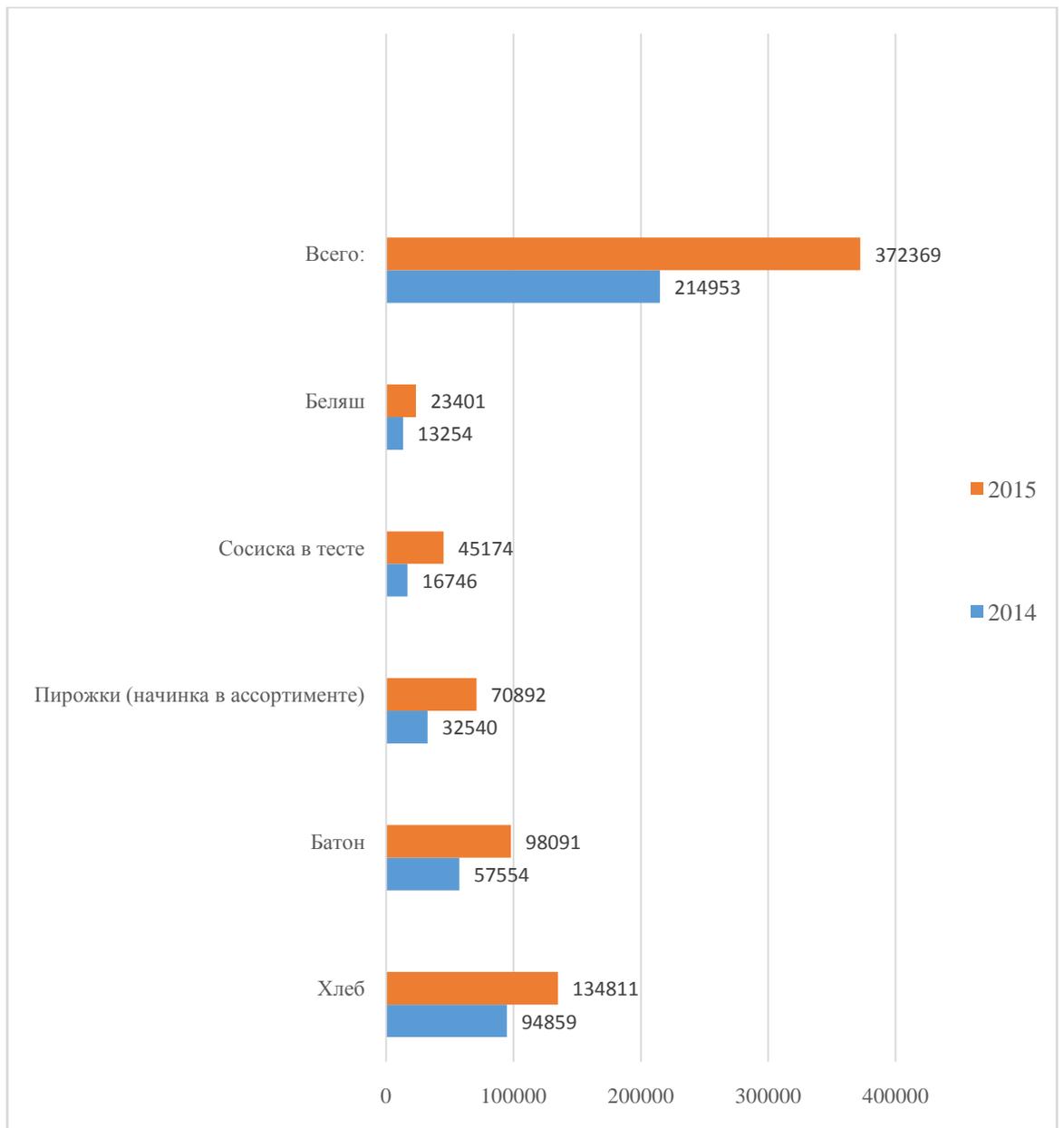


Рис. 2.3. Количество произведенной продукции ИП Матосян А.М. за 2014-2015 гг., ед.⁵

Также необходимо рассмотреть сумму увеличения (уменьшения) объема товарооборота ИП Матосян А.М. в 2015 году по сравнению с 2014 годом по формуле 1.6, представленной в первой главе.

$$\sum \text{УВ(УМ)} = 7173,93 - 3363,36 = 3810,57 \text{ тыс. руб.}$$

Как видно из расчетов, сумма товарооборота в 2015 году увеличилась на 3810,57 тыс. руб. в сравнении с 2014 годом. Это связано с тем, что в 2014 году

⁵ Рисунок построен автором по данным полученным в процессе исследования

предприятие ещё не вышло на планируемый уровень выручки, т.к. в 2013 году ИП Матосян А.М. только начал свою деятельность.

Рассчитаем темпы роста (уменьшения) объема товарооборота в отчетном году по сравнению с прошлым годом по формуле 1.7.

$$\%P(Y) = 7173,93 / 3363,36 \times 100 = 213,3 \%$$

Темп роста составил 213,3 %, что положительно характеризует деятельность предприятия.

Также можно рассчитать темп прироста (уменьшения) объема товарооборота в отчетном году по сравнению с прошлым годом по формуле 1.8.

$$\Delta = (7173,93 / 3363,36 \times 100) - 100 = 113,3 \%$$

Темп прироста товарооборота составил 113,3 %.

При анализе объема товарооборота в динамике за ряд лет также необходимо рассчитать цепные (в % к предыдущему году) и базисные (в % к первому году в ряду динамики) темпы роста или снижения.

Построим табл. 2.3 для анализа динамики объема товарооборота ИП Матосян А.М. Приведенный анализ не в полной мере позволит отследить динамику в связи с тем, что для анализа используется всего 2 года, вместо 3-х и более лет.

Таблица 2.3

Анализ динамики объема товарооборота ИП Матосян⁶

Годы	Объем товарооборота, тыс. руб.	Темпы роста, %	
		цепные	базисные
2014 год	3363,36	-	-
2015 год	7173,93	213,3	213,3

Из данных табл. 2.3 видно, что за анализируемый период объем товарооборота ИП Матосян А.М. увеличился на 3810,57тыс. руб., или на 213,3 %. Наблюдается тенденция ежегодного увеличения объема товарооборота.

Далее проведем анализ выполнения плана товарооборота. При этом

⁶Таблица составлена автором, по данным полученным в процессе исследования

определим сумму перевыполнения (недовыполнения) и процент его выполнения. Для расчета коэффициента равномерности выполнения плана товарооборота составим табл. 2.4.

Таблица 2.4

Расчет коэффициента равномерности выполнения плана товарооборота предприятия по месяцам 2015 г.⁷

Месяцы	Объем товарооборота, руб. тыс.			(xi-x)	(xi-x) ²
	план	фактический	% выполнения (xi)		
Январь	500	452,31	90,5	-8,5	72,25
Февраль	500	458,84	91,8	-7,2	51,84
Март	500	478,92	95,8	-3,2	10,24
Апрель	550	493,33	89,7	-9,3	86,49
Май	600	583,29	97,2	-1,8	3,24
Июнь	700	726,85	103,8	4,8	23,04
Июль	850	937,35	110,3	11,3	127,69
Август	850	860,07	101,2	2,2	4,84
Сентябрь	600	613,768	102,3	3,3	10,89
Октябрь	550	505,91	92,0	-7	49
Ноябрь	500	466,24	93,2	-5,8	33,64
Декабрь	550	512,11	93,1	-5,9	34,81
Год, x	7250	7173,93	99,0	-	507,97

Рассчитаем сумму перевыполнения (недовыполнения) плана товарооборота ИП Матосян А.М. за 2015 год по формуле 1.1, представленной в первой главе.

$$\sum\Pi(H) = 7173,93 - 7250 = -76,07 \text{ тыс. руб.}$$

Фактический объем товарооборота ИП Матосян А.М. не соответствует плановому на 76,07 тыс. руб.

Рассчитаем процент выполнения плана товарооборота по формуле 1.2.

$$T_{\%} = 7173,93 / 7250 \times 100 = 98,95\%$$

По данным расчета видно, что процент выполнения плана товарооборота составил 98,95%, это говорит о том, что поставленные планы по продажам продукции практически полностью выполняются.

⁷Таблица составлена автором, по данным полученным в процессе исследования

Также необходимо провести анализ равномерности выполнения плана товарооборота за отдельные периоды времени.

Рассчитаем коэффициент равномерности по формуле по формулам 1.4, 1.5 и 1.6, которые представлены в первой главе работы.

$$\sigma_x = 507,97/12 = 6,5 \%$$

$$V = 6,5/99,0 \times 100 = 6,57\%$$

$$P = 100 - 6,57 = 93,43 \%$$

Полученный коэффициент равномерности 93,43 % говорит о том, что план выполнения товарооборота по месяцам выполнялся не совсем равномерно. Поэтому далее в работе будут рассмотрены факторы, связанные с уменьшением коэффициента равномерности выполнения плана.

Анализ товарооборота также следует проводить не только в целом по торговой организации, но и в разрезе отдельных товарных групп, то есть по ассортиментной структуре.

В ходе анализа структуры товарооборота ИП Матосян А.М. определим выполнение плана реализации по товарным группам, что позволит определить удельный вес реализации в общем объеме товарооборота. Для этого рассчитаем коэффициент абсолютных структурных сдвигов в товарообороте в целом по предприятию по формуле 1.10 и составим табл. 2.5.

Таблица 2.5

Анализ структуры товарооборота ИП Матосян А.М.⁸

Товарные группы	Удельный вес в товарообороте, %		$(f_i^1 - f_i^0)$	$(f_i^1 - f_i^0)^2$
	2014 год, f_i^0	2015 год, f_i^1		
Хлеб	39,9	31,4	-8,5	72,25
Батон	27,2	26,1	-1,1	1,21
Пирожки (в ассортименте)	12,9	17,3	4,4	19,36
Сосиска в тесте	10,9	16,3	5,4	29,16
Беляш	9,1	8,9	-0,2	0,04
Всего	100	100	-	122,02

⁸ Таблица составлена автором, по данным полученным в процессе исследования

На основе данных табл. 2.5 видно, что в 2015 году наибольший удельный вес в товарообороте предприятия занимал оборот по реализации хлеба - 31,4 %, батона - 26,1 %, пирожков- 17,3 %. В 2015 году по сравнению с 2014 годом повысился удельный вес реализации пирожков - на 4,4 %, сосисок в тесте – на 5,4 %. Снижился удельный вес оборота хлеба - на 8,5 %, батона – на 1,1 %, беляша - на 0,2 %. В целом у ИП Матосян А.М. существенных изменений в структуре товарооборота не произошло, о чем свидетельствует коэффициент абсолютных структурных сдвигов, равный 4,94 %.

$$K_{с.с.} = \sqrt{122,02/5} = 4,94 \%$$

В табл. 2.6 отражен спрос на продукцию ИП Матосян А.М. в зависимости от месяца.

Проведенный анализ показателей производства основных видов продукции ИП Матосян А.М. ежемесячно за 2014-2015 гг. позволяет сделать вывод, что на предприятие оказывает влияние сезонный фактор, из графиков, представленных в приложении видно, что пик продаж всех видов продукции приходится на курортный сезон.

Таблица 2.6

Количество проданных хлебобулочных изделий ИП Матосян А.М. ежемесячно за 2014-2015 гг., ед.⁹

	Хлеб		Батон		Пирожки		Сосиска в тесте		Беляш	
	2014 г.	2015 г.	2014 г.	2015 г.	2014 г.	2015 г.	2014 г.	2015 г.	2014 г.	2015 г.
январь	3161	8990	1918	6174	1085	4901	558	2864	442	1101
февраль	5296	9192	3213	6671	1817	4307	935	3123	740	1009
март	7035	9241	4268	6904	2414	4490	1242	3364	983	1206
апрель	8893	9892	4796	6028	2712	5162	1396	3609	1105	1299
май	9565	11190	5803	7829	2983	6205	1536	3960	1216	1570
июнь	11067	13093	8089	9174	4961	8789	1954	4761	1547	2350
июль	12846	16591	8651	12674	5232	9861	3089	5934	2130	3750
август	11502	15754	6379	11127	3607	8707	2056	5703	1542	3452
сентябрь	8597	12028	4652	9184	2441	5609	1256	3164	1394	2380

⁹ Таблица составлена автором по данным полученным в процессе исследования

Продолжение таблицы 2.6

октябрь	6324	9413	3837	7014	2170	4757	1117	3064	884	2126
ноябрь	4743	9192	3309	7138	1627	4101	838	2464	663	1708
декабрь	5830	10235	2638	8174	1492	4003	768	3164	608	1450

По всем товарным позициям наибольшие продажи зарегистрированы в июле, примерно на одинаковом уровне находятся месяц июнь и август. В остальные месяцы наблюдается значительное снижение продаж, что влечет за собой снижение выручки и прибыли ИП Матосян А.М.

Также для отражения сезонности проведем расчеты индексов сезонности.

Для получения индексов сезонности, прежде всего, для каждого месяца рассчитаем среднемесячные уровни за два года. Расчет этих значений дает возможность избавиться от элементов случайности, имевших место в том или ином году. Искомые месячные индексы сезонности (в процентах) находятся как отношения средних для каждого месяца к среднемесячному уровню за весь период наблюдения, принимаемому за 100%. Исчисленные индексы сезонности представлены в табл. 2.7. Эти индексы характеризуют сезонную волну объема производства ИП Матосян А.М и размах ее колеблемости во внутригодовой динамике.

Таблица 2.7

**Расчет индекса сезонности товарооборота ИП Матосян за
2014-2015 гг.¹⁰**

Месяцы m	Объем товарооборота, тыс. руб.			Индексы сезонности I _s , %
	2014 г.	2015 г.	в среднем за 2 года, у	
январь	112,10	452,31	282,21	64,80
февраль	187,78	458,84	323,31	74,24
март	249,44	478,92	364,18	83,62
апрель	294,30	493,33	393,82	90,43
май	329,04	583,29	456,17	104,74
июнь	429,78	726,85	578,32	132,79
июль	505,80	937,35	721,58	165,69

¹⁰Таблица составлена автором по данным полученным в процессе исследования

Продолжение таблицы 2.7

август	392,84	860,07	626,46	143,85
сентябрь	287,79	613,768	450,78	103,51
октябрь	224,26	505,91	365,09	83,83
ноябрь	175,04	466,24	320,64	73,62
декабрь	175,18	512,11	343,65	78,91
Среднемесячный уровень	280,28	590,74	435,51	100

Для наглядного представления полученной сезонной волны производства продукции результаты расчета представлены в виде графика на рис. 2.5, который свидетельствует о явно выраженной сезонности в рассматриваемом экономическом процессе.

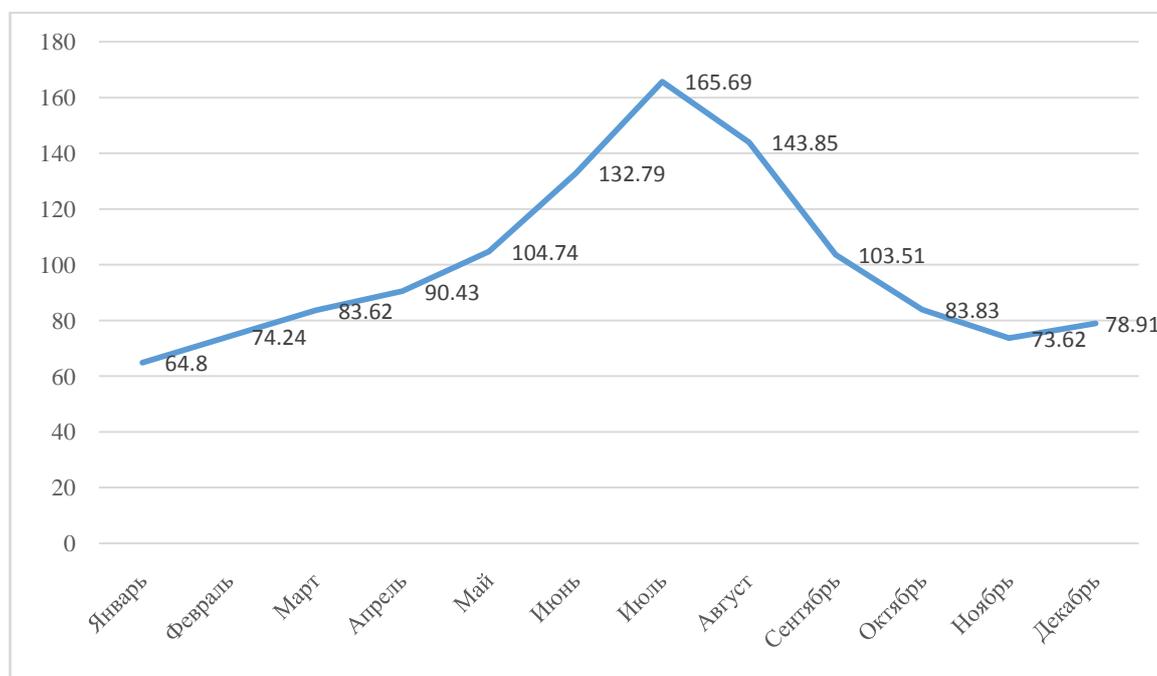


Рис. 2.5. Индекс сезонности товарооборота ИП Матосян за 2014-2015 гг, %¹¹

Проведенный расчет индекса сезонности по методу простых средних показал, что на деятельность и в целом на прибыль ИП Матосян А.М. сильное влияние оказывает фактор сезонности, под влиянием которой наблюдаются внутригодовые и постоянно повторяющиеся колебания спроса и предложения.

¹¹ Рисунок построен автором, по данным полученным в процессе исследования

Так, сезонный характер производства продукции быстрого питания и хлебобулочных изделий резко отражается на динамике спроса и цен на нее.

Сезонные колебания характерны связаны со спросом на туристские поездки в Краснодарском крае. Купальный сезон начинается в мае и продолжается до октября. Туапсинский район - одно из экологически чистых мест на побережье Чёрного моря. Рекреационные и оздоровительные возможности территории, сочетающие природно-климатические условия морского побережья и предгорий Северного Кавказа со сложившейся сетью санаторно-курортных и туристических учреждений, позволяют осуществлять весь комплекс мероприятий, направленных на восстановление жизнедеятельности человека, полноценного отдыха, что привлекает большое количество туристов.

В связи с наплывом отдыхающих, повышается спрос на быструю и недорогую еду, в том числе и на пирожки.

Кроме того, выделяются межсезонье (апрель, июнь, сентябрь) и «мертвый сезон» (октябрь-февраль), когда потоки туристов затухают и спрос на еду быстрого питания значительно снижается. Сезонный характер спроса может быть связан с погодными условиями, праздниками, отпусками.

Выводы по главе. Индивидуальный предприниматель Матосян Аршавел Меликович зарегистрирован 11 июня 2013 года в Межрайонной инспекции Федеральной налоговой службы № 6 по Краснодарскому краю.

Основной вид деятельности - производство хлеба и мучных кондитерских изделий недлительного хранения.

Организация по объёму производства считается мелким и многие распоряжающиеся, и контролирующие функции совмещены с другими должностями. Работники в смене также взаимозаменяют друг друга. Общее количество работников - 12 человек.

В 2014 году выручка от реализации продукции составила 3 млн. 363 тыс. руб., а в 2015 году – 7 млн. 173 тыс. руб., валовая прибыль до уплаты налогов в 2014 году была – 224 тыс. руб., а в 2015 году возросла до 1 млн. 334 тыс. руб.

Себестоимость проданной продукции у индивидуального предпринимателя Матосян А.М. в 2014 году составила 3 млн. 138 тыс. руб., в 2015 – 5 млн. 839 тыс. руб. Рентабельность в 2014 году составила 6,67 %, а в 2015 году - 18,6 %, что с положительной стороны характеризует коммерческую деятельность предприятия.

Проанализированный товарооборот организации позволил заключить, что в 2015 году наблюдается значительный рост производства продукции в сравнении с 2014 годом. Процент выполнения плана товарооборота составил 98,95%, это говорит о том, что поставленные планы по продажам продукции на организации выполняются. Анализ товарооборота также был проведен в разрезе отдельных товарных групп, то есть по ассортиментной структуре.

В 2015 году наибольший удельный вес в товарообороте организации занимал оборот по реализации хлеба - 31,4 %, батона - 26,1 %, пирожков - 17,3 %. Проведенный анализ показателей производства основных видов продукции ежемесячно за рассматриваемый период позволил сделать вывод, что на предприятие оказывает влияние сезонный фактор, пик продаж всех видов продукции приходится на курортный сезон. Полученная сезонная волна производства продукции наглядно позволила увидеть сезонность в деятельности предприятия.

Глава 3 Разработка направлений стабилизации товарооборота ИП Матосян в условиях сезонного характера функционирования рынка хлебобулочных изделий

В ходе анализа деятельности ИП Матосян А.М. были выявлены следующие проблемы:

- большая зависимость от сезонных факторов;
- ограниченность торговых точек (1 шт.);
- малоразвитый ассортимент продукции, в частности маленький объем выпуска мелкоштучных изделий, который не менялся с момента создания предприятия.

Что бы разрешить эти проблемы и не появлялись новые, следует проводить мероприятия по усовершенствованию сбыта организации с учетом сезонных факторов.

Необходимость приспособления производства хлебобулочных изделий к условиям рыночной экономики требует организации четкого управления предприятием.

Поэтому в рамках исследования возможностей повышения товарооборота пекарни ИП Матосян А.М. должны быть учтены сезонные факторы. В связи с этим, можно рекомендовать создание на предприятии новой должности менеджера, который будет заниматься развитием продаж в межсезонье и «мертвый» период, также другими проблемами, которые были выявлены в ходе работы.

Если рассматривать потенциальных клиентов в «мертвый сезон» и «межсезонье» в Туапсинском районе, то к таковым можно отнести школьников, студентов, преподавателей, служащих, офисных работников.

Поэтому главной задачей менеджера будет обеспечение и развитие клиентской базы среди школ, университетов, организаций, которые функционируют не только в летний период и смогут обеспечить товарообращение в несезонное время.

Должностные обязанности менеджера будут следующие:

- анализ рынка, конкурентной среды, поставщиков и потребителей;
- стратегическое планирование;
- разработка и внедрение новых бизнес-проектов (новых продуктов и/или услуг);
- привлечение новых партнеров и клиентов;
- продвижение продукции и услуг компании;
- разработка бизнес-планов, коммерческих предложений;
- составление отчетов и прогнозов продаж;
- разработка рекламно-информационных материалов;
- проведение маркетинговых мероприятий;
- организация и проведение переговоров, презентаций, семинаров, участие в выставках и тендерах;
- поиск тендерных торгов и госзакупок;
- подготовка документов и ведение котировок;
- подготовка и подписание договоров.

Требования к менеджеру:

- высшее экономическое образование, а также возможно образование в сфере маркетинга и рекламы;
- уверенный пользователь ПК с хорошим знанием офисных программ;
- опыт в организации маркетинговых мероприятий;
- опыт в управлении;
- опыт работы на аналогичной или смежной должности (менеджер, маркетолог);
- опыт ведения тендеров и госзакупок (электронных аукционов);
- умение работать с информацией, систематизировать ее и проводить анализ.

Для создания должности менеджера необходимо в ИП Матосян А.М. выделить 1 рабочее место.

Затраты на создание рабочего места менеджера представлены в табл. 3.1.

Таблица 3.1

Планируемые затраты на создание рабочего места менеджера¹²

№п/п	Расходы	Кол-во	Сумма, руб.
1.	Персональный компьютер или ноутбук	1	20000
2.	Программное обеспечение	1	10000
3.	Канцелярские товары	-	3000
4.	Многофункциональное устройство (принтер, ксерокс, сканер, факс)	1	10000
5.	Телефон	1	2500
6.	Стол	2	10000
7.	Стул для работника	1	3000
8.	Стул для посетителей	2	6000
9.	Заработная плата в мес., руб.		20000
Итого:			84500

Всего за 1 год расходы на сотрудника составят: $64500 + 20000 \times 12 = 304500$ рублей.

Менеджеру будет поставлен план по увеличению товарооборота ИП Матосян А.М. в проблемный (не летний) период на 20 % по пирожкам, сосискам в тесте и беляшам, как наиболее востребованным позициям среди потенциальных клиентов.

Увеличение товарооборота в несезон позволит распределить нагрузку на организации равномерно по всем месяцам.

При использовании данного пути предполагается сглаживание кривой товарооборота, путем мероприятий по продвижению товара в проблемный период упадка товарообращения.

Доработанная организационная структура предприятия будет выглядеть следующим образом (рис. 3.1).

¹²Таблица составлена автором, по данным полученным в процессе исследования

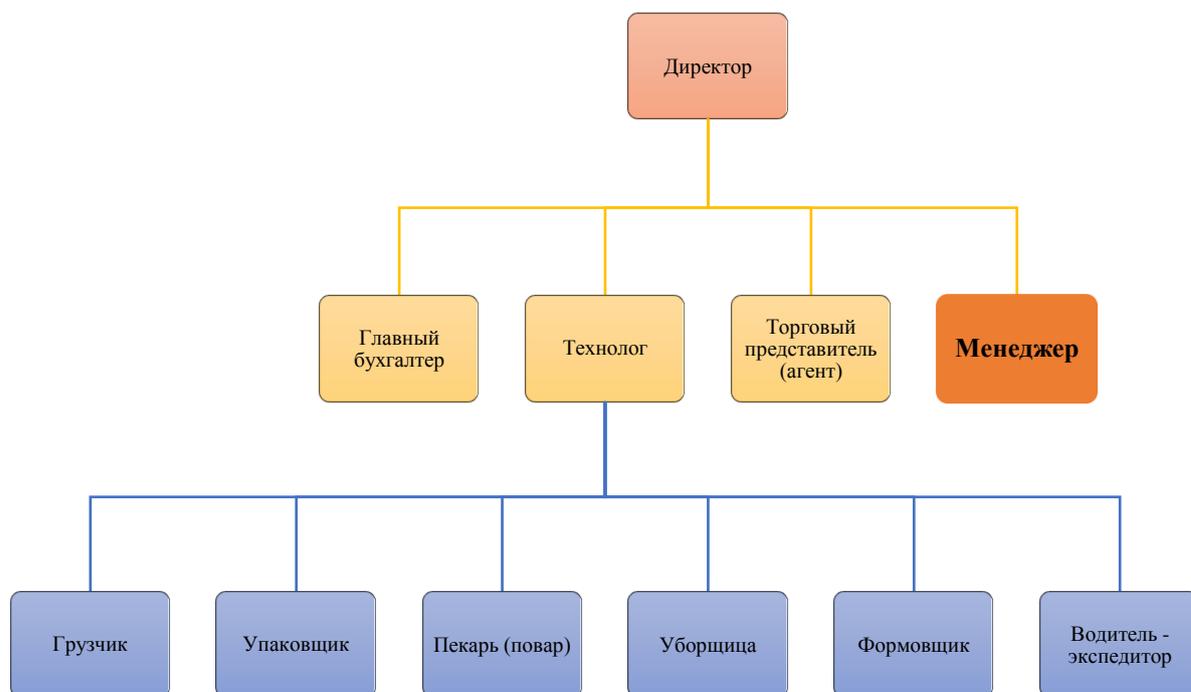


Рис. 3.1. Доработанная организационная структура ИП

Матосян А.М.¹³

Можно использовать все виды продвижения: рекламу, стимулирование продаж, консультирование, личное посещение руководителей школ, университетов, организаций с целью заключения договоров. Также важным моментом является поиск госзакупок.

ИП Матосян А.М. в данный момент не участвует в электронных закупках, что является большим минусом для деятельности предприятия.

Наличествует два закона, занимающихся регуляцией закупочной деятельности различных государственных компаний, монополий и других организаций, это Федеральный закон от 05.04.2013 N 44-ФЗ (ред. от 05.04.2016) «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» (44-ФЗ) и Федеральный закон от 18.07.2011 N 223-ФЗ (ред. от 13.07.2015) «О закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц» (223-ФЗ).

44-ФЗ распространяется на абсолютно любые закупки любых госзаказчиков и точно регулирует каждый из этапов сделки. Любое нарушение

¹³ Рисунок построен автором, по данным полученным в процессе исследования

регламента угрожает клиентам выплатой штрафов и аннулированием ранее состоявшихся закупок, недобросовестные предприниматели же попадают в специальный реестр. Однако, если победитель соблюдал все правила, то 100% гарантировано, что с ним будет заключен договор, а его деятельность и поставленные продукты - правильно уплачены [1, с. 2].

223-ФЗ не описывает досконально все этапы сделки, а лишь дает для заказчиков общие представления и принципы закупок. Компания лично разрабатывает собственные положения, в котором расписываются условия для участников и варианты выбора поставщика. Основное положение, с которым нужно ознакомиться при участии в торгах по этому закону - положение о закупке у каждого определенного заказчика [2, с. 3].

По 44-ФЗ заказчиком показывают любые государственные и муниципальные учреждения, финансируемые из бюджета. А по 223-ФЗ компании, с долей государственного участия более 50%, субъекты монополий (компании нефтегазовые, РЖД и др.), организации, занимающиеся регулируемые типами деятельности (водоснабжение, энергетика и др.), бюджетные учреждения, проводящие закупки в счет грантов, собственных вложений или средств субподряда.

По 44-ФЗ и 223-ФЗ поставщиком могут проявляться как физические, так и юридические лица [25, с. 1].

По 44-ФЗ существует пять платформ: «РТС-тендер», «Сбербанк-АСТ», «Росэлторг», ММВБ и ZakazRF. Работает бесплатная регистрация.

По 223-ФЗ более сотни электронных торговых платформ. Выбор неограничен, любой из заказчиков вправе осуществлять торги на нужной ему площадке. Некоторые ЭТП взимают плату за регистрацию или ежемесячную оплату.

Рассмотрим, что потребуется ИП Матосян А.М. чтобы участвовать в электронных закупках.

Участие в открытых электронных закупках для любого индивидуального предпринимателя возникает с подготовки [27, с.1]. В начале подготовительных

мероприятий ИП Матосян А.М. потребуется получить электронную цифровую подпись. Цифровая подпись является необходимой подробностью в любом электронном документообороте, без нее участие в закупках невозможно.

Электронная цифровая подпись выражается электронным аналогом личной подписи и печати на бумажных носителях, выполняя их функцию. Являясь частью виртуального документа, электронная подпись для участия в тендере является незаменимой и обязательной принадлежностью. Ведь именно она осуществляет ключевые функции защиты документов:

- гарантирует соответствие первоисточнику;
- производит невозможным стороннее вмешательство и внесение изменений в документы;
- однозначно идентифицирует личностную принадлежность документа[13, с. 76-78].

Подача заявки. Решить принимать участие в закупках, ИП Матосян А.М. должен верно написать заявку и подготовить стандартный пакет документов. Список необходимых бумаг может модифицироваться в зависимости от требований заказчика, и его можно найти в представленной документации. В запросе на участие в закупках показываются следующие пункты: персональные данные индивидуального предпринимателя; организационная и правовая форма деятельности предприятия; серийные номера сертификатов, подтверждающих качество предоставляемого товара или услуг; серийный номер документов, подтверждающих законность деятельности ИП; адрес компании и ее наименование. После правильного заполнения формы заявки она скрепляется электронной подписью собственника организации или его доверенного лица.

Сбор документов. Перед тем, как ИП Матосян А.М. будет участвовать в закупках, он обязан подготовить пакет документов, которые показываются необходимыми для участия. В список документов, которые нужно дать вместе с заявкой, входят: копии учредительных документов (заверяются нотариально); список лиц, имеющих право представлять интересы индивидуального предпринимателя на торгах, и копии приказов об их назначении; копии

свидетельств о регистрации организации и бумаг, подтверждающих факт того, что компания внесена в регистр налогоплательщиков (заверяются нотариально); копии бухгалтерской документации о финансовом балансе организации, выписки о прибыли и расходах за последние два отчетных периода (с пометкой от налогового инспектора об отсутствии задолженности перед государством); отчетность об общем использовании финансовых средств компании; выписки из банковских учреждений о наличии у ИП банковских счетов.

ИП может участвовать в тендерах только в том случае, когда пакет документов отвечает тендерной документации.

Если же список бумаг не достаточный, то запрос на участие в аукционе будет не принят.

В соответствии с законодательством России любой индивидуальный предприниматель, который намерен принять участие в закупках, обязан предоставить организационной комиссии финансовое подтверждение своей состоятельности – обеспечение гарантии. Эта сумма составляет от 0,5 до 5% от суммы лота.

В качестве гаранта может выступать любое банковское учреждение, предоставляющее услуги по тендерному кредитованию, и в таком случае клиент может воспользоваться выгодным предложением и подать заявку на любой интересующий тендер для ИП. Преимущества использования кредитования на участие в торгах:

- нет надобности извлекать оборотные денежные средства из бюджета предприятия;
- наличие возможности подавать заявки на участие в нескольких торгах одновременно;
- минимальные процентные ставки на пользование тендерным кредитованием;
- быстрота оформления документов;
- нет ограничения в финансовом плане на участие в аукционах с

большими суммами контрактов [19,с. 321].

Победа на закупках. После победы на тендере бизнесмену Матосян А.М. потребуется обратиться за помощью к специалистам, которые будут контролировать составление договора и проверять его соответствие законодательным нормам.

Для исполнения условий договора между победителем и заказчиком исполнителю потребуется предоставить гарантийное обеспечение контракта (как и в случае с подачей заявки на участие в торгах). В основном сумма обеспечения контракта варьируется в пределах 30% от стоимости заказа – эти денежные средства перечисляются исполнителем на банковский счет заказчика. Такие финансовые средства являются гарантией того, что исполнитель справится со своими обязанностями, а их уплата является обязательной процедурой для всех ИП, победивших на тендере.

Чтобы не попасть в неловкую ситуацию, перед тем как ИП Матосян А.М. участвовать в тендерах, он должен тщательно изучить все требования организационной комиссии, рассчитать свои финансовые силы и только потом подавать запрос.

В том случае, когда предприниматель получил извещение о своей победе на торгах, но в этот момент у него нет денег на обеспечение контракта, решение организатора аукциона будет отменено, и участник лишится возможности заключить выгодный договор с заказчиком.

Внедрение в деятельность ИП Матосян А.М. участия в электронных закупках определяется несколькими преимуществами:

- получает государственный, муниципальный или коммерческий заказ с гарантированным размером оплаты и приобретает постоянного клиента;
- приобретает репутацию надежного партнера;
- обеспечит устойчивый рост компании.

Далее необходимо рассмотреть, сколько необходимо средств для реализации рассмотренного мероприятия.

Затраты на данное мероприятие представим в виде табл. 3.2.

Таблица 3.2

Затраты на электронную цифровую подпись¹⁴

	Стоимость, руб.
ЭЦП	5000
Программное обеспечение	10000
Настройка рабочего места	2000
Итого:	17000

Выполнив перечисленные технические действия, ИП Матосян А.М. сможет получить внушительный заказ на свою продукцию, который может исчисляться несколькими миллионами рублей.

К примеру, в 2015 году был размещен лот на «Производство хлеба и мучных кондитерских изделий недлительного хранения» для ФГБОУ ВДЦ Орленок» (табл. 3.3).

Таблица 3.3

Информация об объекте закупки¹⁵

Наименование товара, работы, услуги	Код по ОКПД	Единица измерения	Количество	Цена за ед.изм.	Стоимость
Хлеб «Дарницкий» ржано-пшеничный	15.81.11.121	Килограмм	24445,00	23,59	576 657,55
Хлеб пшеничный сорта 2	15.81.11.135	Килограмм	11605,00	28,80	334 224,00
				Итого:	910 881,55

Таким образом, в случае участия и победы в такой закупке, ИП

¹⁴Таблица составлена автором, по данным полученным в процессе исследования

¹⁵ Официальный сайт Единой информационной системы в сфере закупок [Электронный ресурс]. URL: <http://zakupki.gov.ru> (дата обращения: 21.04.2016).

Матосян А.М. смог бы увеличить свою выручку на 910,88 тыс. руб. (табл. 3.4).

Таблица 3.4

Показатели выручки мини-пекарни ИП Матосян А.М. до и после мероприятия, тыс. руб.¹⁶

Показатели(тыс. руб.)	2015 год	После победы в закупке
Выручка от реализации	7173,93	8084,81

В динамике показатели до и после мероприятия представлены на рис.3.2.

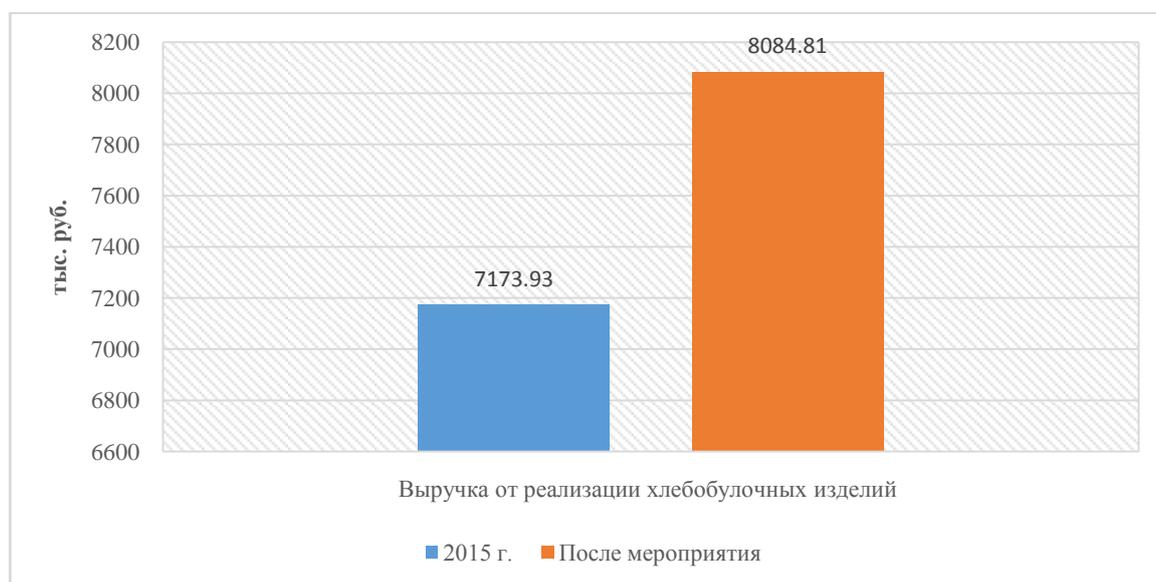


Рис. 3.2. Показатели выручки мини-пекарни ИП Матосян А.М. до и после мероприятия¹⁷

Также нужно посчитать экономический эффект, с учетом того, что менеджер выполнит план по повышению товарооборота на 20 %.

Экономическим эффектом называют выраженную в денежных единицах разницу между доходом, полученным от определенной деятельности в течении отдельного промежутка времени и расходами на ее осуществление за тот же период[15,с. 17].

Учтем затраты на нового сотрудника, подготовку документов и на

¹⁶Таблица составлена автором по данным полученным в процессе исследования

¹⁷ Рисунок построен автором по данным полученным в процессе исследования

электронную цифровую подпись для участия в электронных аукционах.

В первый год реализации проекта понадобится:

$$304,5 + 17,0 = 321,5 \text{ тыс. руб.}$$

Далее затраты будут складываться только из заработной платы сотрудника (менеджера).

Тогда чистая прибыль предприятия составит:

$$8001,93 - (5839,27 + 321,5) = 1841,16 \text{ тыс. руб.}$$

Это на 506,5 тыс. руб., больше, чем в прошлом периоде

$$1841,16 - 1334,66 = 506,5 \text{ тыс.}$$

Отсюда можно сделать вывод, что данное мероприятие эффективно.

Как уже было сказано выше, если менеджер выполнит поставленный план по увеличению товарооборота на 20%, то тогда можно рассчитать сезонную волну с учетом предложенных мероприятий. Предположительно увеличится объем товарооборота с сентября по май в связи с тем, что школы и учебные заведения летом уходят на каникулы. Тогда данные для расчета индекса сезонности товарооборота ИП Матосян А.М, на следующий год будут выглядеть следующим образом (табл. 3.5).

Таблица 3.5

Расчет индекса сезонности товарооборота ИП Матосян с учетом мероприятий¹⁸

Месяцы m	Объем товарооборота, тыс. руб.				Индексы сезонности I _s , %
	2014 г.	2015 г.	Прогноз на 2016 г.	в среднем за 3 года, у	
Январь	112,10	452,31	542,77	369,06	71,99
Февраль	187,78	458,84	550,61	399,08	77,85
Март	249,44	478,92	574,70	434,35	84,73
Апрель	294,30	493,33	592,00	459,88	89,71
Май	329,04	583,29	699,95	537,43	104,84
Июнь	429,78	726,85	726,85	627,83	122,47

¹⁸Таблица составлена автором по данным полученным в процессе исследования

Продолжение таблицы 3.5

Июль	505,80	937,35	937,35	793,50	154,79
Август	392,84	860,07	860,07	704,33	137,40
Сентябрь	287,79	613,768	736,52	546,03	106,52
Октябрь	224,26	505,91	607,09	445,75	86,96
Ноябрь	175,04	466,24	559,49	400,26	78,08
Декабрь	175,18	512,11	614,53	433,94	84,65
Среднемесячный уровень	280,28	590,74	666,83	512,62	100

Как видно из приведенных расчетов, среднемесячный уровень товарооборота в 2016 году составит 666,83 тыс. руб, что на 76,09 тыс. руб. больше предыдущего периода. Общая сумма товарооборота составит 8001,93 тыс. руб.

Для наглядного представления полученной сезонной волны производство продукции изображено в виде графика на рис. 3.3, который указывает о снижении явно выраженной сезонности в связи с реализацией предложенных мероприятий.

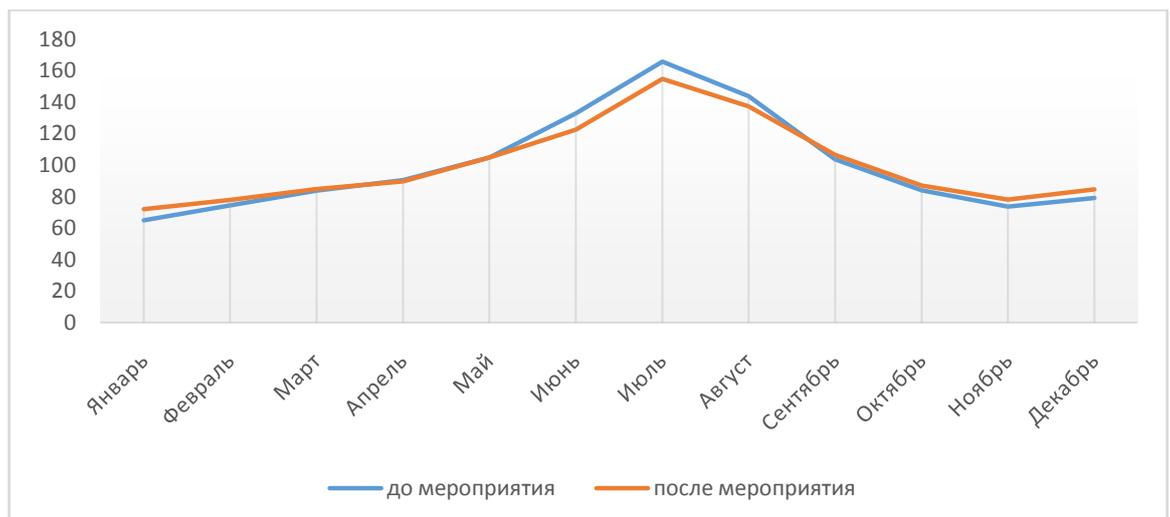


Рис. 3.3. Индексы сезонности товарооборота ИП Матосян до внедрения мероприятия и после внедрения, %¹⁹

¹⁹ Рисунок построен автором по данным полученным в процессе исследования

Исходя из проведенного анализа, можно сделать вывод, что предлагаемые мероприятия экономически эффективны и позволят выровнять товарооборот в течении года в результате их реализации.

Выводы по главе. По итогам анализа, в первую очередь рекомендовано доработать организационную структуру предприятия, а именно создать новую должность менеджера, который будет заниматься развитием продаж в межсезонье и «мертвый» период. Менеджеру поставлен план по увеличению товарооборота в проблемный (не летний) период на 20 % по выпечке. Прирост товарооборота в несезон позволит распределить нагрузку на предприятие равномерно по всем месяцам.

Также предложено участвовать ИП Матосян А.М. в электронных закупках. ИП Матосян А.М. получит следующие преимущества: получит государственный, муниципальный или коммерческий заказ с гарантированным размером оплаты и приобретет постоянного клиента; обеспечит устойчивый рост компании, сгладится зависимость от сезонного фактора.

С официального сайта Единой информационной системы в сфере закупок был взят пример о размещении заявки ФГБОУ ВДЦ Орленок» на производство хлебобулочных изделий, который наглядно показал, что в случае участия ИП Матосян в таком мероприятии и победы, предприниматель смог бы увеличить свою выручку на 910,88 тыс. руб.

Также в случае выполнения менеджером поставленного плана по увеличению товарооборота на 20% в несезон станет возможным снижение выраженной сезонности. Расчеты показали, что общая сумма товарооборота с учетом мероприятия составит 8001,93 тыс. руб., что выше на 828 тыс. в сравнении с 2015 годом.

Заключение

В первой главе работы были рассмотрены теоретические основы товарооборота мелкого предприятия, поэтому можно сделать следующие **выводы** по этой главе.

В соответствии с законодательством к мелким организациям относят хозяйствующие субъекты, имеющие за календарный год среднюю численность работников от от 16 до 100 человек.

Кроме критерия численности работников при классификации предприятий по размерам используют показатели объемов выручки от реализации продукции (выполнения работ, оказания услуг) без налога на добавленную стоимость за календарный год, балансовой стоимости активов.

Эти показатели составляют: для микро-предприятий - 120 млн рублей; для мелких предприятий - 800 млн рублей; для средних - 2 млрд рублей.

В качестве важнейшего показателя деятельности малых организаций выступает товароборот, который представляет собой объем продаж товаров в денежном выражении за установленный период времени. Товароборот характеризует объем деятельности предприятия, от него зависят величина валового дохода и прибыли. С другой стороны, через товароборот происходит смена форм стоимости товаров, в результате которой возмещаются затраты производства и образуют условия для его развития. Анализ деятельности всех торговых организаций начинается с товарооборота. Потому что от объема товарооборота, ассортимента проданных товаров, качества обслуживания в торговле напрямую зависят издержки обращения, прибыль, рентабельность, конкурентоспособность и рыночная активность.

Главными задачами анализа товарооборота организации являются: оценка выполнения плана, равномерности его выполнения в отчетном периоде; изучение объема товарооборота в динамике; исследование структурных сдвигов в товарообороте; определение и количественное измерение влияния отдельных факторов на объем товарооборота; изучение сезонных колебаний в

товарообороте по кварталам и месяцам; выявление и использование внутренних запасов развития товарооборота.

Основанием для исследования товарооборота служат аналитические показатели: относительные величины динамики товарооборота (его роста и прироста), удельные веса отдельных секторов торговли, доля отдельных групп товаров в общей сумме товарооборота, сумма оборота на единицу торговой площади и на одного торгового работника; уровень товарных запасов, оборачиваемость средств, вложенных в товарные запасы и т.д. Схема анализа разрабатывается для организации исходя из назначенной цели и наличия информации.

Для удобства работы разрабатывают макеты таблиц, диаграммы, которые охватывают необходимые фактические данные за ряд периодов, различные расчетные показатели и относительные величины аналитического характера.

На товарооборот торговой организации оказывает влияние большое число факторов, в том числе и фактор сезонности. Сезонность представляет собой устойчивую закономерность внутригодовой динамики товарооборота. Учесть фактор сезонности и определить её можно с помощью индекса (коэффициента) сезонности. Анализ сезонных колебаний выручки от продаж направлен на выявление конфигурации сезонной волны, измерение сезонных колебаний, определение изменений сезонной волны в перспективе. Существуют следующие методы для определения сезонной волны: метод простой средней, метод цепных индексов, сглаживанию по двум точкам, скользящая средняя и т.д. Выбор метода зависит от периода прогнозирования, требований к точности прогноза, опыта и рекомендаций экспертов, программного и компьютерного обеспечения и др.

Во второй главе был проведен анализ товарооборота ИП Матосян в условиях колебания конъюнктуры рынка хлебобулочных изделий. По итогам второй главы сделаны следующие **выводы**.

Индивидуальный предприниматель Матосян Аршавел Меликович зарегистрирован 11 июня 2013 года в Межрайонной инспекции Федеральной

налоговой службы № 6 по Краснодарскому краю.

Основной вид деятельности - производство хлеба и мучных кондитерских изделий недлительного хранения.

Основной рынок сбыта: г. Туапсе и Туапсинский район, а также другие населенные пункты Краснодарского края.

Организация по объёму производства считается мелким и многие распоряжающиеся, и проверяющие функции соединены с другими должностями. Трудящиеся в смене также взаимозаменяют друг друга. Общее количество работников - 12 человек.

В 2014 году выручка от реализации продукции составила 3 млн. 363 тыс. руб., а в 2015 году – 7 млн. 173 тыс. руб., валовая прибыль до уплаты налогов в 2014 году была – 224 тыс. руб., а в 2015 году возросла до 1 млн. 334 тыс. руб. Себестоимость проданной продукции у индивидуального предпринимателя Матосян А.М. в 2014 году составила 3 млн. 138 тыс. руб., в 2015 – 5 млн. 839 тыс. руб. Рентабельность в 2014 году составила 6,67 %, а в 2015 году - 18,6 %, что с положительной стороны характеризует коммерческую деятельность предприятия.

Проведенный анализ товарооборота предприятия позволил сделать выводы, что в 2015 году наблюдается значительный рост производства продукции в сравнении с 2014 годом. Процент выполнения плана товарооборота составил 98,95%, это говорит о том, что поставленные планы по продажам продукции на предприятии выполняются. Анализ товарооборота также был проведен в разрезе отдельных товарных групп, то есть по ассортиментной структуре. В 2015 году наибольший удельный вес в товарообороте предприятия занимал оборот по реализации хлеба - 31,4 %, батона - 26,1 %, пирожков - 17,3 %. В 2015 году по сравнению с 2014 годом повысился удельный вес реализации пирожков - на 4,4 %, сосисок в тесте – на 5,4 %. Снизился удельный вес оборота хлеба - на 8,5 %, батона – на 1,1 %, беляша - на 0,2 %. Рассчитанный коэффициент абсолютных структурных сдвигов, равный 4,94 % показал, что изменений в структуре товарооборота не

отмечено. Проведенный анализ показателей производства основных видов продукции ежемесячно за рассматриваемый период позволил сделать вывод, что на предприятие оказывает влияние сезонный фактор, пик продаж всех видов продукции приходится на курортный сезон. По всем товарным позициям наибольшие продажи зарегистрированы в июле, примерно на одинаковом уровне находятся месяц июнь и август. В остальные месяцы наблюдается значительное снижение продаж.

Также для отражения сезонности были проведены расчеты индексов сезонности. Полученная сезонная волна производства продукции наглядно позволила увидеть сезонность в деятельности предприятия.

Поэтому в рамках исследования возможностей повышения товарооборота пекарни ИП Матосян А.М. были учтены сезонные факторы.

В первую очередь **рекомендовано** доработать организационную структуру предприятия, а именно создать новую должность менеджера, который будет заниматься развитием продаж в межсезонье и «мертвый» период, также другими проблемами, которые были выявлены в работе предприятия. Главной задачей менеджера будет обеспечение и развитие клиентской базы среди школ, университетов, организаций, которые функционируют не только в летний период и смогут обеспечить товарооборот в несезон. Менеджеру будет поставлен план по увеличению товарооборота в проблемный (не летний) период на 20 % по выпечке. Прирост товарооборота в несезон позволит распределить нагрузку на предприятие равномерно по всем месяцам.

Также важнейшим недостатком было отмечено, что ИП Матосян А.М. не участвует в электронных закупках, что проявляет большим минусом для работы предприятия.

Внедрение в деятельность ИП Матосян А.М. участия в электронных закупках определяется несколькими преимуществами: получает государственный, муниципальный или коммерческий заказ с гарантированным размером оплаты и приобретает постоянного клиента; приобретает репутацию

надежного партнера; обеспечит устойчивый рост компании, сглаживается зависимость от сезонного фактора.

Благодаря участию в закупках ИП Матосян А.М. сможет получить внушительный заказ на свою продукцию. С официального сайта Единой информационной системы в сфере закупок был взят пример о размещении заявки «ФГБОУ ВДЦ Орленок» на производство хлебобулочных изделий, который наглядно показал, что в случае участия ИП Матосян в таком мероприятии и победы, предприниматель смог бы увеличить свою выручку на 910,88 тыс. руб. Это только один из примеров.

В случае выполнения менеджером поставленного плана по увеличению товарооборота на 20% в несезон, была рассчитана новая сезонная волна, которая в сравнении с предыдущим периодом свидетельствует о снижении явно выраженной сезонности.

Проведенные расчеты показали, что общая сумма товарооборота с учетом мероприятия составит 8001,93 тыс. руб., что выше на 828 тыс. в сравнении с 2015 годом. Предлагаемые мероприятия экономически эффективны и позволят выровнять товарооборот в течении года в результате их реализации.

Список использованной литературы

1. Федеральный закон от 05.04.2013 N 44-ФЗ (ред. от 05.04.2016) «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» // Собрание законодательства Российской Федерации. - 2013 г. - № 14. - ст. 1652.
2. Федеральный закон от 18.07.2011 N 223-ФЗ (ред. от 13.07.2015) «О закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц» // Российская газета. – 2011. - № 159.
3. Федеральный закон от 24.07.2007 № 209-ФЗ (ред. от 29.06.2015) «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» // Парламентская газета. – 2015. - № 99-101.
4. Постановление Правительства РФ от 04.04.2016 N 265 «О предельных значениях дохода, полученного от осуществления предпринимательской деятельности, для каждой категории субъектов малого и среднего предпринимательства» [Электронный ресурс]. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_196415/ (дата обращения: 22.04.2016).
5. Постановление Правительства РФ от 13 июля 2015 г. № 702 «О предельных значениях выручки от реализации товаров (работ, услуг) для каждой категории субъектов малого и среднего предпринимательства» // Собрание законодательства Российской Федерации. 2015. - № 29 (часть II). - ст. 4500.
6. Баскакова О. В. Экономика предприятия (организации). - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2013. – 372 с.
7. Ефимова О.П. Экономика общественного питания. – Минск: Новое знание, 2011. – 347 с.
8. Каурова О.В. Финансово-экономический анализ предприятия туристской индустрии. - М.: КноРус, 2012. - 216 с.
9. Климова Н.В. Экономический анализ (теория, задачи, тесты, деловые

- игры). - М.: Вузовский учебник, НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 287 с.
10. Когденко В.Г. Экономический анализ. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013. - 392 с.
 11. Козерод Л.А. Экономика торгового предприятия: учеб. пособие. – Хабаровск: Изд-во ДВГУПС, 2012. – 175 с.
 12. Кравченко Л.И. Анализ хозяйственной деятельности в торговле. - М.: Новое знание, 2012. — 512 с.
 13. Ларина Т. И. Система государственных закупок как инструмент развития малого бизнеса. // Теоретические и прикладные аспекты современной науки. - 2015. - № 8. - С. 76-78.
 14. Любушин Н.П. Экономический анализ. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013. - 575 с.
 15. Маркарьян Э.А. Экономический анализ хозяйственной деятельности. - М.: КноРус, 2013. - 536 с.
 16. Маркин Ю.П. Экономический анализ. - М.: Омега-Л, 2012. - 450 с.
 17. Медведева О.В., Шпилевская Е.В., Немова А.В. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности. – М.: Высшее образование, 2012. – 154 с.
 18. Медведева О.В. Комплексный экономический анализ деятельности предприятия. - Рн/Д: Феникс, 2011. - 343 с.
 19. Руководство по закупкам / Под ред. Н. Димитри, Г. Пига, Дж. Спаньоло. – М.: Высшая школа экономики, 2013. – 695 с.
 20. Саталкина Н. И., Герасимов Б. И., Терехова Г. И. Экономика торговли: учеб. пособие. – М.: ФОРУМ, 2011. – 232 с.
 21. Чернов В.А. Экономический анализ: торговля, общественное питание, туристический бизнес. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 639 с.
 22. Чуев И.Н. Комплексный экономический анализ финансово-хозяйственной деятельности. - М.: Дашков и К, 2013. - 384 с.
 23. Экономика, анализ и планирование на предприятии торговли / Под редакцией А. Н. Соломатина. – СПб.: Питер, 2011. – 560 с.

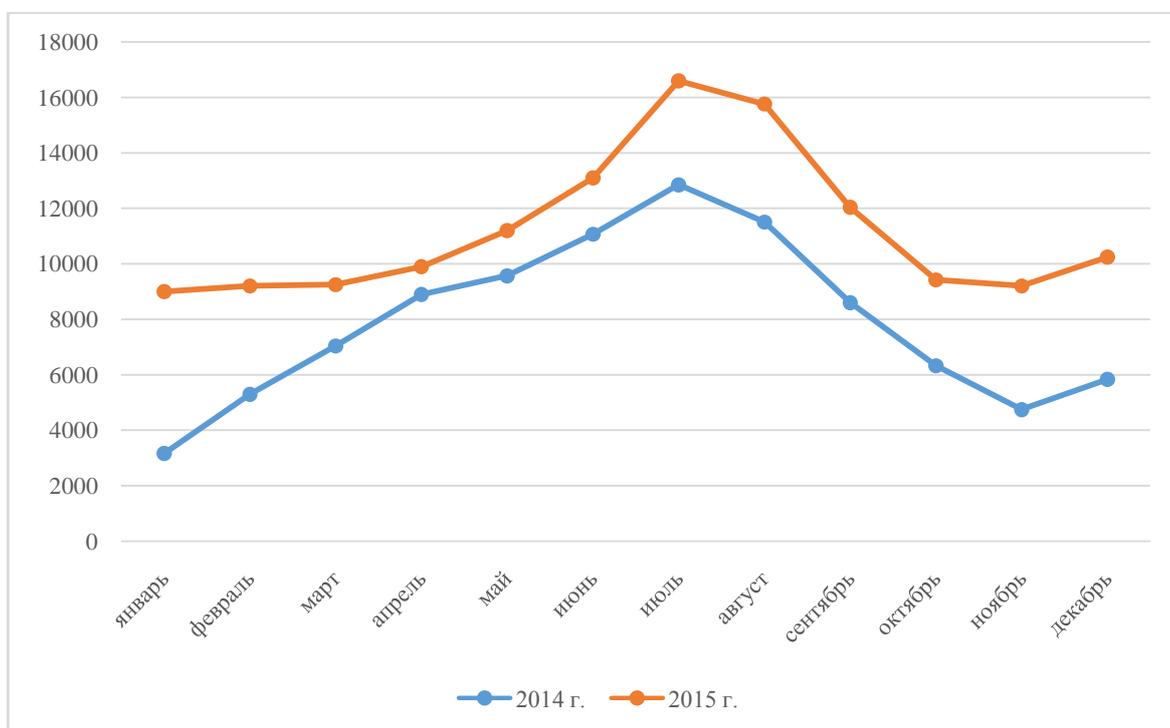
24. Официальный сайт Единой информационной системы в сфере закупок [Электронный ресурс]. URL: <http://zakupki.gov.ru> (дата обращения: 21.04.2016).

25. Может ли индивидуальный предприниматель (ИП) участвовать в тендерах? [Электронный ресурс]. URL: <http://otendere.com/uchastie/uchastie-v-tenderah/mozhet-li-ip-uchastvovat-v-tenderah.html> (дата обращения: 05.04.2016).

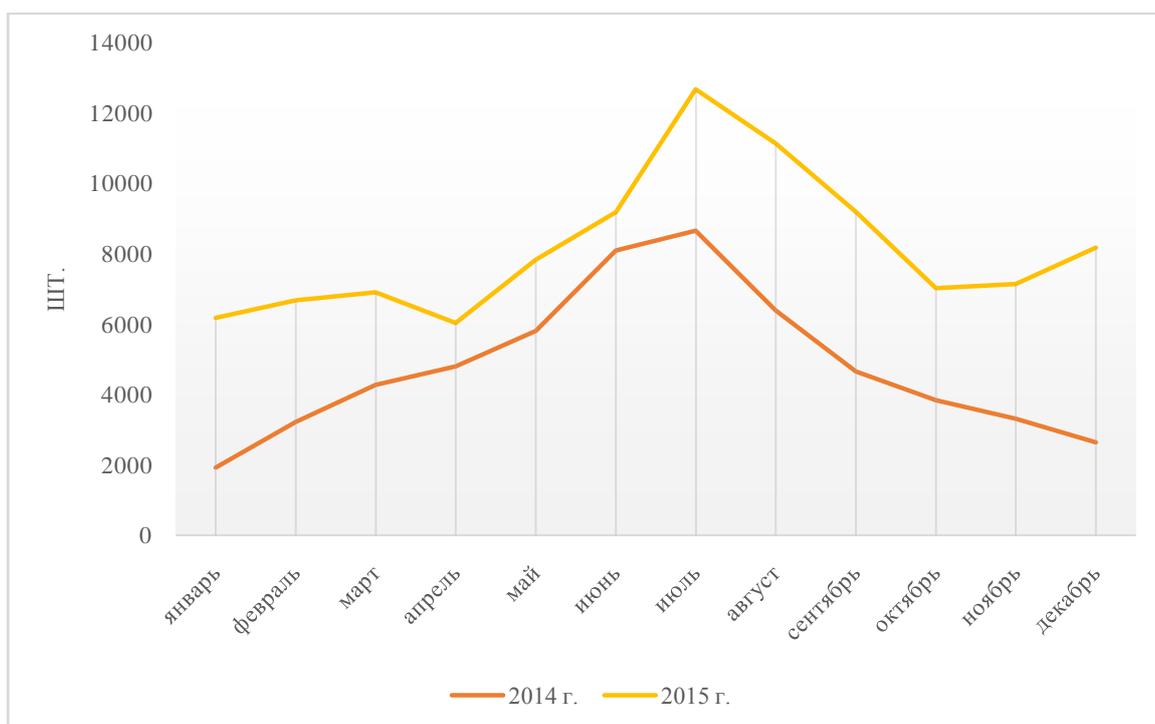
26. Сущность и критерии малого предпринимательства. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.financemotion.ru/fmots-664-1.html> (дата обращения: 05.12.2015).

27. Участие в тендерах. С чего начать? [Электронный ресурс]. URL: <http://tenderoviki.ru/tenderovedenie/uchastie-v-tenderah-s-chego-nachat.html> (дата обращения: 06.04.2016).

Количество проданного хлеба ИП Матосян А.М. ежемесячно за 2014-2015 гг., ед.

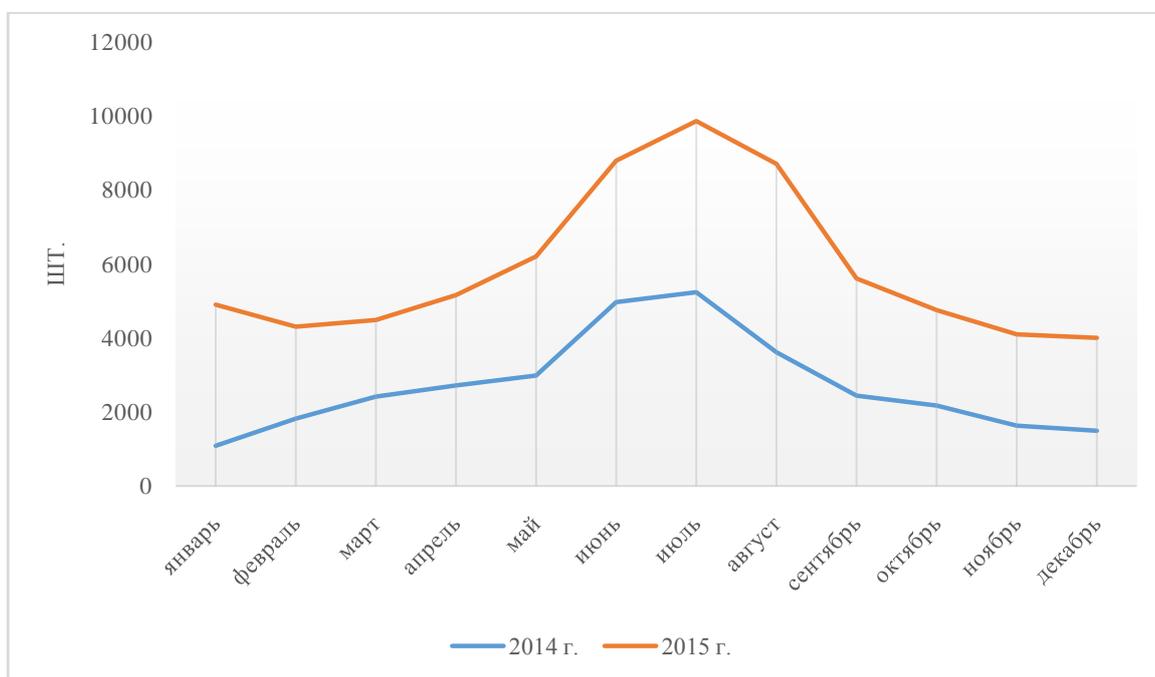


Количество проданных батончиков ИП Матосян А.М. ежемесячно за 2014-2015 гг., ед.

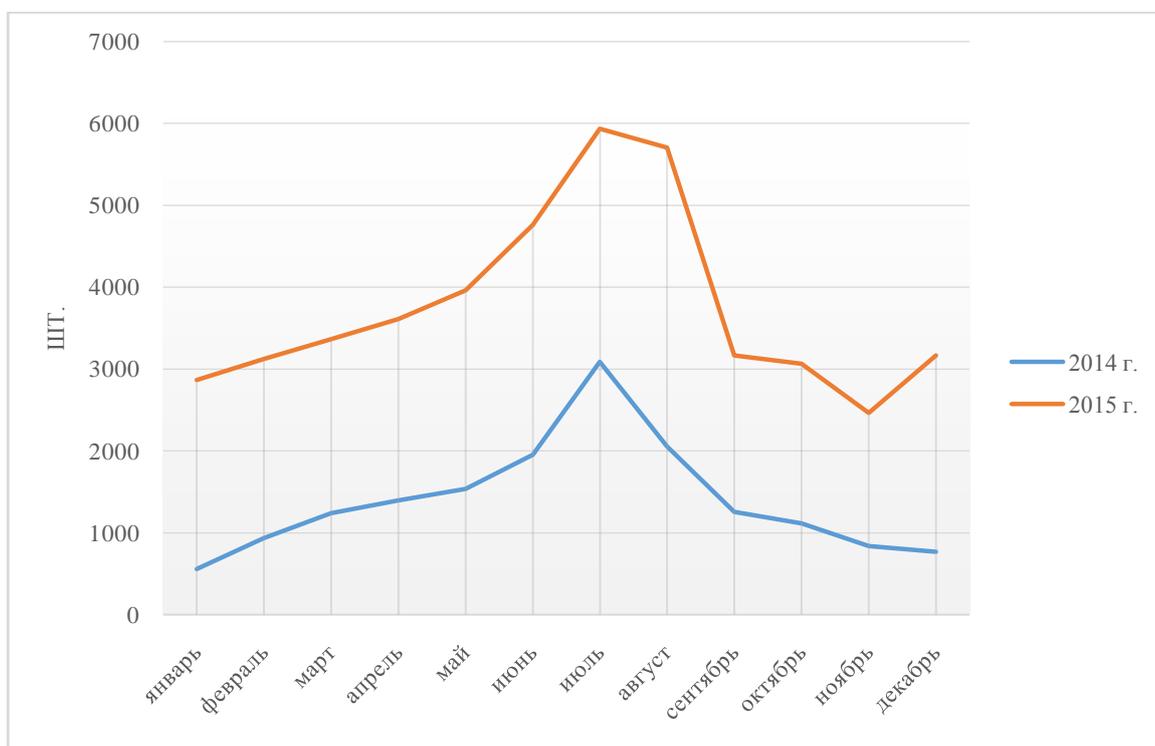


Продолжение приложения 1

Количество проданных пирожков ИП Матосян А.М. ежемесячно за 2014-2015 гг., ед.



Количество проданных сосисок в тесте ИП Матосян А.М. ежемесячно за 2014-2015 гг., ед.



**Количество проданных беляшей ИП Матосян А.М. ежемесячно за
2014-2015 гг., ед.**

