

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Тольяттинский государственный университет»

Институт финансов, экономики и управления

(наименование института полностью)

38.03.06 Торговое дело

(код и наименование направления подготовки / специальности)

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА (БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА)

на тему Совершенствование управления запасами торговой организации в современных условиях (на примере ООО «Сатурн-Л»)

Обучающийся

С.Б. Айрих

(Инициалы Фамилия)

(личная подпись)

Руководитель

канд. экон. наук, доцент Е.Г. Смышляева

(ученая степень (при наличии), ученое звание (при наличии), Инициалы Фамилия)

Тольятти 2023

Аннотация

Бакалаврскую работу выполнил: Айрих Сергей Борисович.

Тема работы: «Совершенствование управления запасами торговой организации в современных условиях (на примере ООО «Сатурн-Л»)».

Научный руководитель: канд. экон. наук, доцент Е.Г. Смышляева.

Цель исследования – разработка мероприятий по совершенствованию управления запасами в торговой организации.

Поставленная цель обусловила:

- рассмотреть теоретические основы управления запасами торговой организации;
- провести анализ управления запасами организации ООО «Сатурн-Л»;
- разработать совершенствование системы управления запасами торговой организации ООО «Сатурн-Л».

Объект исследования - ООО «Сатурн-Л», осуществляет предпродажную подготовку и реализацию автомобилей массой до 3 т, а также их ремонт и техническое обслуживание.

Предмет исследования – анализ управления запасами торговой организации.

Методы исследования – сбор и обработка аналитической информации, проведение анализа по группам финансово-экономических показателей, преобразование анализируемого материала в графический и табличный вид, группирование в обобщённую информацию анализа изученного материала.

Практическая значимость работы заключается в том, что отдельные её положения в виде материала подразделов 2.2, 3.1 и приложения могут быть использованы специалистами организации ООО «Сатурн-Л».

Структура и объем работы. Работа состоит из введения, 3-х разделов, заключения, списка используемой литературы и используемых источников из 30 источников, 3 приложений. Общий объем работы, без приложений, 53 страницы машинописного текста, в том числе таблиц – 14, рисунков – 11.

Содержание

Введение.....	4
1 Теоретические основы управления запасами торговой организации	6
1.1 Понятие и виды запасов	6
1.2 Управление запасами в торговой организации.....	11
2 Анализ и оценка управления запасами торговой организации ООО «Сатурн-Л»	20
2.1 Организационно-экономическая характеристика торговой организации	20
2.2 Анализ управления запасами торговой организации.....	30
3 Совершенствование управления запасами торговой организации ООО «Сатурн-Л».....	38
3.1 Разработка мероприятий по совершенствованию управления запасами в торговой организации.....	38
3.2 Оценка экономической эффективности предложенных мероприятий .	44
Заключение	49
Список используемой литературы и используемых источников.....	52
Приложение А Бухгалтерский баланс ООО «Сатурн-Л».	55
Приложение Б Отчет о финансовых результатах ООО «Сатурн-Л» за 2022 год.	57
Приложение В Отчет о финансовых результатах ООО «Сатурн-Л» за 2021 год.	58

Введение

Актуальность темы бакалаврской работы обусловлена тем, что в сложившихся современных условиях в период санкций и их влияний на действующие в торговых отношениях организаций решаются не маловажные вопросы по совершенствованию системы управления запасами.

Запасы, являясь одним из крупнейших контролируемых активов бизнеса и значительными инвестициями организации, в тоже время выступают балансирующим элементом всей системы управления предприятием, и на этой основе могут рассматриваться как интегральный показатель ее эффективности.

Управление запасами в организации является приоритетным для успешной работы организации, это определено и тем что в период существующих сложных экономических условий в торговых отношениях организаций решаются не маловажные вопросы по совершенствованию системы управления запасами.

От организации и ведения учета запасов и анализа управления запасами торговой организации в современных условиях зависит размер получения прибыли организации, а значит и финансовое благополучие.

Цель бакалаврской работы – проведение анализа и совершенствование управления запасами торговой организации в современных условиях на примере ООО «Сатурн-Л».

Для реализации поставленной цели бакалаврской работы необходимо решить ряд следующих задач:

- исследовать понятие и виды запасов;
- рассмотреть управление запасами в торговой организации;
- дать организационно-экономическую характеристику торговой организации;
- провести анализ управления запасами торговой организации;
- разработать мероприятия по совершенствованию управления

запасами в торговой организации;

- рассчитать экономическую эффективность предложенных мероприятий.

Объектом исследования является ООО «Сатурн-Л».

Предмет исследования – анализ управления запасами торговой организации.

Информационной базой послужили бухгалтерские финансовые документы организации ООО «Сатурн-Л».

Методы исследования – сбор и обработка аналитической информации, проведение анализа по группам финансово-экономических показателей, преобразование анализируемого материала в графический и табличный вид, группирование в обобщённую информацию анализа изученного материала.

Практическую значимость заключается в разработке мероприятий по совершенствованию системы управления запасами в торговой организации.

Теоретической основой исследования послужили работы таких авторов как Н.И. Алексеева, Ю. В. Алёхина, С. Ю. Данилова, Е.Б. Маевская и др.

Структурно бакалаврская работа состоит из введения, трех разделов, заключения и списка использованной литературы.

Во введение обоснована актуальность темы бакалаврской работы, обозначена цель и определены задачи.

В первом разделе рассмотрены теоретические основы управления запасами торговой организации. Во втором разделе проведен анализ управления запасами торговой организации ООО «Сатурн-Л». В третьем разделе разработано совершенствование системы управления запасами торговой организации ООО «Сатурн-Л».

В заключении сформулированы основные выводы по проведенному исследованию и обобщены наиболее значимые моменты.

1 Теоретические основы управления запасами торговой организации

1.1 Понятие и виды запасов

«Потребность организации в финансовых ресурсах для создания конкретных видов запасов определяется посредством нормирования оборотных средств. Устойчивое финансовое состояние организации обеспечивается необходимой минимальной суммой собственных оборотных средств» [4].

Рассмотрим некоторые основные понятия запасов, по мнению некоторых авторов.

Запасы, являясь одним из крупнейших контролируемых активов бизнеса и значительными инвестициями организации, в тоже время выступают балансирующим элементом всей системы управления предприятием.

Авторы Н. И. Алексеева, и Ю. В. Алёхина в своих трудах отмечают что «существенную часть имущества торгового или промышленного организации составляют запасы. Эффективность управления ими (оцениваемую такими показателями как эффективность вложений в запасы, оборачиваемость запасов и др.) влияет на результаты деятельности организации в целом» [1, с. 56].

Наиболее общая формулировка понятия запасов представлена С. Ю. Даниловой: «Материальные запасы – это находящиеся на разных стадиях производства и обращения продукция производственно-технического назначения, изделия народного потребления и другие товары, ожидающие вступления в процесс производственного или личного потребления» [9, с. 47].

Итак, запас - это товарно-материальные ценности, которые участвуют в торговом или производственном обороте для эффективной деятельности предприятия и получения прибыли.

Е. Б. Маевская дает следующие понятие. «Запасы выступают в роли

вещественных элементов, которые применяют в виде источников труда, для использования в производстве и выпуске продукции, а также при выполнении работ, оказании услуг, или при управленческих нуждах» [14, с. 85].

По мнению О. В. Баскаковой «Запасы – являются предметами труда, но ещё не вступившими и не участвующими в производственном процессе, но они уже присутствуют на складских помещениях в необходимом количестве, то есть в том размере, который будет необходим для обеспечения непрерывности производственного процесса» [5, с. 109].

Т. И. Арзуманова в своих работах отмечает следующие. «Запасы – это составляющие производства, применяемые в качестве объектов труда, которые имеют предназначение для последующей переработки, а также применения в производственном процессе при создании новой потребительной стоимости либо для хозяйственных нужд» [4, с. 104].

По мнению О. А. Братковой «Запасы – предметы труда, подготовленные для запуска в производственный процесс, еще не вступившие в процесс производства, но уже имеющиеся в распоряжении хозяйствования» [7, с. 246].

Ш. Ш. Магомедов дает следующие определение запасам. «Запасы – это часть оборотных средств, которая в форме сырья и материалов находится на складах организации и предназначена для использования в производственном процессе» [13, с. 36].

А. С. Петренко дает следующие определение запасам. «Запасы и дебиторская задолженность представляют собой именно те компоненты всего объема оборотных средств, в которые иммобилизованы денежные средства» [20, с. 352].

Некоторые авторы рассматривают запасы в следующем виде. «Запасы в виде материальных ценностей, оборотных средств, готовой продукции, сырья, материалов, топлива, полуфабрикатов, не используемых в данный момент в производстве, хранимых на складах.

Таким образом, запасы могут выступать в роли как материальных ценностей, так и материального потока» [13, с. 72].

На основании рассмотренных понятий можно обобщить запасы как резерв определенных товаров, которые организация будет использовать в дальнейшем, чтобы обеспечить непрерывную работу, а также движение товаров.

Запасы применяются и создаются в разных формах собственности, будь то предприятий либо организация, а также в любых направлениях деятельности.

Запасы, являясь одним из крупнейших контролируемых активов бизнеса и значительными инвестициями организации, в тоже время выступают балансирующим элементом всей системы управления предприятием, и на этой основе могут рассматриваться как интегральный показатель ее эффективности.

Совокупность видов запасов можно классифицировать по различным признакам. На рисунке 1 представлена общая классификация запасов.

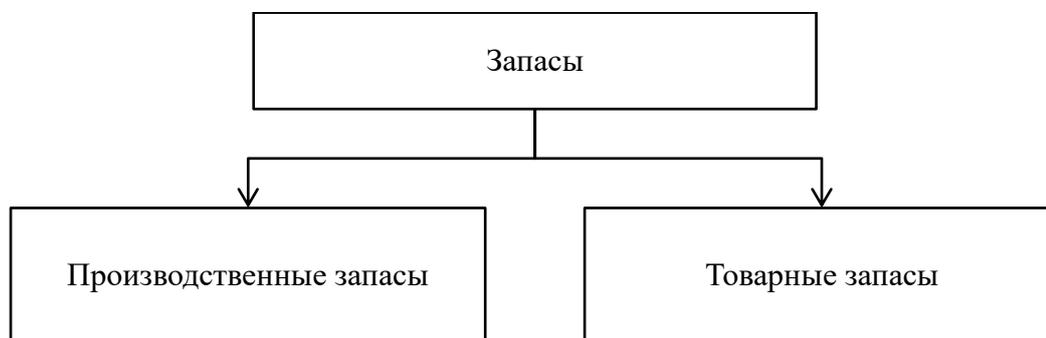


Рисунок 1 – Общая классификация запасов

«В общем, виде запасы можно разделить на две основные группы производственные запасы – используются непосредственно для бесперебойной работы организации и товарные запасы – готовая и отгруженная продукция» [14].

«В зависимости от длительности хранения запасы подразделяют на три группы текущие запасы, страховые запасы, сезонные» [5].

Таким образом, запасы предприятий классифицируют по следующим признакам, рисунок 2.

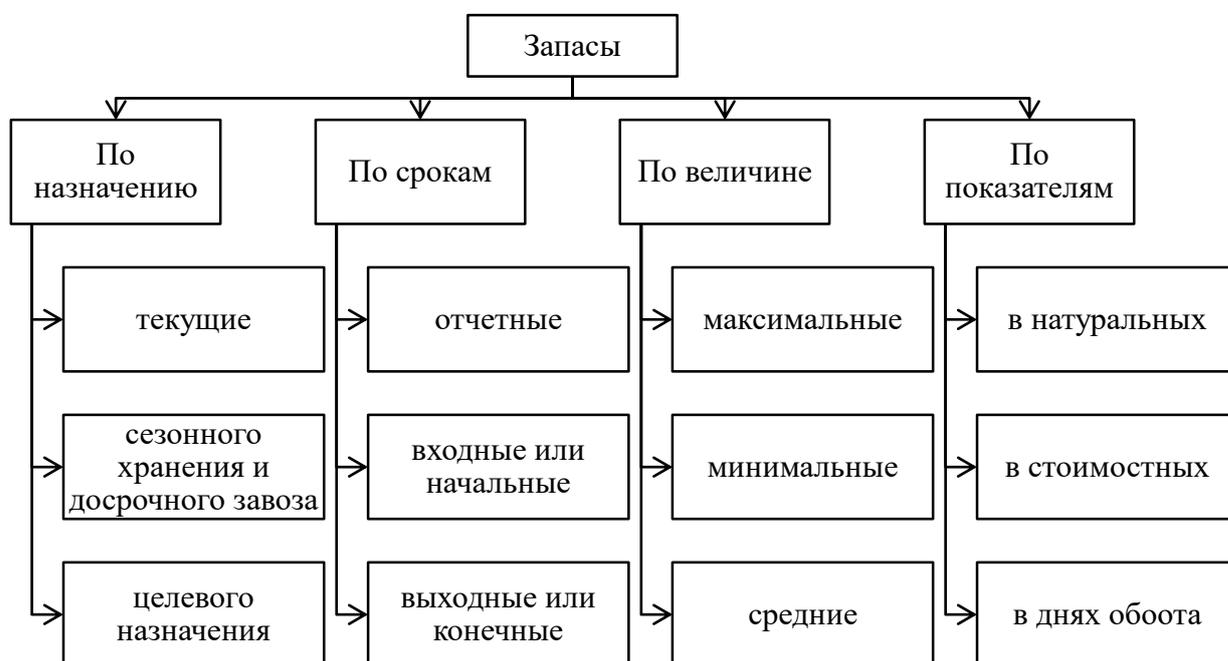


Рисунок 2 – Классификация запасов сырья и готовой продукции

«Запасы подразделяются не только по времени хранения, но и по исполняемым функциям» [24, с. 140].

Основное значение запасов – обеспечение бесперебойного процесса торговли и предоставления услуг в организации.

Главными мотивами руководителей являются обеспечение бесперебойного функционирования коммерческой, производственной, торговой деятельности организаций, где уровень создаваемых запасов оказывает первостепенное значение.

Именно поэтому что бы не прерывать торговые процессы необходимо контролировать своевременность поставки, поводить мониторинг цен, а также анализировать уровень запасов (дефицит или избыток).

Проводить исследования по сезонности, применять скидки при приобретении большой партии товара у поставщиков. Отслеживая уровень

инфляции на предприятиях возникает возможность дополнительной прибыли при росте цен, в связи с чем создаются запасы для дальнейшей реализации на более выгодных финансовых условиях [29, с. 112].

В процессе производства больших партий товара необходимо заранее тщательно изучить рынок сбыта, так как при этом возникает ситуация, в которой себестоимость снижается, а уровень запасов возрастает и может привести к затовариванию складских помещений.

Аналогичная ситуация возникает и в торговой организации, где обязательно должно происходить отслеживание запасов согласно спросу, сезонности, проводимых работ и услуг.

Так как излишний уровень запасов (материалы, комплектующие, запчасти, товары не по сезону, товары, которые не востребованы вовсе) тормозят финансовый оборот.

«Формирование запасов в организации также зависит от непрерывности производственного процесса на всех уровнях. Незначительные отклонения могут возникнуть в поставках и сбыте продукции, но производство должно быть непрерывным» [30].

«Следовательно, ритмичная работа организации зависит от наличия и состояния запасов. Ритмичностью работы организации считается то производство продукции либо оказание услуг, которое осуществляется в соответствии с запланированным количеством в графике» [30, с. 584].

«Также одной из причин формирования запасов является возможность колебания спроса. Отсутствие достаточного количества товара, может привести к тому, что платежеспособный спрос не будет удовлетворен в полном объеме» [30].

«Кроме того, образование запасов может быть следствием мер по снижению риска нехватки сырья и материалов, необходимых для производственного процесса организации.

В этом случае накопление запасов приводит к убыванию денежных средств организации из оборота» [25].

Таким образом, при изучении теоретических основ управления запасами торговой организации, изучено понятие «запасы», приведена схема общей классификации запасов в виде рисунка 1 и приведена схема классификации запасов сырья и готовой продукции в виде рисунка 2.

Итак, на основании анализа литературы выяснили, что запас - это товарно-материальные ценности, которые участвуют в торговом или производственном обороте для эффективной деятельности предприятия и получения прибыли.

Запасы, являясь одним из крупнейших контролируемых активов бизнеса и значительными инвестициями организации, в тоже время выступают балансирующим элементом всей системы управления предприятием, и на этой основе могут рассматриваться как интегральный показатель ее эффективности.

1.2 Управление запасами в торговой организации

В сложившихся современных условиях в период санкций и их влияний на действующие в торговых отношениях организаций решаются не маловажные вопросы по совершенствованию системы управления запасами в торговой организации.

Управление запасами в организации является одним из основных условий для успешной работы организации.

Использование программ по управлению запасами связанных с логистическими технологиями позволяет совершенствовать систему управления запасами в современных условиях торговых организаций.

Таким образом можно выделить некоторые основные позиции управления запасами в торговой организации, которым следуют руководители (контроль, нормирование, сезонность, скидки, инфляция) формируя запасы, рисунок 3.



Рисунок 3 – Основные позиции по управлению запасами в торговой организации

Согласно рисунку 3, раскроем основные позиции управления запасами в торговой организации, которым следуют руководители, формируя запасы:

- поддержание и контроль за непрерывностью производственного (торгового) процесса где учитывают время транспортировки, входной контроль, подготовка к продаже или производству, проверка комплектации, исключение простоев, изменения спроса;
- недопущение отрицательного уровня запасов что в свою очередь приведет к дефициту, который может привести к нежелательным расходам связанных с несвоевременным выполнением за счет имеющихся запасов. Так же расходы, связанные с потерей сбыта, где постоянный покупатель не приобретает товар, а уходит в другую фирму, или вынужден искать альтернативный источник снабжения что снижает показатели выручки соответственно уменьшает прибыль;
- формировать запасы с учетом сезонности. Учитывать потребности покупателей в определенный момент времени это относится к любому торговому или производственному предприятию, потому что только в определенный период времени нужна именно определенная продукция (услуга) потребителю, что обуславливается именно

- сезонным спросом, а также учитывать регионы доставки данных товаров с учетом их географических и климатических особенностей;
- применение скидок. Разработка программ по скидкам на различные партии покупок начиная от продаж в розницу до крупной партии товаров. Работать над снижением издержек, которые связаны с производством, подготовкой к продаже и доставкой крупного заказа (административные, транспортировочные);
 - учитывать инфляцию где при ожидаемом росте цен, заготавливают запасы, с целью получения прибыли в дальнейшем с учетом ценовой разницы.
 - применять механизмы по снижению издержек, связанных с производством, продажей, работой, услугой;
 - оптимизировать процесс управления запасами с внедрением новых товаро-учётных программ и логистических технологий быстрого ответа, позволяющих совершенствовать производственные или торговые результаты [27, с. 109].

Далее рассмотрим алгоритм управления запасами в торговой организации по средствам которого контролируют процесс товарооборачиваемости, рисунок 4.

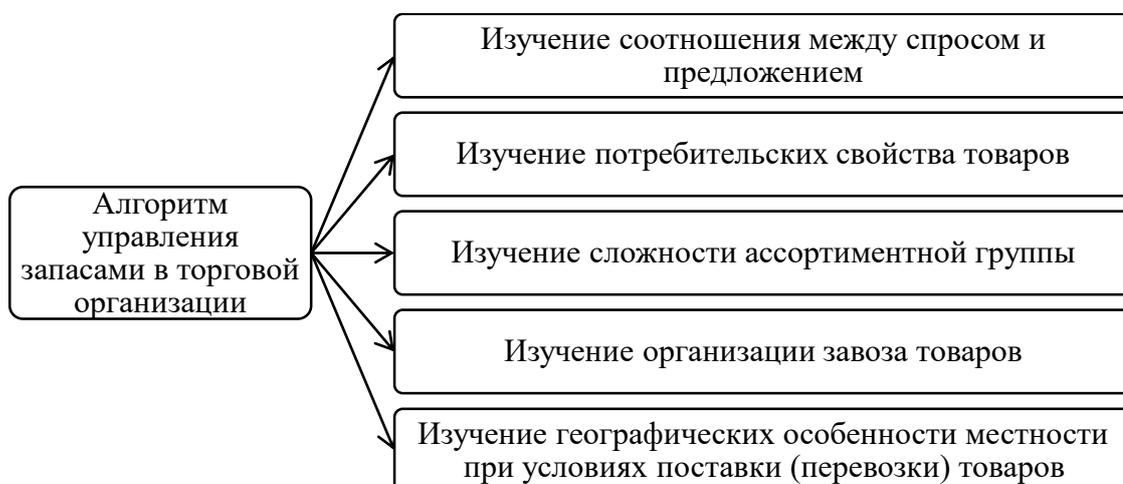


Рисунок 4 - Алгоритм управления запасами в торговой организации

Согласно рисунку 4 процесс товарооборачиваемости включает следующие действия по управлению товарными запасами:

- изучение соотношения между спросом и предложением. Если предложения выше чем спрос, это приведёт к снижению товарооборачиваемости и образованию затоваривания рынка. Следовательно, противоположное соотношение вызовет дефицит товаров;
- изучение потребительских свойства товаров. Отслеживать временные пределы поставок и реализации товаров в форме товарного запаса с ограниченным сроком годности;
- изучение сложности ассортиментной группы, где оборачиваемость сложного ассортимента медленнее, оборачиваемости простого ассортимента. Поэтому товары из группы сложного ассортимента должны быть в постоянном наличие в магазинах универсального типа с учетом размера, фасона, цвета и других характеристик;
- изучение организации завоза товаров. Работать над сокращение пути поставки товаров. Лучше сотрудничать с производителями на прямую, чем удлинять поставку товаров через склады оптовых фирм;
- изучение географических особенности местности при условиях поставки (перевозки) товаров. При поставке товаров из или в северные, горные одним словом труднодоступные районы, где трудные условия по поставке необходимо учитывать, при этом в силу развития логистики, работать над тем чтобы товарооборачиваемость в этих районах гораздо медленнее, снижалась. Так же проводить анализ востребованных товаров в данных регионах и запасать их в складских помещениях в прок с учетом объема предыдущей реализации. Такой механизм управления запасами торговой организации отразится положительно товарооборачиваемости в сторону увеличения оборота запасов [25, с. 384].

Что бы постоянно иметь в наличии необходимый ассортимент товаров

для полного удовлетворения потребительского спроса на торговых предприятиях применяется комплекс мероприятий, рисунок 5.

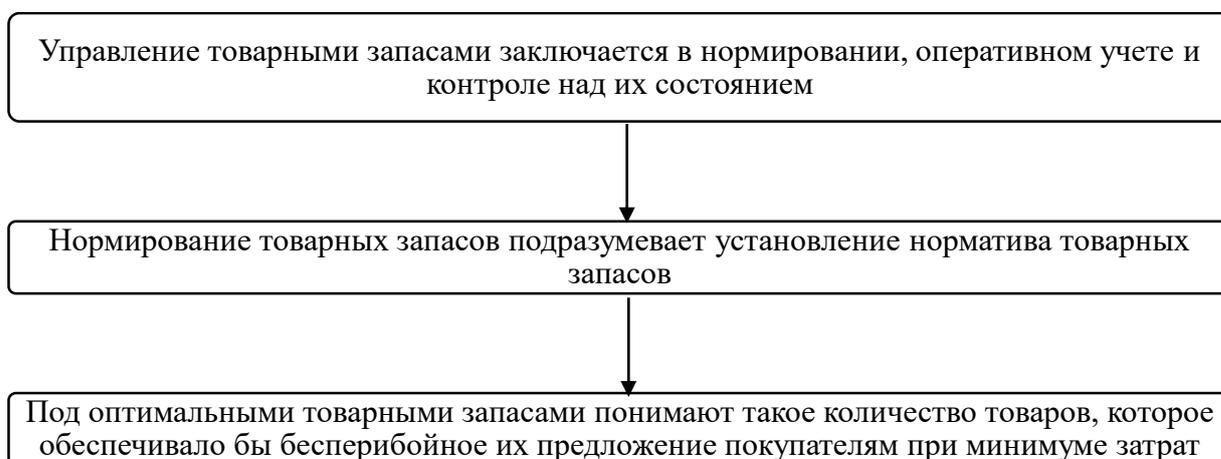


Рисунок 5 – Управление запасами

Согласно рисунку 5, можем сказать, что работа ведется по управлению товарными запасами по следующим направлениям. Определяется значение неснижаемого товарного запаса, что позволяет вести продажи даже в условиях возникновения непредвиденных ситуаций, например, таких как не вовремя поставил товар поставщик или повысился спрос.

Показатель товарных запасов – есть частное от общего объема запасов на товарооборот за один день (показывает оборот в днях, означает на сколько дней хватит запасов, при торговле).

В случае его темпа уменьшения возникает срочная необходимость принятия мер по ускорению их завоза.

При образовании излишних запасов, принимаются меры по выявлению причин их избыточного образования в следствии чего как правило выявляется неверное определение потребности в товарах или низкое качество, а также высокая цена. В след за этим следует решение пот устранению выявленных фактов, применяются меры по стимулированию продаж или возврату их поставщику [21, с. 45].

Рассмотрим следующие методы оценки товарных запасов абсолютные и относительные. Абсолютные показатели, измеряются в деньгах или единицах, где отражается разница показателей в периоде, достоинство информативность при проведении инвентаризаций, а недостатком невозможность определения степень соответствия величины товарного запаса потребностям развития товарооборота. «Относительные показатели это частное величин товарного запаса с товарооборотом торгового предприятия» [4], следующие формулы 1,2.

«Первый показывает оборот в днях, означает на сколько дней хватит запасов, при торговле, формула (1):

$$\text{Ур. т. з.} = \frac{\text{ТЗк.}}{\text{Одн.Т/Об.}}; \quad (1)$$

где Ур.т.з – уровень товарных запасов в днях товарооборота;

ТЗк. – товарный запас на конец анализируемого периода (руб.);

Одн.Т/Об. – однодневный товарооборот за анализируемый период (руб.);

Т/Об. – объем товарооборота за анализируемый период (руб.);

Дн. – количество дней в анализируемом периоде» [16, с. 256].

«Второй характеризует – товарооборачиваемость, время товарного обращения в днях, формула (2):

$$\text{Об}_{\text{дн.Т.}} = \frac{\overline{\text{Тср.З}} \times \text{Дн.}}{\text{Т/Об}} \quad (2)$$

где Об_{дн.Т.} – товарооборачиваемость в днях товарооборота

Тср.З – средний товарный запас за анализируемый период (руб.);

Т/Об – объем товарооборота за анализируемый период (руб.);

Дн. – число дней в периоде» [16, с. 257].

«Средний товарный запас, показывает дни, за которые оборачивается

средний товарный запас формула (3):

$$\overline{\text{Тср.З}} = \frac{0,5\text{TЗ1}+\text{TЗ2}+\text{TЗ3}+\dots+0,5\text{TЗn}}{n-1} \quad (3)$$

где Тср.З – средний товарный запас за определенный период (руб.);

ТЗ₁, ТЗ₂, ТЗ₃,..., ТЗ_n – величина товарных запасов на отдельные даты анализируемого периода (руб.);

n – количество дат, за которые берется величина запасов» [2, с. 128].

«Скорость товарного обращения, показывает количество оборотов среднего товарного запаса за анализируемый период, формула (4):

$$\text{Обр} = \frac{\text{T/Об}}{\text{Тср.З}} \quad (4)$$

где Обр – товарооборачиваемость в числе оборотов;

T/Об – товарооборот за анализируемый период (руб.);

Тср.З – средний товарный запас за анализируемый период (руб.)» [22, с. 109].

В торговой организации применяются три классических метода анализа и учета товарных запасов, рисунок 6.

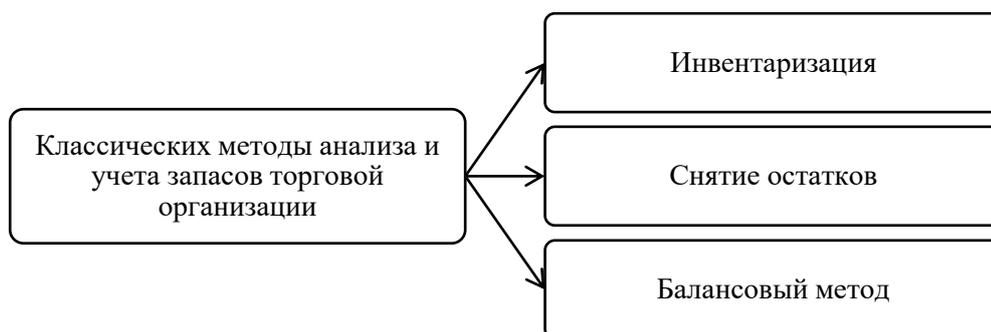


Рисунок 6 – Классических методы анализа и учета запасов торговой организации

Согласно рисунку 6, кратко раскроем суть каждого метода анализа и учета товарных запасов:

- «инвентаризация, включает пересчёт всего товара, измеряется в натуральном выражении, оценивается в действующих ценах и сводят по товарным группам в общую сумму. Трудоемок». [28, с. 114];
- «снятие остатков, заключается в подсчете товарных мест (ящиков, рулонов, мешков), затем определяется количество товаров, которое и оценивается по действующим ценам. Точность ниже первого метода» [28, с. 115];
- «балансовый метод, формула (5):

$$ТЗн + П = Т/Об + Др + Зк \quad (5)$$

где ТЗн – товарные запасы на начало анализируемого периода (руб.);

П – поступление товаров за анализируемый период (руб.);

Т/Об – товарооборот предприятия за анализируемый период (руб.);

Др – документированный расход товаров за анализируемый период, не являющийся продажей (руб.);

Зк – товарные запасы на конец анализируемого периода (руб.)» [28, с. 115].

Для исключения искажений при балансовом учете систематически сопоставляются показатели с инвентаризационными и данными по снятию остатков, что отмечает высокую эффективность в применении.

Таким образом, в первом разделе работы изучили теоретические основы управления запасами, на основании чего определили, запасы, являясь одним из крупнейших контролируемых активов бизнеса и значительными инвестициями организации, в тоже время выступают балансирующим элементом всей системы управления предприятием, и на этой основе могут рассматриваться как интегральный показатель ее эффективности. Совершенствование системы управление запасами предполагает применение на практике различных экономических методов анализа и управления для сбалансирования двух целей сокращение совокупных затрат, обеспечение

максимальной надежности производственного процесса.

2 Анализ и оценка управления запасами торговой организации ООО «Сатурн-Л»

2.1 Организационно-экономическая характеристика торговой организации

Общество с ограниченной ответственностью «Сатурн-Л» (далее - ООО «Сатурн-Л») располагается по адресу город Липецк, ул М.И. Неделина, влд. 2в. ООО «Сатурн-Л» зарегистрирована 03.05.2006 регистратором Управление Министерства Российской Федерации по налогам и сборам по Липецкой области, имеет ИНН 4826051045, ОГРН 1064823052018. Руководитель организации ООО «Сатурн-Л»: генеральный директор Моисеенков Виктор Сергеевич.

Основным видом деятельности является - торговля розничная легковыми автомобилями и легкими автотранспортными средствами в специализированных магазинах.

Дополнительные виды деятельности организации ООО «Сатурн-Л» являются:

- услуги по техническому обслуживанию и ремонту автотранспортных средств;
- «услуги по предпродажной подготовке и гарантийному обслуживанию автотранспортных средств» [6];
- организация ремонта, эксплуатации, купли - продажи автотранспортных средств, создание сети сервисных услуг;
- розничная торговля автотранспортных средств;
- комиссионная торговля автотранспортными средствами и запасными частями.

Основными потребителями услуг ООО «Сатурн-Л» является население города Липецка и Липецкой области, которые получают качественное гарантийное и послегарантийное обслуживание своих автомобилей на

станции технического обслуживания (СТО) организации. «Станции технического обслуживания предоставляют клиентам, кроме технического обслуживания и ремонта, большой набор дополнительных услуг по тюнингу и прочее» [16].

Организационная структура организации ООО «Сатурн-Л» представлена на рисунке 7.

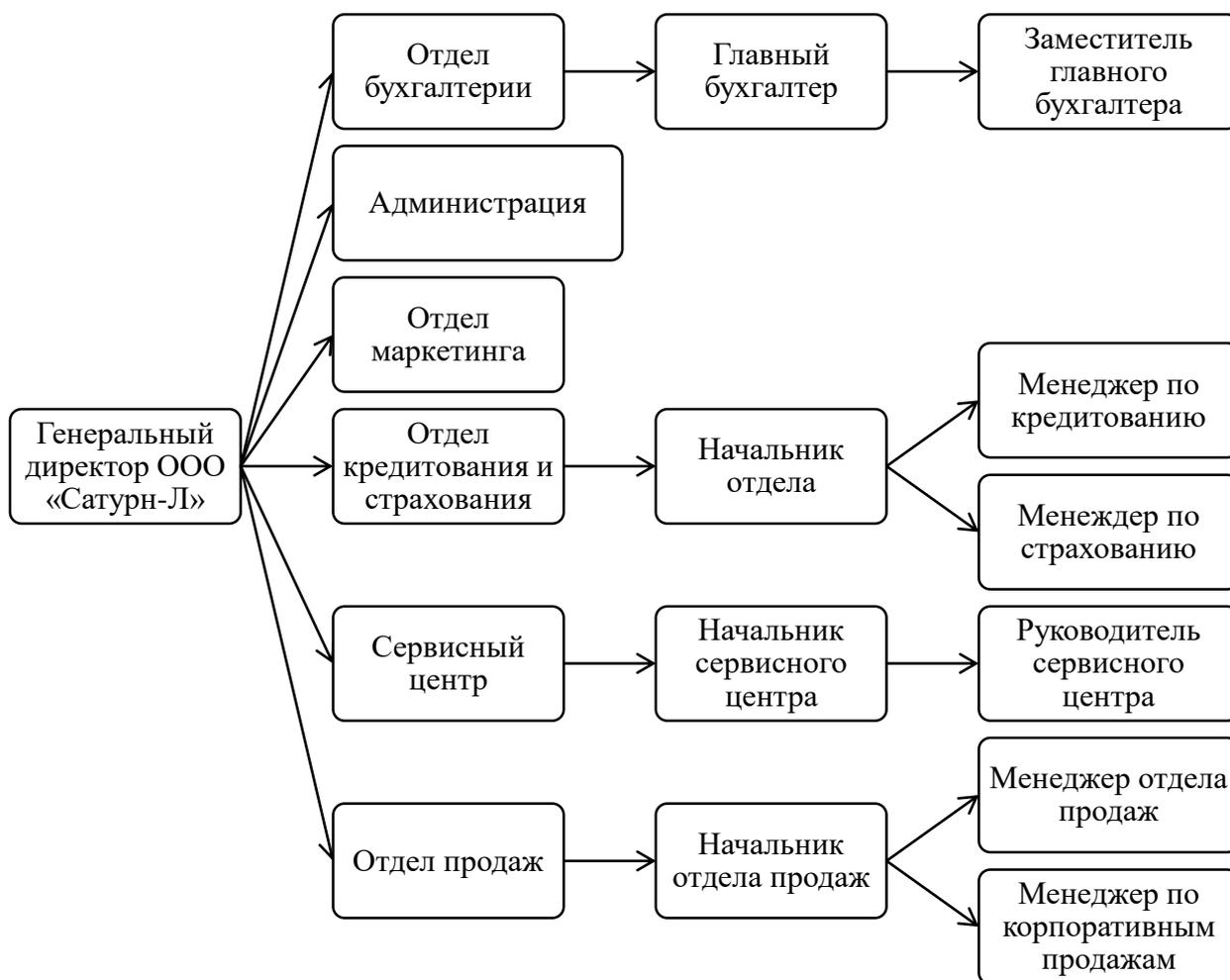


Рисунок 7 – Организационная структура организации ООО «Сатурн-Л»

В организации ООО «Сатурн-Л» действует линейная организационная структура торговой организации (основана на вертикальном разделении управленческого труда).

Генеральный директор организации ООО «Сатурн-Л» руководит производственно-хозяйственной и финансово-экономической деятельностью организации ООО «Сатурн-Л» в соответствии с действующим законодательством РФ в пределах полномочий, предоставленных ему нормативно - правовыми актами РФ, Уставом организации ООО «Сатурн-Л», внутренними нормативными документами организации ООО «Сатурн-Л», трудовым договором и настоящей Должностной инструкцией, неся всю полноту ответственности за последствия принимаемых решений, сохранность и эффективное использование имущества организации ООО «Сатурн-Л», а также финансово-хозяйственные результаты его деятельности.

В организации ООО «Сатурн-Л» в каждом отделе поставлен руководитель. Руководить отдела непосредственно подчиняется генеральному директору организации. В своем отделе решает единолично все необходимые и поставленные вопросы данного отдела.

В отделе продаж организации ООО «Сатурн-Л» руководитель составляет план продаж и контролирует работу менеджеров. В отделе продаж работа осуществляется по нескольким направлениям. В отделе продаж осуществляется продажа новых автомобилей, продажа по системе Trade-in, то есть продажа либо обмен автомобилей с пробегом, а также осуществляется поддержка продаж.

Менеджер по корпоративным продажам организации ООО «Сатурн-Л» занимается работой с организациями, желающими купить транспортные средства.

Начальник сервисного центра организации ООО «Сатурн-Л» руководит техническим обслуживанием автомобилей и их ремонтом.

Сервисный центр организации ООО «Сатурн-Л» находится в непосредственном подчинении начальнику сервисного центра, в нем выполняются работы по ремонту различной сложности автомобилей разной марки разрешённой массой от трех т.

Ведение бухгалтерского учета в организации ООО «Сатурн-Л»

осуществляется главным бухгалтером и его помощником.

Отдел кредитования и страхования осуществляет обеспечение помощи в оформлении кредита на покупку автомобилей, а также помогает клиентам разобраться в вопросах автострахования.

Приоритетными направлениями деятельности организации ООО «Сатурн-Л» являются:

- реализация легковых автомобилей, в розницу за наличный расчет и с использованием различных кредитных программ, в том числе автомобилей приобретенных по программе трейд-ин с проверкой технической и юридической;
- «заказ и продажу запасных частей для ремонта, эксплуатации, и технического обслуживания автомобилей» [7];
- «оказание услуг, входящих в регламент по техническому обслуживанию и ремонту легковых автомобилей, включая гарантийное и послегарантийное обслуживание, тюнинг» [7].

На основании данных отчета о финансовых показателях (Приложение Б, таблица Б.1, Приложение В, таблица В.1), и бухгалтерского баланса (Приложение А, таблица А.1) в таблице 1 представлен анализ основных технико-экономических показателей деятельности организации ООО «Сатурн-Л» в 2020 – 2022 гг.

На основании данных анализа основных технико-экономических показателей деятельности организации ООО «Сатурн-Л» в 2020 – 2022 гг. представленных в таблице 1 отметим следующие моменты.

На конец исследуемого периода значение выручки торговой организации ООО «Сатурн-Л» снизилось на 52,6 % по сравнению с 2021 г. и составила 628305 т. р.

Себестоимость организации ООО «Сатурн-Л» на конец исследованного периода снизилось по сравнению с 2021 г. на 56,5 % и составила 528151 т. р. Валовая прибыль на конец 2022г. равна 100154 т. р. против валовой прибыли 79142 т. р. в 2020 г.

Таблица 1 – Анализ основных технико-экономических показателей деятельности организации ООО «Сатурн-Л» в 2020 – 2022 гг.

Показатели	Годы			Отклонение (+,-)		Темп изменения, %	
	2020	2021	2022	2021г./2020г.	2022г./2021г.	2021г./2020г.	2022г./2021г.
1. Выручка, т. р.	1084708	1325645	628305	240937	-697340	122,2	47,4
2. Себестоимость, т. р.	1005566	1213189	528151	207623	-685038	120,6	43,5
3. Прибыль валовая, т. р.	79142	112456	100154	33314	-12302	142,1	89,1
4. Управленческие расходы, т. р.	29171	14091	11348	-15080	-2743	48,3	80,5
5. Коммерческие расходы, т. р.	49714	84720	102853	35006	18133	170,4	121,4
6. Прибыль (убыток) от продаж, т. р.	257	13645	-14047	13388	-27692	5309,3	-102,9
7. Чистая прибыль, т. р.	23272	34481	5890	11209	-28591	148,2	17,1
8. Основные средства, т. р.	23842	21667	23020	-2175	1353	90,9	106,2
9. Оборотные активы, т. р.	288076	305806	289422	17730	-16384	106,2	94,6
10. Численность ППП, чел.	86	83	73	-3	-10	96,5	88,0
11. Фонд оплаты труда, т. р.	42473	47015	48886	4542	1871	110,7	104,0
12. Производительность труда работающего, т. р. (стр1/стр.10)	12612,9	15971,6	8606,9	3358,7	-7364,7	126,6	53,9
13. Среднегодовая заработная плата работающего, т. р. (стр11/стр10)	493,9	566,4	669,7	72,6	103,2	114,7	118,2
14. Фондоотдача (стр1/стр8)	45,5	61,2	27,3	15,7	-33,9	134,5	44,6
15. Оборачиваемость активов, раз (стр1/стр9)	3,8	4,3	2,2	0,6	-2,2	115,1	50,1
16. Рентабельность продаж, % (стр6/стр1) × 100%	0,02	1,03	-2,24	1,01	-3,27	4344,4	-217,6
17. Рентабельность производства, % (стр6/(стр2+стр4+стр5)) × 100%	0,02	1,04	-2,19	1,02	-3,23	4388,5	-210,6
18. Затраты на рубль выручки, (стр2+стр4+стр5)/стр1*100 коп.)	100,0	99,0	102,2	-1,0	3,3	99,0	103,3

На рисунке 8 представлена динамика выручки и себестоимости

организации ООО «Сатурн-Л».

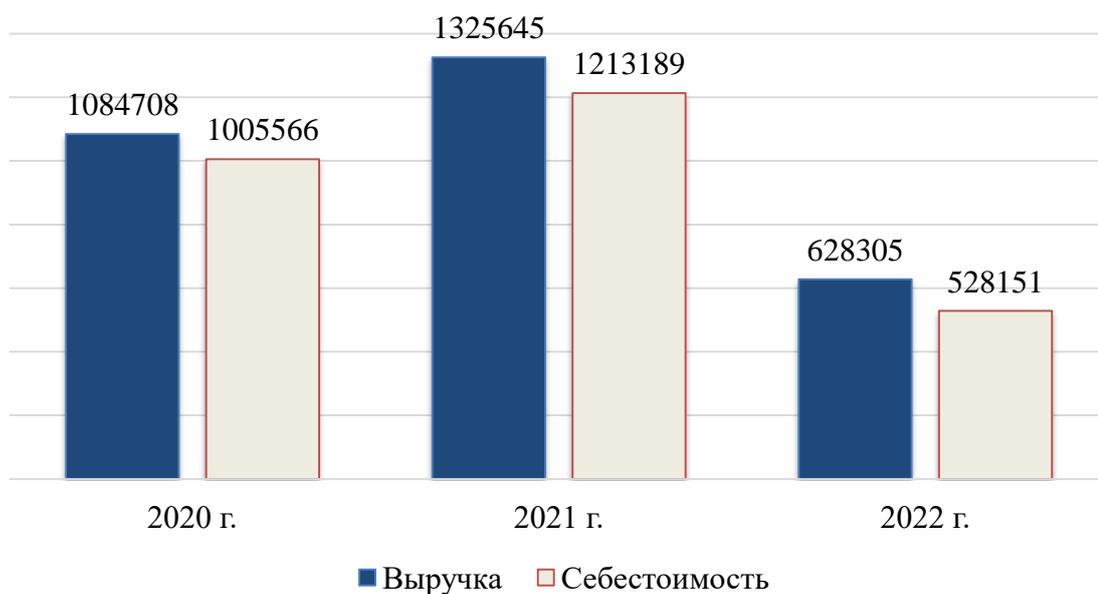


Рисунок 8 – Динамика выручки и себестоимости, в т. р.

Темпы роста выручки опережают темпы роста себестоимости, следовательно, деятельность организации ООО «Сатурн-Л» можно оценить, как эффективную. На конец исследуемого периода сумма валовой прибыли организации ООО «Сатурн-Л» равна 100154 т. р. против валовой прибыли 79142 т. р. в 2020 г.

Положительное значение показателя говорит, что в целом управление деятельностью организации является эффективным, так как остаются средства для осуществления основных расходов и для погашения финансовых расходов организации ООО «Сатурн-Л».

Сформированная тенденция снижения чистой прибыли организации ООО «Сатурн-Л» в течение анализируемого периода указывает, что эффективность работы организации снижается и на конец исследуемого периода по сравнению с 2021 г. показатель чистой прибыли снизился на 82,9 % и достиг значения в размере 5890 т. р.

Таким образом, следует отметить что организация ООО «Сатурн-Л»

получило прибыль от продаж и на конец исследуемого периода показатель ниже предшествующих годов.

На конец анализируемого периода основные средства увеличились на 6,2 % а оборотные активы снизились на 5,4 %.

Численность работников на протяжении анализируемого периода снижалась и на конец анализируемого периода составила 73 чел.

Оборачиваемость активов на конец анализируемого периода снизилась и составила 2,2 т. р., что свидетельствует о падении продаж в организации.

Рентабельность продаж на конец анализируемого периода показывает отрицательный результат, что также свидетельствует о падении продаж в организации.

Затраты на рубль выручки на конец анализируемого периода составили 102,2 р., что свидетельствует о падении продаж в организации.

На основании данных бухгалтерского баланса (таблица А.1) в таблице 2 представлена динамика показателей баланса ООО «Сатурн-Л» за 2020 – 2022 гг. на основании данных бухгалтерского баланса.

Таблица 2 – Динамика показателей баланса организации ООО «Сатурн-Л» в 2020 – 2022 гг.

Показатель, т. р.	Года			Отклонения (-,+)		Темп изменения, %.	
	2020	2021	2022	2021г./ 2020г.	2022г./ 2021г.	2021г./ 2020г.	2022г./ 2021г.
1	2	3	4	5	6	7	8
Основные средства	23842	21667	23020	-2175	1353	90,9	106,2
Отложенные налоговые активы	1035	0	0	-1035	0	0	0
Итого внеоборотных активов	24877	21667	23020	-3210	1353	87,1	106,2
Запасы	131926	89647	63263	-42279	-26384	68,0	70,6
Налог на добавленную стоимость	4045	0	0	-4045	0	0	0
Дебиторская задолженность	140116	133425	148127	-6691	14702	95,2	111,0
Финансовые вложения	0	80000	73000	80000	-7000	0	91,3

Продолжение таблицы 2

1	2	3	4	5	6	7	8
Денежные средства и денежные эквиваленты	11989	2734	5032	-9255	2298	22,8	184,1
Итого оборотных активов	288076	305806	289422	17730	-16384	106,2	94,6
Уставный капитал	10010	10010	10010	0	0	100	100
Нераспределенная прибыль	216121	250518	256407	34397	5889	115,9	102,4
Итого капитала и резервов	226131	260528	266417	34397	5889	115,2	102,3
Заемные средства	16500	22500	25000	6000	2500	136,4	111,1
Кредиторская задолженность	70322	44445	21025	-25877	-23420	63,2	47,3
Итого краткосрочных обязательств	86822	66945	46025	-19877	-20920	77,1	68,8
БАЛАНС	312953	327473	312442	14520	-15031	104,6	95,4

На рисунке 9 представлена динамика баланса организации ООО «Сатурн-Л», на основании данных представленных в таблице 2.

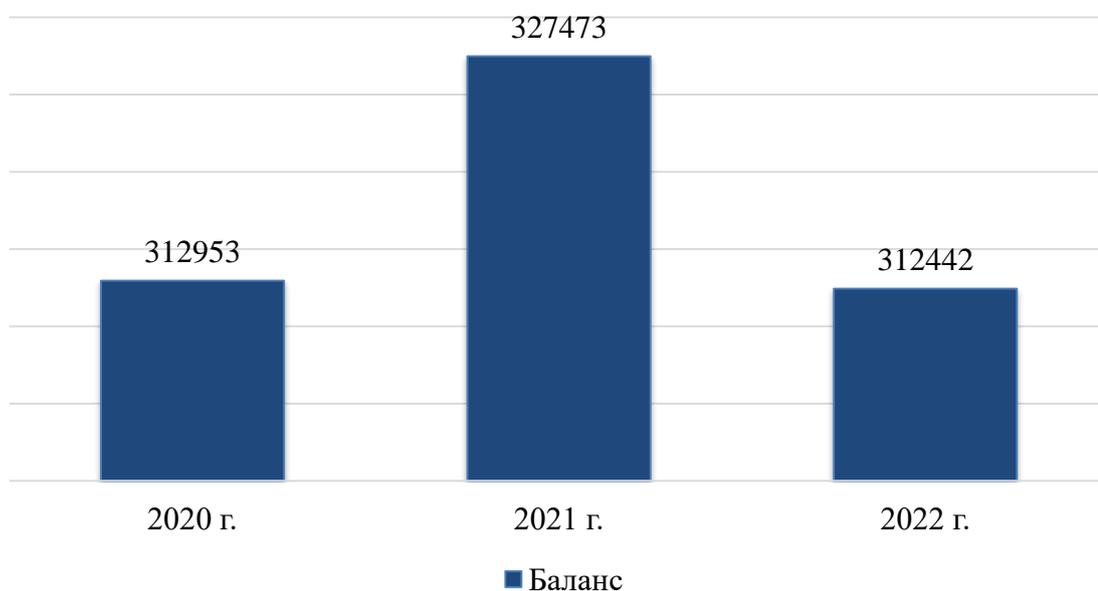


Рисунок 9 – Динамика баланса, в т. р.

На основании данных представленных в таблице 2 и на рисунке 9

отметим, что общий итог баланса на конец анализируемого периода снизился по сравнению с 2021 г. на 15031 т. р. и составил 312442 т. р.

На основании данных представленных в таблице 2 можно сделать следующие выводы.

Внеоборотные активы организации ООО «Сатурн-Л» на конец исследуемого периода составили 23020 т. р. Оборотные активы на конец исследуемого периода составили 289422 т. р.

Активы баланса организации ООО «Сатурн-Л» состоят их следующих строк. Основные средства на конец исследуемого периода увеличились на 6,2 % и составили 23020т. р.

На конец исследуемого периода запасы снизились на 29,4 % и составил 63263 т. р.

Дебиторская задолженность на конец исследуемого периода увеличилась на 11 % и составила 148127 т. р.

Финансовые вложения в организации на конец исследуемого периода составили 73000 т. р.

Денежные средства и денежные эквиваленты на конец исследуемого периода увеличились на 84,1 % и составили 5032 т. р.

Капитал и резервы в 2022 г. составили 266417 т. р. против 226131 т. р. в 2020 г. Краткосрочные обязательства в 2022 г. составили 46025 т. р. против 86822 т. р. в 2020 г.

Уставной капитал организации ООО «Сатурн-Л» составляет 10010 т. р. Нераспределенная прибыль увеличилась с 216121 т. р. в 2020 г. до 256407 т. р. в 2022 г.

Краткосрочные заемные средства на конец исследуемого периода увеличились на 11,1 % и составили 25000 т. р.

Кредиторская задолженность на конец исследуемого периода снизилась на 52,7 % и составила 21025 т. р.

Далее проведем анализ основных показателей деятельности организации ООО «Сатурн-Л», представленный в таблице 3.

Таблица 3 – Основные показатели деятельности ООО «Сатурн-Л».

Показатель, %	Года			Отклонения (-,+)		Темп изменения, %.	
	2020	2021	2022	2021г./ 2020г.	2022г./ 2021г.	2021г./ 2020г.	2022г./ 2021г.
Коэффициент абсолютной ликвидности	0,14	1,24	1,70	1,10	0,460	895,0	137,2
Коэффициент срочной ликвидности	1,75	2,45	4,91	0,70	2,46	140,1	200,2
Коэффициент текущей ликвидности	3,32	3,79	6,29	0,48	2,50	114,3	165,8
Коэффициент соотношения заемных и собственных средств	0,38	0,26	0,17	-0,13	-0,08	66,9	67,2
Коэффициент маневренности собственных оборотных средств	0,89	0,72	0,91	-0,17	0,20	80,6	127,3
Коэффициент оборачиваемости оборотных активов	3,77	5,22	2,17	1,45	-3,05	138,6	41,6
Коэффициент оборачиваемости собственного капитала	4,80	5,09	2,36	0,29	-2,73	106,1	46,3
Фондоотдача	43,60	61,18	27,29	17,58	-33,89	140,3	44,6

На основании анализа основных показателей деятельности организации ООО «Сатурн-Л» представленных в таблице 3 отметим следующее.

На конец анализируемого периода коэффициент абсолютной ликвидности составил 1,70 %, что свидетельствует о нерациональной структуре капитала и требуется дополнительный анализ использования капитала организации ООО «Сатурн-Л». На конец анализируемого периода коэффициент срочной ликвидности составил 4,91 %, что свидетельствует об улучшении платежеспособности и ускорении оборачиваемости собственных средств, вложенных в запасы организации ООО «Сатурн-Л».

На конец анализируемого периода коэффициент текущей ликвидности составил 6,29 %, что свидетельствует о недостаточно активном использовании

оборотных активов и о необходимости улучшения доступа к краткосрочному кредитованию организации ООО «Сатурн-Л».

Коэффициент соотношения заемных и собственных средств в 2022 г. составил 0,17 %, это свидетельствует о финансовой устойчивости и независимости организации от заемного капитала и обязательств.

Коэффициент маневренности собственных оборотных средств в организации ООО «Сатурн-Л» в 2022 г. составил 0,91 %, что свидетельствует о том, что в организации достаточно собственных средств для формирования собственных оборотных средств, и организация ООО «Сатурн-Л» способно финансировать часть своего оборотного капитала предприятия.

Коэффициент оборачиваемости собственного капитала организации ООО «Сатурн-Л» в 2022 г. составила 2,36 %, что свидетельствует об неэффективном использовании капитала собственников. Коэффициент оборачиваемости оборотных активов организации ООО «Сатурн-Л» в 2022 г. составил 2,17 %, что свидетельствует о том, что организацию можно считать рентабельным.

На конец анализируемого периода показатель фондоотдачи составил 27,29 %, это свидетельствует о повышении производительности оборудования, об улучшение использования мощности предприятия и времени его работы, а также об увеличение коэффициента сменности работы оборудования на предприятии.

Таким образом, на основании проведенного анализа можно отметить, что в целом динамика представленных показателей говорит о достаточно эффективном финансовом управлении организации ООО «Сатурн-Л».

2.2 Анализ управления запасами торговой организации

Анализ системы управления запасами организации ООО «Сатурн-Л» необходимо начать с проведения анализа товарных запасов организации ООО «Сатурн-Л». В таблице 4 представлена динамика запасов организации ООО

«Сатурн-Л».

Таблица 4 – Динамика запасов организации ООО «Сатурн-Л»

Показатели, т. р.	Годы			Отклонение (+,-)		Темп изменения, %	
	2020	2021	2022	2021г./ 2020г.	2022г./ 2021г.	2021г./ 2020г.	2022г./ 2021г.
Автомобили	62105	34824	22108	-27281	-12716	56,1	63,5
Моторные масла и фильтры	4561	3552	2818	-1009	-734	77,9	79,3
Оптика	6715	4383	3772	-2332	-611	65,3	86,1
Запчасти ходовой	18741	14871	9492	-3870	-5379	79,4	63,8
Запчасти для кузова	4764	3187	2446	-1577	-741	66,9	76,7
Автостекла	3876	2159	1243	-1717	-916	55,7	57,6
Запчасти для тюнинга	2161	1449	1357	-712	-92	67,1	93,7
Шины, диски	5741	4387	3469	-1354	-918	76,4	79,1
Сопутствующие товары	3108	2971	2418	-137	-553	95,6	81,4
Комплектующие и расходные материалы	20154	17864	14140	-2290	-3724	88,6	79,2
Итого	131926	89647	63263	-42279	-26384	68	70,6

На основании данных представленных в таблице 4 отметим следующие моменты.

На протяжении анализируемого периода в организации ООО «Сатурн-Л» запасы снижались, так в 2020 г. запасы составили 131926 т. р., в 2021 г. запасы снизились на 32 % и составили 89647, а в 2022 г. запасы снизились на 29,4 % и составили 63263 т. р.

Такая ситуация связана с тем, что в сложившихся современных условиях влияют применяемые санкции и влияют в целом на деятельность организации.

Далее рассмотрим структуру запасов организации ООО «Сатурн-Л» за анализируемый период представленный в таблице 5.

На основании данных представленных в таблице 5 отметим, что за анализируемый период большая часть запасов в организации ООО «Сатурн-

Л» приходится на автомобили, комплектующие и расходные материалы и запчасти ходовой.

Таблица 5 – Структура запасов организации ООО «Сатурн-Л»

Показатели, %	Годы			Отклонение (+,-)		Темп изменения, %	
	2020	2021	2022	2021г./ 2020г.	2022г./ 2021г.	2021г./ 2020г.	2022г./ 2021г.
Автомобили	47,1	38,8	34,9	-8,2	-3,9	82,5	90,0
Моторные масла и фильтры	3,5	4,0	4,5	0,5	0,5	114,6	112,4
Оптика	5,1	4,9	6,0	-0,2	1,1	96,1	122,0
Запчасти ходовой	14,2	16,6	15,0	2,4	-1,6	116,8	90,4
Запчасти для кузова	3,6	3,6	3,9	-0,1	0,3	98,4	108,8
Автостекла	2,9	2,4	2,0	-0,5	-0,4	82,0	81,6
Запчасти для тюнинга	1,6	1,6	2,1	0,0	0,5	98,7	132,7
Шины, диски	4,4	4,9	5,5	0,5	0,6	112,5	112,1
Сопутствующие товары	2,4	3,3	3,8	1,0	0,5	140,7	115,3
Комплектующие и расходные материалы	15,3	19,9	22,4	4,7	2,4	130,4	112,2
Итого	100	100	100	0	0	100,0	100,0

В 2020 г. в организации ООО «Сатурн-Л» на автомобили приходится 47,1 % запасов, на комплектующие и расходные материалы приходится 15,3 % запасов, на запчасти ходовой приходится 14,2 % запасов.

В 2021 г. в организации ООО «Сатурн-Л» на автомобили приходится 38,8 % запасов, на комплектующие и расходные материалы приходится 19,9 % запасов, на запчасти ходовой приходится 16,6 % запасов.

Так на конец анализируемого периода в организации ООО «Сатурн-Л» на автомобили приходится 34,9 % запасов, на комплектующие и расходные материалы приходится 22,4 % запасов, на запчасти ходовой приходится 15 % запасов.

Далее проведем анализ динамики продаж товарной продукции

организации ООО «Сатурн-Л», представленной в таблице 6

Таблица 6 – Динамика продаж товарной продукции организации ООО «Сатурн-Л»

Показатели, т. р.	Годы			Отклонение (+,-)		Темп изменения, %	
	2020	2021	2022	2021г./ 2020г.	2022г./ 2021г.	2021г./ 2020г.	2022г./ 2021г.
Автомобили	930957	1120257	548682	189300	-571575	120,3	49
Моторные масла и фильтры	8416	12297	4175	3881	-8122	146,1	34,0
Оптика	3972	6218	1160	2246	-5058	156,5	18,7
Запчасти ходовой	7719	10197	1411	2478	-8786	132,1	13,8
Запчасти для кузова	7891	11157	1804	3266	-9353	141,4	16,2
Автостекла	6641	8693	1314	2052	-7379	130,9	15,1
Запчасти для тюнинга	1516	2973	339	1457	-2634	196,1	11,4
Шины, диски	6418	9496	1086	3078	-8410	148,0	11,4
Сопутствующие товары	3084	5387	884	2303	-4503	174,7	16,4
Комплектующие и расходные материалы	108094	138970	67450	30876	-71520	128,6	48,5
Итого	1084708	1325645	628305	240937	-697340	122,2	47,4

На основании данных представленных в таблице 6 отметим, что на конец анализируемого периода общий итог продаж товарной продукции организации ООО «Сатурн-Л» снизился по сравнению с 2021 г. на 697340 т. р. или 52,6 % и составил 628305 т. р.

Стоит отметить, что в 2021 г. общий итог продаж товарной продукции организации ООО «Сатурн-Л» увеличился по сравнению с 2020 г. на 240937 т. р. или 22,2 % и составил 1325645 т. р.

Так же в 2020 г. общий итог продаж товарной продукции организации ООО «Сатурн-Л» составил 1084708 т. р.

Далее рассмотрим структуру продаж товарной продукции организации ООО «Сатурн-Л» за анализируемый период представленный в таблице 7.

Таблица 7 – Структура продаж товарной продукции организации ООО «Сатурн-Л»

Показатели, %	Годы			Отклонение (+,-)		Темп изменения, %	
	2020	2021	2022	2021г./ 2020г.	2022г./ 2021г.	2021г./ 2020г.	2022г./ 2021г.
Автомобили	85,8	84,5	87,3	-1,3	2,8	98,5	103,3
Моторные масла и фильтры	0,8	0,9	0,7	0,2	-0,3	119,6	71,6
Оптика	0,4	0,5	0,2	0,1	-0,3	128,1	39,4
Запчасти ходовой	0,7	0,8	0,2	0,1	-0,5	108,1	29,2
Запчасти для кузова	0,7	0,8	0,3	0,1	-0,6	115,7	34,1
Автостекла	0,6	0,7	0,2	0,0	-0,4	107,1	31,9
Запчасти для тюнинга	0,1	0,2	0,1	0,1	-0,2	160,5	24,1
Шины, диски	0,6	0,7	0,2	0,1	-0,5	121,1	24,1
Сопутствующи е товары	0,3	0,4	0,1	0,1	-0,3	142,9	34,6
Комплектующи е и расходные материалы	10,0	10,5	10,7	0,5	0,3	105,2	102,4
Итого	100	100	100	0	0	100,0	100,0

На основании данных представленных в таблице 7 отметим следующие моменты. Итак, на конец 2022г. Категория моторные масла имеют долю 0,7 %, оптика, запчасти ходовой, для кузова, автостекла, шины, диски- аналогичные имеют 0,2%,

За анализируемый период, большая часть продаж товарной продукции организации ООО «Сатурн-Л» приходится на автомобили и комплектующие и расходные материалы.

Так на конец анализируемого периода на продажи автомобилей приходилось 87,3 % от всех продаж, на комплектующие и расходные материалы приходилось 10,7 % от всех продаж.

Далее проведем анализ товарооборачиваемости товарной продукции организации ООО «Сатурн-Л», представленный в таблице 8.

Таблица 8 – Товарооборачиваемость товарной продукции организации ООО «Сатурн-Л»

Показатели	Годы			Отклонение (+,-)		Темп изменения, %	
	2020	2021	2022	2021г./ 2020г.	2022г./ 2021г.	2021г./ 2020г.	2022г./ 2021г.
Товарооборот, т. р.	1084708	1325645	628305	240937	-697340	122,2	47,4
Товарные запасы, т. р.	131926	89647	63263	-42279	-26384	68	70,6
Однодневный товарооборот, т. р.	2971,8	3631,9	1721,4	660,1	-1910,5	122,2	47,4
Товарооборачи ваемость, дни.	44,4	24,7	36,8	-19,7	12,1	55,6	148,9

На основании данных товарооборачиваемости товарной продукции организации ООО «Сатурн-Л» представленных в таблице 8 отметим следующие моменты.

На конец анализируемого периода товарные запасы торговой организации ООО «Сатурн-Л» снизились на 28,4 % и однодневной товарооборот снизился на 52,6 %.

Товарооборачиваемость организации ООО «Сатурн-Л» увеличилась на 48,9 %, что отрицательно сказалось на деятельности торговой организации ООО «Сатурн-Л».

Грамотно сформированный ассортимент товаров по каждому отделу позволит сложить такую структуру ассортимента розничного товарооборота торговой организации, которая позволяет увеличить объемы продаж.

Для анализа системы управления запасами в организации ООО «Сатурн-Л» используем ABC-анализ на примере категории запчастей, представленный в таблице 9.

Согласно диаграмме Парето товары из группы А имеют наибольшее влияние на оборачиваемость организации ООО «Сатурн-Л», в связи с этим, необходимо проанализировать именно эти позиции.

Таблица 9 – ABC-анализ товарооборота категории запчастей организации ООО «Сатурн-Л»

Вид продукции	Продажи в руб.	Доля общей продажи %	Суммарная доля %	Группы	Оборачиваемость, руб.
Моторные масла и фильтры	4175	34,3	34,3	А	246,4
Запчасти для кузова	1804	14,8	49,1	А	494,9
Запчасти ходовой	1411	11,6	60,7	А	2455,4
Автостекла	1314	10,8	71,5	В	345,3
Оптика	1160	9,5	81,0	В	1186,9
Шины, диски	1086	8,9	90,0	В	1165,9
Сопутствующие товары	884	7,3	97,2	С	998,4
Запчасти для тюнинга	339	2,8	100,0	С	1461,1
Итого	12173	1,9	-	-	810

По данным таблице 9 можно сделать вывод о том, что наименьшие товарооборачиваемости имеют такие товары запчасти для тюнинга и сопутствующие товары, т.е. эти позиции негативно влияют на оборачиваемость товаров организации ООО «Сатурн-Л». Наибольшую оборачиваемость имеет моторные масла и фильтры, т.е. данный товар ускоряет оборачиваемость товаров организации ООО «Сатурн-Л».

Итак, на основании ABC-анализа можно регулировать ассортимент продукции организации ООО «Сатурн-Л» и повышать оборачиваемость запасов организации ООО «Сатурн-Л».

Таким образом, во втором разделе работы рассмотрели деятельность организации ООО «Сатурн-Л», основным видом деятельности, которого является торговля розничная легковыми автомобилями и легкими автотранспортными средствами в специализированных магазинах.

Анализ финансового состояния организации ООО «Сатурн-Л» показал, что состояние организации ООО «Сатурн-Л» удовлетворительное.

В целом динамика представленных показателей говорит о достаточно эффективном финансовом управлении организации ООО «Сатурн-Л».

Оценка эффективности запасов организации ООО «Сатурн-Л» показала, что за три года на складах организации ООО «Сатурн-Л» запасы практически всех видов товаров снизились, что говорит о снижении эффективности использования оборотных средств организации ООО «Сатурн-Л».

На основании ABC-анализа определили товары, с помощью которых можно регулировать ассортимент продукции организации ООО «Сатурн-Л» и повышать оборачиваемость запасов организации ООО «Сатурн-Л». Выяснилось, что наименьшие наименьшие товарооборотности имеют такие товары запчасти для тюнинга и сопутствующие товары, т.е. эти позиции негативно влияют на оборачиваемость товаров организации ООО «Сатурн-Л». Наибольшую оборачиваемость имеет моторные масла и фильтры, т.е. данный товар ускоряет оборачиваемость товаров организации ООО «Сатурн-Л».

Таким образом, во втором разделе, при проведении анализа управления запасами торговой организации ООО «Сатурн-Л» были выявлены основные проблемы управления запасами организации ООО «Сатурн-Л»:

- «увеличение количества запасов на складах и, как следствие, замораживание средств в товаре, снижение финансовой независимости предприятия, снижение платежеспособности и ухудшение финансового состояния;
- снижение оборачиваемости значимых товаров в ассортименте компании и, как следствие, снижение эффективности использования запасов;
- выявление товаров, которые негативно влияют на оборачиваемость товаров компании и которые следует пересмотреть в ассортименте организации» [14].

3 Совершенствование управления запасами торговой организации ООО «Сатурн-Л»

3.1 Разработка мероприятий по совершенствованию управления запасами в торговой организации

В современных условиях эффективная работа фирм и хозяйственных учреждений, устойчивые темпы их деятельности и конкурентоспособности в современных экономических ситуациях в существенной степени обуславливаются качеством управления запасами.

При проведении анализа управления запасами торговой организации ООО «Сатурн-Л» были выявлены основные проблемы управления запасами организации ООО «Сатурн-Л»:

- «увеличение количества запасов на складах и, как следствие, замораживание средств в товаре, снижение финансовой независимости предприятия, снижение платежеспособности и ухудшение финансового состояния;
- снижение оборачиваемости значимых товаров в ассортименте компании и, как следствие, снижение эффективности использования запасов;
- выявление товаров, которые негативно влияют на оборачиваемость товаров компании и которые следует пересмотреть в ассортименте компании» [14].

«В соответствии с представленными проблемами, можно предложить следующие направления повышения эффективности управления системой запасов предприятия» [5]:

- для повышения оборачиваемости запасов на складах рекомендуется на базе интернет сайта открыть интернет-магазин;
- для повышения оборачиваемости запасов, а также в целях автоматизации работы магазина применить товароучетную

программу «ЕКАМ»;

- для повышения оборачиваемости запасов рекомендуется предлагается разместить рекламу в интернете с помощью поисковой рекламы.

«Оптимальным будет вариант использовать для интернет-магазина автозапчастей специально адаптированную под этот вид торговли площадку. Такие интернет-магазины сегодня доступны на рынке. Кроме того, на сайте нужно предусмотреть возможности различных способов оплаты: по карте, через разные платежные системы» [16] (Мир, СПб), наличными или картой при получении товара. Автоматизировать работу магазина автозапчастей поможет товароучетная программа «ЕКАМ».

«ЕКАМ» – это облачный сервис для автоматизации бизнеса. Сервис позволяет автоматизировать бизнес-процессы розничной и оптовой торговли, сферы услуг, а также организовать эффективную деятельность отдела продаж и склада. Также «ЕКАМ» поддерживает интеграцию со многими популярными платформами интернет-магазинов. Полная поддержка онлайн-касс (54-ФЗ) и ЕГАИС [19, с. 47].

Товароучетная программа «ЕКАМ», автоматически анализирует показатели рентабельности продукции, следовательно, управлять закупками на основе динамики продаж станет намного эффективней. Так же с применением товароучетной программы «ЕКАМ», увеличится возможность ведения полноценного складского учета и удаленно контролировать работу розничных точек в режиме реального времени. «ЕКАМ» полноценная программа торгового и складского учета для интернет-магазина:

- автоматическая выгрузка заказов и остатков товара;
- удобная работа с каталогом товаров и учет модификаций;
- готовые шаблоны сопроводительных документов;
- готовые интеграции со службами доставки;
- учет работы курьеров.

Рассмотрим преимущества использование товароучетной программы

«ЕКАМ» для интернет-магазина. Обработка заказов больше не займет много времени. Настроен автоматический обмен с магазином. Оперативно обновляется информация о статусе заказа и отправляется на сайт. Выписываются сопроводительные документы сразу из заказа. Формируются почтовые бланки, счета на оплату, накладные, счета-фактуры, акты выполненных работ, доверенности. Документы заполняются автоматически из данных заказа. Все данные о товарах (цены, описания, характеристики, остатки по складам) выгружаются на сайт с учетом модификаций товара. Таким образом, в организации избавляются от двойной работы по вводу данных и в учетную систему, и в магазин. Доставка заказов в срок позволит снизить количество возвратов и повысить лояльность клиента. Формируется список заказов для служб доставки, общие маршрутные листы для водителей, реестр для каждого курьера. Возможно увидеть загруженность курьеров и возможность рассчитать их вознаграждение. Возможно сформировать все бланки в один файл или печатать их выборочно. Возможно отслеживать посылки в режиме реального времени. Своевременно информировать своих клиентов о доставке товара или изменении статуса заказа по почте или SMS. Система позволяет отправлять сообщения при переводе заказа в определенный статус, например, «Передан в службу доставки» [17, с. 91].

На современном этапе в Липецкой области, да и в целом в России в современных условиях на автомобильном рынке растет конкуренция. Для дальнейшего успешного существования, организациям необходимо проводить грамотную коммуникативную политику. Рассмотрим маркетинговые коммуникации организации ООО «Сатурн-Л».

В таблице 10 представлена динамика выручки организации ООО «Сатурн-Л» и бюджета маркетинговых коммуникаций организации ООО «Сатурн-Л».

На основании данных представленных в таблице 10 отметим, что на конец анализируемого периода затраты на маркетинговые коммуникации увеличились на 76 % что составило 920 т. р. и составили 2130 т. р. Следует

отметить, что в 2021 г. затраты на маркетинговые коммуникации снизились на 38,6 % что составило 760 т. р. и составили 1210 т. р.

Таблица 10 – Динамика выручки и бюджета маркетинговых коммуникаций ООО «Сатурн-Л»

Показатели	Годы			Отклонение (+,-)		Темп изменения, %	
	2020	2021	2022	2021г./2020г.	2022г./2021г.	2021г./2020г.	2022г./2021г.
Продажа автомобилей, т. р.	930957	1120257	548682	189300	-571575	120,3	49,0
Продажа запчастей, т. р.	45657	66418	12173	20761	-54245	145,5	18,3
Оказание сервисных и ремонтных услуг, т. р.	108094	138970	67450	30876	-71520	128,6	48,5
Итого выручка, т. р.	1084708	1325645	628305	240937	-697340	122,2	47,4
Затраты на маркетинговые коммуникации, т. р.	1970	1210	2130	-760	920	61,4	176,0
Соотношение затрат и выручки, %	0,18	0,09	0,34	-0,09	0,25	50,3	371,4

Отметим также, что соотношение затрат и выручки на конец анализируемого периода увеличилось и составило 0,34 %, но следует отметить, что по аналогичным организациям соотношение затрат и выручки обычно составляет 1,5 – 2,5 %. На основании данного следует отметить, что в торговой организации ООО «Сатурн-Л» следует увеличить затраты на маркетинговые коммуникации.

На рисунке 10 представлена структура затрат на маркетинговые коммуникации, а именно структура затрат на рекламу, в торговой организации ООО «Сатурн-Л». На основании данных представленных на рисунке 10 стоит отметить, что за анализируемый период большая часть затрат на рекламу в торговой организации ООО «Сатурн-Л» приходится на медийную рекламу.

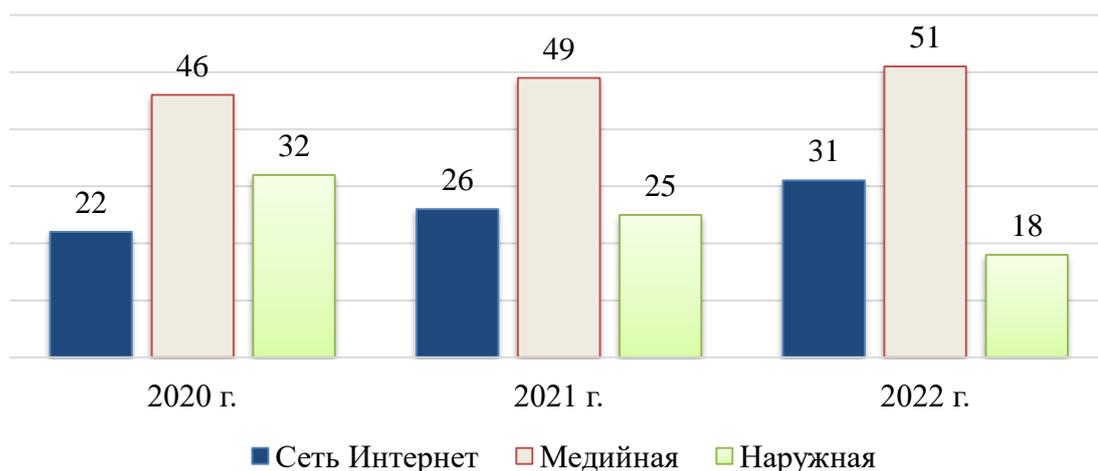


Рисунок 10 – Структура рекламных затрат организации ООО «Сатурн-Л»

Стоит отметить, что в организации ООО «Сатурн-Л» рекламная компания применяется с экспериментальной точки зрения, на основании данного следует усовершенствовать рекламную компанию.

Также необходимо отметить, что компания «Renault Россия» проводит свою обширную рекламную компанию по всей России. За анализируемый период компания «Renault Россия» распределяла бюджет на рекламу следующим образом: реклама на ТВ составила 55 % бюджета, реклама в печатных СМИ составила 20 % бюджета, наружная реклама составила 10 % бюджета, реклама в Интернете составила 5 % бюджета, на мероприятия стимулирования сбыта выделялось 10 % бюджета.

Следует учесть, что организации ООО «Сатурн-Л» нецелесообразно активно использовать медийную рекламу, поскольку «Renault Россия» активно ее применяет в своей рекламной компании. На основании данного следует организации ООО «Сатурн-Л» рекламировать себя в рамках города. Также на современном этапе организации ООО «Сатурн-Л» рекомендуется повысить активность в рекламе в сети Интернет [10, с. 58].

В сети Интернет в социальных сетях созданы страницы «Renault Россия» (<https://vk.com/renaultru>. <https://ok.ru/renaultru>.) При проведении анализа данных страниц отметим, что в ВК на данный момент зарегистрировано

306218 членов, а в ОК 71 к. членов. На данных страницах размещена информация и рекламные ролики компании «Renault».

Сайт организации ООО «Сатурн-Л» <https://saturn-l.ru/> является достоянием организации, он полон и информативен, содержит много фотографий и всю необходимую информацию, чтобы потребители могли ознакомиться с номенклатурой реализуемой продукции, сориентироваться по ценам и получить дополнительно обслуживание через интернет ресурс. Также на сайте можно воспользоваться услугой «Оценить свой автомобиль онлайн», в которой клиент сможет ввести данные своего автомобиля и оставить свои контакты (телефон, эл.почту, ФИО) для того, чтобы менеджер мог оценить автомобиль и проинформировать клиента по телефону о всех предложениях, минуя предварительный приезд клиента [6, с. 116]. Ввиду того, что сегодня для поиска необходимой информации люди чаще всего обращаются к интернету. Не исключая рекламу в виде баннеров, буклетов и визиток, предлагается разместить рекламу в интернете с помощью поисковой рекламы [11, с. 228].

Итак, в качестве мероприятий по повышению эффективности системы управления запасами были предложены:

- для повышения оборачиваемости запасов на складах рекомендуется на базе интернет сайта открыть интернет магазин;
- для повышения оборачиваемости запасов, а также в целях автоматизации работы магазина применить товароучетную программу «ЕКАМ»;
- для повышения оборачиваемости запасов рекомендуется предлагается разместить рекламу в интернете с помощью поисковой рекламы.

Для определения целесообразности внедрения данных мероприятий в работу организации ООО «Сатурн-Л» оценим их экономическую эффективность.

3.2 Оценка экономической эффективности предложенных мероприятий

Проведем расчет прогнозируемых доходов интернет магазина и применения товароучетной программы «ЕКАМ».

Ежемесячно магазином будет реализовываться около 1 000 наименований товаров. Они будут включать в себя весь ассортимент товаров. Средняя себестоимость продукции около 3 000 рублей. Наценка составляет от 40% до 50%. Учитывая данные параметры, среднемесячная прибыль организации составит 300 000 рублей. Основным видом деятельности будет розничная торговля автомобильным запчастями «Renault». В таблице 11 представлен расчет организационного плана, интернет-магазина.

Таблица 11 – Организационный план интернет-магазина

Наименование показателя	Итог, т. р.
Разработка сайта	50
Компьютеры и оргтехника для работы персонала	180
Настройка ПО и оборудования	30
Итого:	260

На основании данных представленных в таблице 11 отметим, общие организационные затраты составят 260 т. р. На разработку сайта, сюда относятся расходы на регистрацию домена, дизайн и шаблон, понадобится 50 т. р. На приобретение компьютеров и оргтехники для работы персонала понадобится 180 т. р., на настройку ПО и оборудования придется 30 т. р.

В таблице 12 представлен финансовый план интернет-магазина.

На основании данных представленных в таблице 12 отметим, общие финансовые затраты составят 97 т. р. На заработную плату понадобится 70 т. р. На офисные расходы понадобится 10 т. р. На расходы за пользование товароучетной программой «ЕКАМ». понадобится 2 т. р. На транспортные расходы понадобится 15 т. р.

Таблица 12 - Финансовый план интернет-магазина

Наименование показателя	Итог, т. р.
Заработная плата	70
Офисные расходы	10
Товароучетная программа «ЕКАМ».	2
Транспортные расходы	15
Итого:	97

Прибыль интернет-магазина до налогообложения составит:

$$300 - 97 = 203 \text{ т. р}$$

Налог: (рассчитаем УСН 15% от разницы между доходами и расходами):

$$203 * 0,15 = 30 \text{ т. р}$$

Чистая прибыль:

$$203 - 30 = 173 \text{ т. р}$$

Рентабельность:

$$173/300 * 100 \% = 57,6 \%$$

Срок окупаемости:

$$260 / 173 = 1,5 \text{ т. р}$$

Следовательно, проект окупится за 2 месяца.

Таким образом, открытие интернет-магазина принесет организации ООО «Сатурн-Л» дополнительный доход в размере 173 т. р. ежемесячно. С разработкой интернет магазина автозапчастей с применением товароучетной программы «ЕКАМ» ООО «Сатурн-Л» даётся реальная возможность определять границы соотношения достигнутых компанией результатов и необходимых для этого затрат. При помощи анализа в товароучётной программе «ЕКАМ» выбирается наилучший способ увеличения

эффективности основных показателей деятельности ООО «Сатурн-Л».

В настоящее время Интернет используется повсеместно, поэтому Интернет-реклама является одним из основных инструментов в продвижении товаров либо услуг [23, с. 98]. На рисунке 11 представлены преимущества Интернет-рекламы.

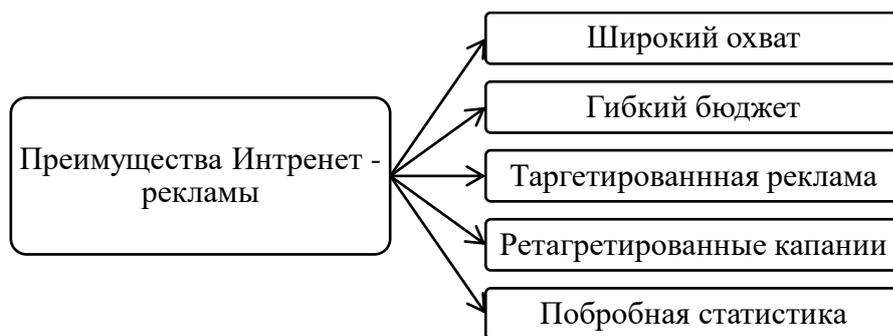


Рисунок 11 – Преимущества Интернет - рекламы

Интернет-реклама на современном этапе является удобным инструментом. Данная реклама дает возможность использовать разные инструменты и прослеживать подробную статистику по ним [18, с. 116].

Одним из основных видов Интернет-рекламы является поисковая реклама. Поисковая реклама дает возможность решить задачи, которые связаны с удовлетворением спроса [3, с. 105]. В России на данный момент Яндекс Директ является одной из крупных площадок для размещения данной рекламы. На данной площадке поисковая реклама зависит от комбинации набранных слов пользователем и отображается в виде первых выданных строк рекламируемой услуги либо товара [15, с. 159].

В случае организации ООО «Сатурн-Л» рекомендуется дать объявление в Яндекс Директ. Для того, чтобы поисковая система выводила пользователей на сайт организации ООО «Сатурн-Л» <https://saturn-l.ru/> следует применить специально подобранные комбинации слов, такие как «Renault Липецк», ««Сервис Renault Липецк»», «Сатурн-Л» и многие другие [12, с. 46]. В таблице

13 представлен расчет стоимости контекстной рекламы Яндекс Директ.

Таблица 13 – Расценка Яндекс Директ на поисковую контекстную рекламу в руб.

Формат размещения	Стоимость с НДС за 1 клик	Стоимость с НДС за 1 сутки	Минимальная стоимость заказа (руб. с учетом НДС)
Текстовый блок	От 0,3	9,9	300

В поисковой рекламе на Яндекс Директ оплата осуществляется за клик по размещенному объявлению. При подборе необходимых слов, а также комбинаций, которые подходят под предоставляемые услуги и товары организации ООО «Сатурн-Л», поисковая реклама будет выводить пользователей в первых строках на сайт организации [26, с. 129]. На основании опыта организаций, которые используют данный вид поисковой рекламы на Яндекс Директ, средняя ставка в месяц составляет 20 т. р., организация ООО «Сатурн-Л» сможет получить адекватное количество клиентов. Средний прирост выручки за счет данной рекламы составит 5 % [8, с. 183].

В таблице 14 представлены сводные данные по всем мероприятиям.

Таблица 14 – Сводная по всем мероприятиям

Наименование показателей	Величина показателя		Изменение показателя	
	2022	Проект	Абс.	Темп роста, %
Выручка, т. р.	628305	663320,25	35015,25	105,6
Себестоимость товаров, т. р.	528151	528151	0	100
Управленческие и коммерческие расходы, т. р.	114201	115605	1404	101,2
Прибыль от реализации, т. р.	-14047	19564,25	33611,25	139,3
Затраты на 1 рубль выручки, коп.	0,84	0,80	-0,04	95,3
Рентабельность продаж, %	-2,24	2,94	5,18	131,3

На основании данной таблицы отметим, что после внедрения предложенных мероприятий затраты на 1 рубль выручки снизятся до 0,80 к., а

рентабельность продаж значительно увеличиться, до 2,94 %. Также следует отметить, что после внедрения предложенных мероприятий выручка организации ООО «Сатурн-Л» увеличиться на 5,6 %, что положительно отразиться на деятельности организации в современных условиях.

Итак, в третьем разделе обозначили основные проблемы управления запасами организации ООО «Сатурн-Л»:

- увеличение количества запасов на складах и, как следствие, замораживание средств в товаре, снижение финансовой независимости, снижение платежеспособности и ухудшение финансового состояния;
- снижение оборачиваемости значимых товаров в ассортименте и, как следствие, снижение эффективности использования запасов;
- выявление товаров, которые негативно влияют на оборачиваемость товаров компании и которые следует пересмотреть в ассортименте.

На основании этого разработали мероприятия по повышению эффективности системы управления запасами были предложены:

- для повышения оборачиваемости запасов на складах рекомендуется на базе интернет сайта открыть интернет магазин;
- для повышения оборачиваемости запасов, а также в целях автоматизации работы магазина применить товароучетную программу «ЕКАМ»;
- для повышения оборачиваемости запасов рекомендуется предлагается разместить рекламу в интернете с помощью поисковой рекламы.

После предложенных мероприятий затраты на 1 рубль выручки снизятся до 0,80 к., а рентабельность продаж значительно увеличиться, до 2,94 %. Также следует отметить, что после внедрения предложенных мероприятий выручка ООО «Сатурн-Л» увеличиться на 5,6 %, что положительно отразиться на деятельности в современных условиях, что говорит о целесообразности внедрения мероприятий в работу ООО «Сатурн-Л».

Заключение

В результате проведенного исследования были получены следующие результаты.

Запас – это товарно-материальные ценности, которые участвуют в торговом или производственном обороте для эффективной деятельности предприятия и получения прибыли.

В сложившихся современных условиях в период санкций и их влияний на действующие в торговых отношениях организаций решаются не маловажные вопросы по совершенствованию системы управления запасами.

Главными мотивами руководителей являются обеспечение бесперебойного функционирования коммерческой, производственной, торговой деятельности организаций, где уровень создаваемых запасов оказывает первостепенное значение.

Именно поэтому что бы не прерывать торговые процессы необходимо контролировать в организациях своевременность поставки, поводить мониторинг цен конкурентов, а также анализировать уровень запасов (дефицит или избыток).

Запасы, являясь одним из крупнейших контролируемых активов бизнеса и значительными инвестициями организации, в тоже время выступают балансирующим элементом всей системы управления предприятием, и на этой основе могут рассматриваться как интегральный показатель ее эффективности.

Управление запасами в организации является одним из основных условий для успешной работы организации.

Управление запасами в организации включает в себя следующие функции:

- правильное хранение запасов на складских помещениях;
- обеспечение необходимой материальной базы для хранения запасов;
- создание количественной и качественной сохранности запасов;

- организация необходимых мер для поддержания их нормального состояния.

Совершенствование управление запасами предполагает применение на практике различных экономических методов анализа и управления для сбалансирования двух целей сокращение совокупных затрат, обеспечение максимальной надежности производственного процесса организации.

Объект исследования – ООО «Сатурн-Л», основным видом деятельности, которого является торговля розничная легковыми автомобилями и легкими автотранспортными средствами в специализированных магазинах.

Приоритетными направлениями деятельности организации ООО «Сатурн-Л» являются:

- реализация легковых автомобилей, в розницу за наличный расчет и с использованием различных кредитных программ, с качественной предпродажной подготовкой;
- реализация запасных частей к легковым автомобилям, для технического обслуживания;
- оказание полного комплекса услуг по техническому обслуживанию и ремонту легковых автомобилей, включая гарантийное и послегарантийное обслуживание, тюнинг.

На основании проведенного анализа можно отметить, что в целом динамика представленных показателей говорит о достаточно эффективном финансовом управлении организации ООО «Сатурн-Л».

Оценка эффективности запасов торговой организации ООО «Сатурн-Л» показала, что за три года на складах организации ООО «Сатурн-Л» запасы практически всех видов товаров снизились, что говорит о снижении эффективности использования оборотных средств торговой организации ООО «Сатурн-Л».

Наименьшие наименьшие товарооборачиваемости имеют такие товары запчасти для тюнинга и сопутствующие товары, т.е. эти позиции негативно

влиют на оборачиваемость товаров организации ООО «Сатурн-Л». Наибольшую оборачиваемость имеют моторные масла и фильтры, т.е. данный товар ускоряет оборачиваемость товаров организации ООО «Сатурн-Л».

Итак, в качестве мероприятий по повышению эффективности системы управления запасами были предложены:

- для повышения оборачиваемости запасов на складах рекомендуется на базе интернет сайта открыть интернет магазин;
- для повышения оборачиваемости запасов, а также в целях автоматизации работы магазина применить товароучетную программу «ЕКАМ»;
- для повышения оборачиваемости запасов рекомендуется предлагается разместить рекламу в интернете с помощью поисковой рекламы.

После внедрения предложенных мероприятий в организации ООО «Сатурн-Л» затраты на 1 рубль выручки снизятся до 0,80 к., а рентабельность продаж значительно увеличиться, до 2,94 %.

Также следует отметить, что после внедрения предложенных мероприятий выручка организации ООО «Сатурн-Л» увеличиться на 5,6 %, что положительно отразиться на деятельности организации в современных условиях, что говорит о целесообразности внедрения мероприятий в работу ООО «Сатурн-Л».

Список используемой литературы и используемых источников

1. Алексеева Н.И., Алёхина, Ю. В. Управление товарными запасами предприятия на основе анализа системы показателей // Стратегия предприятия в контексте повышения его конкурентоспособности. 2019. Т. 1. № 5 (5). С. 56-59.
2. Алексейчева Е. Ю. Экономика организации (предприятия): учебник / Е. Ю. Алексейчева, М. Д. Магомедов, И. Б. Костин. - М.: Дашков и К, 2023. 290 с.
3. Алексунин В. А. Маркетинг: учебник / В. А. Алексунин. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2019. 214 с.
4. Арзуманова Т. И. Экономика организации / Арзуманова Т.И., Мачабели М.Ш. - М.: Дашков и К, 2018. 240 с.
5. Баскакова О. В. Экономика организации: учебник / О. В. Баскакова, М. Ш. Мачабели. - М.: Дашков и К, 2022. 306 с.
6. Басовский Л. Е. Маркетинг: учебное пособие / Л.Е. Басовский, Е.Н. Басовская. - М.: ИНФРА-М, 2023. 233 с.
7. Браткова О. А. Управление запасами на предприятии в условиях цифровизации экономики // Молодой ученый. 2020. № 14 (304). С. 246-247.
8. Герасимов Б. И. Маркетинг: учебное пособие / Б.И. Герасимов, В.В. Жариков, М.В. Жарикова. - М.: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2023. 320 с.
9. Данилова С. Ю. Оптимизация уровня запасов производства с целью повышения конкурентоспособности предприятия с непрерывным циклом производства // Вестник Волжского университета имени В. Н. Татищева. Тольятти, 2019. № 2 (28). С. 47-52.
10. Ким С. А. Маркетинг: учебник / С. А. Ким. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2023. 258 с.
11. Кислицына В. В. Маркетинг: учебник / В.В. Кислицына. - М.: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2023. 464 с.
12. Косова Л. Н. Маркетинг: практикум / Л. Н. Косова, Ю. А. Косова.

- М.: РГУП, 2021. 97 с.

13. Магомедов Ш. Ш. Управление товарным ассортиментом и запасами: учебник для бакалавров / Ш. Ш. Магомедов. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. 174 с.

14. Маевская Е. Б. Экономика организации: учебник / Е.Б. Маевская. - М.: ИНФРА-М, 2023. 351 с.

15. Маркетинг: учебник / под ред. В. П. Третьяка. - М.: Магистр: ИНФРА-М, 2022. 368 с.

16. Маслевич Т. П. Экономика организации: учебник / Т. П. Маслевич. - М.: Дашков и К, 2023. 339 с.

17. Матвеева М. А. Цифровизация процессов управления запасами на предприятии // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. 2019. № 12. С. 91-93.

18. Морошкин В. А. Маркетинг: учебное пособие / В.А. Морошкин, Н.А. Контарёва, Н.Ю. Курганова. - М.: ФОРУМ, 2020. 352 с.

19. Мусатова Е. В. Проблемы и направления совершенствования учетно-аналитического обеспечения управления материально-производственными запасами // Экономика, управление, финансы: материалы IX Международной научной конференции (г. Санкт-Петербург, октябрь 2018г.). СПб.: Свое издательство, 2018. С. 46-51.

20. Петренко А. С. Управление запасами в стратегическом управлении организацией // Вестник современных исследований. 2018. № 12. С. 352-355.

21. Раздорожный А. А. Экономика организации (предприятия): учебное пособие / А. А. Раздорожный. - М.: РИОР : ИНФРА-М, 2020. 95 с.

22. Рачек С. В. Совершенствование управления производственными запасами на предприятии // Экономика и бизнес: теория и практика. 2020. № 2. С. 108-110.

23. Резник Г. А. Маркетинг: учебное пособие / Г.А. Резник. - М.: ИНФРА-М, 2023. 199 с.

24. Сергеев В. И. Управление закупками и запасами в цепях поставок: учебник / В. И. Сергеев, И. П. Эльяшевич. - М.: ИНФРА-М, 2023. 402 с.
25. Система управления запасами: функции, преимущества и критерии выбора программного обеспечения. // Молодой ученый. 2021. № 42 (384).
26. Соловьев Б. А. Маркетинг: учебник / Б. А. Соловьев. - М.: ИНФРА-М, 2021. 383 с.
27. Стерлигова А. Н. Управление запасами в цепях поставок: учебник / А.Н. Стерлигова. - М.: ИНФРА-М, 2023. 430 с.
28. Сутягин В. Ю. Сбалансированная система показателей как эффективный инструмент реализации стратегии развития предприятия / В. Ю. Сутягин, М. А. Турлачева // Социально-экономические явления и процессы. Тамбов, 2018. № 5-6. С. 112-117.
29. Шрайбфедер Дж. Эффективное управление запасами/Дж. Шрайбфедер. М.: Альпина Паблишер, 2019. 304 с.
30. Эйвазова Э. Э. Комплексный подход в повышении эффективности управления запасами химической организации // Молодой ученый. 2022. № 23 (418). С. 584-587.

Приложение А

Бухгалтерский баланс ООО «Сатурн-Л»

Таблица А.1 – Бухгалтерский баланс ООО «Сатурн-Л»

на <u>31 декабря</u> <u>20 22</u> г.		Коды		
		0710001		
Дата (число, месяц, год)		31	12	2022
Организация <u>ООО «Сатурн-Л»</u>	Форма по ОКУД			
Идентификационный номер налогоплательщика	по ОКПО	93925624		
Торговля розничная легковыми автомоби-	ИНН	4826051045		
Вид экономической деятельности <u>лями и легкими автотранспортными сред-</u>	По ОКВЭД	45.11.2		
Организационно-правовая форма/форма собственности				
Общество с ограниченной ответственностью / частная	по			
собственность	ОКОПФ/ОКФС	12300	16	
Единица измерения: тыс. руб.	по ОКЕИ	384		
Местонахождение (адрес) 398008, Липецкая Область, г Липецк, ул М.и. Неделина, влд. 2в				

Пояснения	Наименование показателя	Код	На 31 декабря 20 22 г.	На 31 декабря 20 21 г.	На 31 декабря 20 20 г.
	АКТИВ				
	I. ВНЕОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ				
	Нематериальные активы	1110			
	Результаты исследований и разработок	1120			
	Нематериальные поисковые активы	1130			
	Материальные поисковые активы	1140			
	Основные средства	1150	23020	21667	23842
	Доходные вложения в материальные ценности	1160			
	Финансовые вложения	1170			
	Отложенные налоговые активы	1180			1035
	Прочие внеоборотные активы	1190			
	Итого по разделу I	1100	23020	21667	24877
	II. ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ				
	Запасы	1210	63263	89647	131926
	Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям	1220			4045
	Дебиторская задолженность	1230	148127	133425	140116
	Финансовые вложения (за исключением денежных эквивалентов)	1240	73000	80000	
	Денежные средства и денежные эквиваленты	1250	5032	2734	11989
	Прочие оборотные активы	1260			
	Итого по разделу II	1200	289422	305806	288076
	БАЛАНС	1600	312442	327473	312953

Продолжение Приложения А

Продолжение Таблицы А.1

Пояснения	Наименование показателя ²	од	На 31 декабря	На 31 декабря	На 31 декабря
			20 22 г.	20 21 г.	20 20 г.
	ПАССИВ				
	III. КАПИТАЛ И РЕЗЕРВЫ				
	Уставный капитал (складочный капитал, уставный фонд, вклады товарищей)	1310	10010	10010	10010
	Собственные акции, выкупленные у акционеров	1320	(-)	-	-
	Переоценка внеоборотных активов	1340	-	-	-
	Добавочный капитал (без переоценки)	1350			
	Резервный капитал	1360			
	Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	1370	256407	250518	216121
	Итого по разделу III	1300	266417	260528	226131
	IV. ДОЛГОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА				
	Заемные средства	1410			
	Отложенные налоговые обязательства	1420			
	Оценочные обязательства	1430			
	Прочие обязательства	1450			
	Итого по разделу IV	1400	0	0	0
	V. КРАТКОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА				
	Заемные средства	1510	25000	22500	16500
	Кредиторская задолженность	1520	21025	44445	70322
	Доходы будущих периодов	1530			
	Оценочные обязательства	1540			
	Прочие обязательства	1550			
	Итого по разделу V	1500	46025	66945	86822
	БАЛАНС	1700	312442	327473	312953

Приложение Б

Отчет о финансовых результатах ООО «Сатурн-Л»

Таблица Б.1 – Отчет о финансовых результатах ООО «Сатурн-Л»

на <u>31 декабря</u> <u>20 22</u> г.		Коды	
Форма по ОКУД		0710001	
Дата (число, месяц, год)		31	12 2022
Организация <u>ООО «Сатурн-Л»</u>	по ОКПО	93925624	
Идентификационный номер налогоплательщика	ИНН	4826051045	
Вид экономической деятельности <u>Торговля розничная легковыми автомобилями и легкими автотранспортными средствами в специализированных магазинах</u>	По ОКВЭД	45.11.2	
Организационно-правовая форма/форма собственности			
Общество с ограниченной ответственностью / частная собственность	по ОКОПФ/ОКФС	12300	16
Единица измерения: тыс. руб.	по ОКЕИ	384	

Пояснения	Наименование показателя	Код	За _____ год	За _____ год
			20 22 г.	20 21 .
	Выручка ⁵	2110	628305	1325645
	Себестоимость продаж	2120	528151	1213189
	Валовая прибыль (убыток)	2100	100154	112456
	Коммерческие расходы	2210	102853	84720
	Управленческие расходы	2220	11348	14091
	Прибыль (убыток) от продаж	2200	-14047	13645
	Доходы от участия в других организациях	2310		
	Проценты к получению	2320	3260	1185
	Проценты к уплате	2330		
	Прочие доходы	2340	32334	38880
	Прочие расходы	2350	13827	10609
	Прибыль (убыток) до налогообложения	2300	7720	43101
	Текущий налог на прибыль	2410	1638	8620
	в т.ч. Текущий налог на прибыль	2411	1638	7586
	Отложенный налог на прибыль	2412		1034
	Изменение отложенных налоговых обязательств	2430		
	Изменение отложенных налоговых активов	2450		
	Прочее	2460	192	
	Чистая прибыль (убыток)	2400	5890	34481

Приложение В

Отчет о финансовых результатах ООО «Сатурн-Л»

Таблица В.1 – Отчет о финансовых результатах ООО «Сатурн-Л»

на <u>31 декабря</u> <u>20 21</u> г.		Коды		
Дата (число, месяц, год)		0710001		
Организация <u>ООО «Сатурн-Л»</u>	по ОКПО	31	12	2021
Идентификационный номер налогоплательщика	ИНН	93925624		
Вид экономической деятельности <u>Торговля розничная легковыми автомобилями и легкими автотранспортными средствами в специализированных магазинах</u>	По ОКВЭД	4826051045		
Организационно-правовая форма/форма собственности <u>Общество с ограниченной ответственностью / частная собственность</u>	по ОКФС	45.11.2		
Единица измерения: тыс. руб.	по ОКЕИ	12300	16	
		384		

Пояснения	Наименование показателя	Код	За _____ год	За _____ год
			20 21 г.	20 20 .
	Выручка ⁵	2110	1325645	1084708
	Себестоимость продаж	2120	1213189	1005566
	Валовая прибыль (убыток)	2100	112456	79142
	Коммерческие расходы	2210	84720	49714
	Управленческие расходы	2220	14091	29171
	Прибыль (убыток) от продаж	2200	13645	257
	Доходы от участия в других организациях	2310		
	Проценты к получению	2320	1185	382
	Проценты к уплате	2330		
	Прочие доходы	2340	38880	50092
	Прочие расходы	2350	10609	23924
	Прибыль (убыток) до налогообложения	2300	43101	26807
	Текущий налог на прибыль	2410	8620	2657
	в т.ч. Текущий налог на прибыль	2411	7586	1357
	Отложенный налог на прибыль	2412	1034	1300
	Изменение отложенных налоговых обязательств	2430		
	Изменение отложенных налоговых активов	2450		
	Прочее	2460		878
	Чистая прибыль (убыток)	2400	34481	23272