

Министерство образования и науки РФ
Автономная некоммерческая организация высшего образования
Самарский университет государственного управления
«Международный институт рынка»
Факультет экономики и управления
Кафедра экономики и кадастра
Основная профессиональная образовательная программа
высшего образования
Направление подготовки 38.03.01 «Экономика»
Профиль «Экономика предприятий и организаций»

ДОПУСКАЕТСЯ К ЗАЩИТЕ

Заведующий кафедрой:

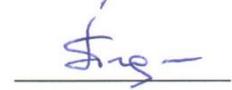
д.э.н., профессор Рамзаев В.М. 

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА
«АНАЛИЗ ТОВАРНЫХ ЗАПАСОВ ОРГАНИЗАЦИИ И НАПРАВЛЕНИЯ
ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИХ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ (НА ПРИМЕРЕ
ООО ««ВАЛДАЙ» И КОМПАНИЯ»»»

Выполнил:

Ватолина С.А., группа Э-41 

Научный руководитель:

к.ф.н., доцент Погодина Г.В. 

Самара
2017

Оглавление

Введение.....	3
1. Теоретические основы анализа товарных запасов организации и управления ими.....	5
1.1 Сущность, виды и функции запасов.....	5
1.2 Методы анализа товарных запасов.....	11
1.3 Модели управления товарными запасами.....	17
2. Анализ финансово-хозяйственной деятельности ООО «Валдай» и компания....	23
2.1 Краткая характеристика ООО «Валдай» и компания».....	23
2.2 Анализ основных экономических показателей деятельности ООО «Валдай» и компания».....	27
3. Оценка эффективности использования товарных запасов и ее повышение.....	42
3.1 Анализ товарных запасов ООО «Валдай» и компания».....	42
3.2 Рекомендации по повышению эффективности управления товарными запасами в ООО «Валдай» и компания» и оценка их целесообразности.....	51
Заключение.....	62
Список использованных источников.....	66
Приложения.....	69

Введение

В современных экономических условиях благополучность деятельности достигается посредством учета всех нужд и возможностей компании. Существенное воздействие на итоги её деятельности оказывают ассортимент и устройство реализации товаров.

Процесс доведения продуктов из сферы изготовления в сферу потребления включает их в куплю-продажу и товародвижение и называется товарообеспечением. Составляющим звеном товарообеспечения является формирование товарных запасов в торговых фирмах. Без товарных резервов невозможно обойтись, вследствие того, что циклы производства и потребления товаров, как правило, отнюдь не совпадают, а в ряде случаев между ними существует внушительный разрыв во времени. Нередко сроки перемещения товаров бывают длительными, не исключаются сбои в поставках, по этой причине торговые компании должны формировать резервы продукта, посредством размещения и хранения на складе. Исходя из вышесказанного, очевидно, что в рыночной экономике, проблемы, связанные с управлением товарными резервами в торговых фирмах, играют огромную роль.

Цель работы состоит в повышении эффективности управления товарными запасами в ООО «Валдай» и компания». Для достижения цели необходимо решить следующие задачи:

- 1) рассмотреть сущность, виды и функции товарных запасов;
- 2) изучить методы анализа товарных запасов;
- 3) рассмотреть модели управления товарными запасами;
- 5) дать краткую характеристику ООО «Валдай» и компания»;
- 6) провести анализ основных экономических показателей деятельности ООО «Валдай» и компания»
- 7) выполнить анализ товарных запасов ООО «Валдай» и компания»;

8) предложить рекомендации по повышению эффективности управления товарными запасами в ООО «Валдай» и компания» и дать оценку их целесообразности.

Объектом настоящего исследования послужило торговое предприятие ООО «Валдай» и компания», реализующее автомасла, автохимию, автозапчасти и т.д. Предметом исследования являются товарные запасы в ООО «Валдай» и компания».

В работе использованы труды отечественных и зарубежных ученых и практиков, посвященные проблемам формирования, нормирования, планирования и управления товарными запасами.

1. Теоретические основы анализа товарных запасов организации и управления ими

1.1 Сущность, виды и функции запасов

Товарные запасы предполагают собой товары, пребывающие в области товарного обращения, а кроме того у изготовителя и в пути. Их наличие определяет статичное состояние и месторасположение товарной массы в ходе товародвижения в конкретный период времени. Они гарантируют непрерывность изготовления, пользования и бесперебойность реализации. Установленные объемы запасов формируются во взаимосвязи с сезонным колебанием спроса на определенные непродовольственные товары при сравнительно однородном их производстве и сезонном производстве сельскохозяйственной продукции при однородном её употреблении. Потребность в запасах обуславливается и такими обстоятельствами, как специализация и расположение индустриальных компаний, степень формирования автотранспортных взаимосвязей, изменение средней дальности и скорости доставки товарных ресурсов, расположение торговых центров.

Товарные запасы как доля товарных ресурсов предполагают собой также предложение товаров в любой заданный период. В связи с этим, немаловажно осознавать, что они формируются под воздействием спроса, величина которого носит стохастический характер. Установлено, что спрос считается крайне динамичной категорией. Это усложняет его оценку в целом и не дает возможность довольно точно измерить его в ходе планирования. Подобное положение объясняется неимением возможности четко определить воздействие на спрос целого ряда причин (мода, социально-экономические и психологические условия) и тем, что действия людей, которые предъявляют потребность на товары и услуги, носит индивидуальный характер. Товарные запасы нужны для бесперебойного обеспечения спроса потребителей – покупателей.

Товары классифицируются по следующим критериям:

1) По целям использования:

– потребительские товары - это товары, непосредственно предназначенные для конечного потребления, удовлетворения личных потребностей человека,

– производственные товары – это товары, используемые в производственном цикле при создании новых товаров;

2) По времени использования (потребления):

– товары краткосрочного пользования, используемые один или несколько раз,

– товары длительного пользования, используемые многократно;

3) По характеру потребления:

– товары повседневного спроса,

– товары тщательного выбора,

– престижные товары;

4) По характеру использования в зависимости от степени их участия в процессе производства:

– сырье, материалы, тара и упаковка,

– комплектующие детали, инструмент, инвентарь,

– техника и оборудование, прочие товарно-материальные запасы.

5) По функциональной принадлежности:

– товары – продукты питания,

– промышленные товары;

6) По видам запасов:

– текущие запасы – это товары на стадии реализации,

– подготовительные запасы – это товары на стадии предпродажной подготовки,

– гарантийные (страховые) запасы – необходимый и достаточный резерв товарных запасов с целью обеспечения непрерывного процесса реализации на случай срыва запланированных сроков текущих поставок товаров, изменения интенсивности потребления при непредвиденном возросшем спросе,

- сезонные запасы - это необходимый и достаточный резерв товарных запасов с целью обеспечения непрерывного процесса реализации в период сезонного колебания покупательского спроса,

- переходящие запасы;

7) По видам движения товаров в учете:

- товары в пути, товары на складе,

- товары на стадии предпродажной подготовки,

- зарезервированные товары, товары в магазинах в процессе реализации,

- товары на консигнации,

- реализованные товары на ответственном хранении.

На результативность эксплуатации товарных запасов имеют воздействие следующие внешние и внутренние факторы, уменьшение воздействия которых совершается за счет улучшения управления товарными запасами:

- внешние факторы – налоговое законодательство, финансово-кредитная политика, величина процентов к уплате по заемным средствам, экономическая ситуация в государстве;

- внутренние факторы – пути минимизации влияния внутренних факторов:

- ликвидация сверх нормативных запасов, совершенствования нормирования запасов, улучшение организации снабжения, оптимальный выбор надежных поставщиков, уровень запасов; рациональная организация сбыта товаров, применение рациональных форм расчетов; ускорение документооборота.

Товарные запасы считаются значимым компонентом ресурсного потенциала торговой компании, составляя существенную долю ее активов. С целью предоставления непрерывности процесса обращения товаров очень важно, чтобы доля товарных ресурсов постоянно находилась в состоянии товарного запаса.

Товарные запасы на рынке выступают в роли массы товаров, которые находятся в каналах сферы обращения, которая предназначена для реализации и служит с целью

удовлетворения спроса покупателей. Товарные запасы могут находиться в виде готового продукта у снабженцев, а кроме того в оптовой и розничной торговле.

Формирование товарных запасов постоянно требует конкретных финансовых инвестиций и по этой причине их размер отображает истинные денежные возможности накопления товаров. Структура и уровень товарных запасов - довольно четкий индикатор состояния «здоровья» каждой компании. Это один из показателей уровня эффективности использования материальных ресурсов и произведенного продукта, безупречности экономических отношений в целом. Товарные запасы служат основой для обеспечения надежности хода воспроизводства и могут приносить компании доход на основании ускорения их оборачиваемости. В основе формирования запасов в торговых фирмах лежат причины экономического, организационно-технологического и социального характера.

Присутствие товарных запасов считается важным условием работы каждой торговой компании. В условиях рынка существует немало факторов, почему компании идут на формирование запасов. Главным аргументом считается финансовая нерентабельность, как и, безусловно, физическая невозможность поступления товаров непосредственно в то время, когда в них появляется потребность. Товарные запасы призваны гарантировать непрерывность процесса обращения товаров, и деятельность сферы товарного обращения, отнюдь, не должна прекращаться между двумя очередными завозами товаров.

Иной аргумент, наиболее значимый для предприятий торговли заключается в том, что объем продаж и доход могут быть приумножены, в случае, если существует определенный запас товаров, который можно представить покупателю. В таком случае, товарный запас дает возможность гарантировать постоянное потребление товара, пусть даже если его производство нерегулярно. Необходимость создания товарного запаса объясняется, в свою очередь, перспективой получения дополнительного дохода за счет уменьшения оптовой цены, в случае покупок значительного количества товаров. По этой причине, запас формируется для того, чтобы использовать данное преимущество.

Потребность в товарных запасах помимо прочего обусловлена критериями транспортировки товаров. Некоторые товары нет возможности перевозить малыми количествами, их доставляют более большими партиями.

Наличие товарного запаса оправдывается и вероятностью случайных колебаний спроса и предложения, промежутка завоза товаров, дискретностью процесса поставки товаров при сравнительно постоянном потреблении. Товарный запас предназначается равным образом для нейтрализации сбоев в поставках. В конечном итоге, наличие товарного запаса мешает образованию неблагоприятного положения, спровоцированного потребностью совершать частые закупки.

Таким образом, вышеизложенное дает возможность называть товарный запас регулятором между поставками и потреблением, которые исполняются в различном темпе и равно как регулятор, товарный запас служит гарантией непрерывности товарного обращения при возникновении неожиданных либо внезапных обстоятельств, таких как изменение покупательского спроса, несоблюдение сроков поставок товаров и недостаток денежных средств для пополнения товарного запаса. Тем не менее чрезмерный товарный запас, свыше числа требуемого для того чтобы исполнять значимость регулятора, способен быть основой чистых потерь.

Товарные запасы выполняют определенные функции:

- обеспечивают непрерывность расширенного производства и обращения, в процессе которых происходят их систематическое образование и расходования;
- удовлетворяют платежеспособный спрос населения, поскольку являются формой товарного предложения;
- характеризуют соотношения между объемом и структурой спроса и товарного предложения.

Потребность создания товарных запасов обусловлена: непрерывностью процессов обращения; сезонностью производства и потребления; неравномерностью размещения производства потребления; колебаниями спроса производства; потребностью создания страховых запасов и иными факторами.

Масштабы товарных запасов напрямую сопряжены со скоростью обращения товаров. При постоянном размере товарооборота ускорение оборотности товаров

приводит к уменьшению товарных запасов, и, напротив, замедление оборотности требует большей массы товарных запасов.

Ускорение периода обращения товаров обладает огромной значимостью: увеличивает экономическую эффективность всего общественного производства, воздействует на темпы воспроизведения, являясь совместно с этим значимым обстоятельством увеличения рентабельности торговой деятельности компании.

Оборотность товаров возможно ускорить только за счет улучшения общей торгово-коммерческой и экономической деятельности компании. Это требует глубокого представления воздействия различных условий на создание товарных запасов. Одни из этих условий стимулируют скорость обращения товаров и благодаря этому объективно сокращают требуемую величину запасов, иные, напротив, тормозят темп товарного обращения и благодаря этому увеличивают объем запасов. Принимая это во внимание, можно выявить резервы ускорения оборотности запасов компании, уменьшить расходы на формирование и хранение товарных запасов.

Содержание запасов – дело опасное, вследствие того, что они омертвляют капитал и имеют все шансы со временем быть непригодными для реализации. Средства, вложенные в запасы, невозможно применять с целью приобретения иных активов либо товаров, способных увеличить эффективность компании. В случае, если в запасы инвестируются не собственные, а заемные средства, это повышает процентные расходы компании. Угроза иного вида связана с тем, что хранящийся продукт может быть расхищен, либо придет в негодность. В комбинации с существенным размером инвестиций в запасы, эти условия составляют значительную часть риска для каждой деловой компании. Немаловажно осознавать, что вид и уровень риска зависят от положения компании в канале распределения.

Необходимо отметить определенную трансформацию функционирующей классификации товарных запасов в условиях рынка. В данных обстоятельствах в классификации товарных запасов можно выделить ликвидные и неликвидные товарные запасы.

К ликвидным можно причислить быстро реализуемые товарные запасы, динамика и обновление которых считаются сравнительно стабильными.

Неликвидные можно рассматривать как длительное время не используемые товарные запасы, возникающие из-за смещения в худшую сторону качества товаров в ходе хранения, а кроме того морального износа. Избыточные запасы, необходимость в которых в этот период отсутствует, тоже необходимо расценивать как неликвидные.

Существуют переходящие запасы - части товарных ресурсов на конец отчетного периода, которые предназначаются в целях предоставления непрерывности торгового движения в отчетном (либо следующим вслед за отчетным) периоде на период вплоть до следующей поставки. Помимо этого, различают подготовительные, сезонные, текущие, совокупные, транспортные и прочие запасы. Непрерывность процесса реализации товаров обеспечивается, помимо прочего, формированием страхового резерва, то есть минимального резерва, границы, ниже которого резерв не обеспечит нормальную процедуру реализации. Данный резерв определен во избежание случайностей. Он также нужен ещё и вследствие того, то что интервалы между двумя поставками не являются стабильной величиной, а внутри данных интервалов предъявляемый спрос также испытывает некоторые колебания. Подобные резервы могут выступать гарантом непрерывности потребления и предотвращения возникновения недостатка.

1.2 Методы анализа товарных запасов

Управление запасами предусматривает создание более наилучших, с точки зрения хозяйственной деятельности, норм запасов, их прогнозирование, систему результативного контроля за их фактическим состоянием, ведение учета и хранение данных о запасах, осуществление углубленного экономического анализа товарных запасов и товарооборачиваемости, а кроме того разработку гибкой концепции регулирования величины запасов в зависимости от изменяющейся конъюнктуры рынка и обстоятельств транспортировки товаров.

Цель исследования товарных запасов заключается в выявлении предпосылок и результатов последствий изменения товарных запасов и скорости их обращения, раскрытия неиспользованных перспектив увеличения эффективности их использования.

Задачи анализа товарных запасов:

1. Определение уровня обеспеченности торговой организации необходимыми товарными ресурсами; оптимальности их размещения, влияния факторов на размер, структуру, изменение товарных запасов, наличия сверхнормативных или дефицитных видов товарных запасов;

2. Установление степени ритмичности поставок, их объёма, комплектности, качества, сортности, соответствия заказу, договору поставки;

3. Исследование эффективности хозяйственных отношений с поставщиками (своевременности заключения договоров на поставку, степень реализуемости закупленных товаров, точность исполнения договоров, возможности их пролонгирования и изменения);

4. Изучение показателей эффективности их размещения, использования и воздействия на экономические и финансовые результаты работы торговой организации;

5. Исчисление расходов, связанных с закупкой и хранением запасов и их влияния на прибыль торгового субъекта;

6. Подготовка исходной базы для нормирования и оптимального управления ими.

Информационной базой для анализа товарных запасов служат данные бухгалтерского, статистического, оперативного учета и отчетности, материалы выборочных обследованных наблюдений, единовременного учета, плановых и внеплановых инвентаризаций, результатов уценки.

Анализ товарных запасов проводят, в целом по торговой организации, ее структурным подразделениям, отдельным товарным группам, в следующей последовательности:

- 1) анализ обеспеченности товарооборота товарными запасами и их соответствия нормативу;
- 2) анализ динамики товарных запасов;
- 3) анализ факторов, влияющих на размер товарных запасов;
- 4) анализ обоснованности сезонных запасов;
- 5) анализ ассортиментной структуры запасов и их качества;
- 6) анализ скорости обращения товарных запасов;
- 7) анализ эффективности управления товарными запасами.

Далее рассмотрим систему относительных показателей измерения состояния и эффективности использования товарных запасов.

1. Уровень обеспеченности товарооборота товарными запасами показывает на сколько дней бесперебойной торговли обеспечена торговая организация товарными запасами, при сложившемся товарообороте, измеряется в днях.

$$OTЗ = \frac{TЗ}{OT}, \quad (1)$$

где TЗ- сумма товарных запасов на определенную дату, руб.

OT- однодневный товарооборот, руб.

Однодневный товарооборот, в свою очередь, рассчитывается по формуле:

$$OT = \frac{TO}{D}, \quad (2)$$

где TO- общий объем товарооборота на определенную дату, руб.

D- количество дней в периоде, дни.

2. Товарооборачиваемость: продолжительность одного оборота товарных запасов, показывает время, крайне важное для полного обновления запаса, или срок, в течение которого товарные запасы находятся в сфере обращения, измеряется в днях:

$$T_{об\,дни} = \frac{\overline{TЗ}}{OT}, \quad (3)$$

где $\overline{TЗ}$ – средний товарный запас за анализируемый период, руб.

3. Число оборотов товарных запасов показывает сколько оборотов совершил товарный запас за исследуемый период, измеряется в размах:

$$\text{Тобр} = \frac{\text{ТО}}{\text{ТЗ}}, \quad (4)$$

4. Запасоемкость характеризует величину товарных запасов на один рубль товарооборота, измеряется в рублях:

$$\text{Зем} = \frac{\text{Зем}_{i+1}}{\text{О}_i}, \quad (5)$$

где Зем – остаток запаса на начало (i+1)-го периода учета, единиц.

О- объем отгрузок за i-ый единичный период учета, единицы.

5. Степень реализации товарных ресурсов характеризует сумму товарооборота полученную на каждый рубль, вложенный в товарные ресурсы, измеряется в рублях:

$$\text{Эр} = \frac{\text{ТО}}{(\text{П}+\text{ТЗ})}, \quad (6)$$

где П- объёмы поступления товаров, руб.

6. Прибыльность товарных запасов показывает сумму прибыли полученной на каждый рубль средств, вложенных в товарные ресурсы, в рублях.

$$\text{Ртз} = \frac{\text{П.от реализации}}{(\text{П}+\text{ТЗ})}, \quad (7)$$

где П. от реализации – прибыль от реализации товаров.

7. Затратоемкость хранения товарных запасов показывает сколько расходов несет товарная организация по содержанию одного рубля товарных запасов, в процентах:

$$\text{Уртз} = \frac{\text{Ртз} \times 100}{\text{ТЗ}}, \quad (8)$$

где Ртз – сумма расходов по содержанию товарных запасов.

Для учета и анализа товарных запасов используются следующие методы:

1. Расчетный метод:

проводится анализ величины товарных запасов, товарооборачиваемость и их изменение;

инвентаризация. Иными словами подробный пересчет каждого товара. Сведения подвергаются оцениванию в натуральном выражении в действующих ценах и объединяются, согласно категориям товара, в единую необходимую сумму. Данный способ дает возможность установить, какие конкретно товары пользуются огромной популярностью, и в дальнейшем совершать обоснованные заявки, оптимизировать

инвестиции средств в товарные запасы, принимать разумные решения согласно оптимизации ассортимента. Данный способ обладает сложной характеристикой и препятствует функционированию предприятия в полном объеме;

сравнение материально ответственными лицами фактического наличия продукта со сведениями товарного учета. Подсчету подвергаются товарные места, это число ящиков, рулонов, либо мешков. Затем производится пересчет, то есть обуславливается количество товаров, которое, в результате, оценивается согласно действующим расценкам. Данный способ не обладает показателем высокой точности.

2. Балансовый метод базируется на применении балансовой формулы. Он характеризуется минимальными затратами труда и гарантирует быстрое осуществление оперативного учета и анализа товарных запасов с учетом связи с другими показателями. Применяя этот способ невозможно убрать из расчета различные неучтенные издержки, что способно послужить причиной к конкретным искажениям величины товарных запасов.

Что бы управлять товарными запасами, определять их оптимальную величину принято использовать:

технико-экономический расчет с использованием определенных формул;

систему с установленной постоянной величиной заказа;

систему с постоянной периодичностью повторения заказа.

Технико-экономический расчет задействуется и в розничной, и в оптовой торговле. Одним из его способов является последовательное определение оптимальной величины товарных запасов на каждом этапе товародвижения с дальнейшим суммированием полученных на каждом этапе результатов.

Остальные способы обычно применяются в розничной торговле, по причине того, что требуют постоянных проверок наличия товара.

Цель перечисленных методов заключается в следующем: для доведения величины товарных запасов до требуемого степени необходимо выполнять заявки равного количества товаров через любые интервалы времени, по мере потребности, либо совершать заявки необходимого количества товаров через одинаковые временные интервалы.

На практике, в торговле величину необходимых товарных запасов принято определять при помощи следующих способов:

отношением данного товарного запаса на конкретную дату к объему реализации на указанную дату за предшествующий период;

числом недель торговли, на которое будет достаточным определенного товарного запаса. Как исходные данные берется запланированная товарооборачиваемость;

учет реализации по как можно более дробным товарным группам.

Фактические и плановые товарные запасы находят собственное отображение в абсолютных суммах и в относительных величинах, к примеру в днях резерва. Рассматривая фактическое наличие запасов товара требуется сравнение с нормативом запасов абсолютных сумм, и дней резерва. Таким образом, возможно установить сверхнормативные товарные запасы, а кроме того определить предпосылки отклонений фактических запасов продуктов от установленных нормативов.

Сверхнормативные запасы товаров могут образовываться по следующим причинам:

невыполнение планов товарооборота;

доставка товаров в торговое предприятие в количествах, которые выше спроса на них;

при нарушении срока поставки товаров;

несоответствие комплектности поставляемых товаров;

нарушение нормальных условий хранения товаров.

Анализируя относительные показатели, то есть остатки в днях запаса, необходимо учитывать следующие нюансы:

изменение объема товарооборота;

изменение абсолютной величины товарных запасов.

Затем нужно выяснить меру влияния определенных факторов на величину показателя среднегодового запаса товаров, а именно:

изменение объема товарооборота;

изменение структуры товарооборота. Когда в общей сумме товарооборота растет доля товаров, характеризующихся медленной товарооборачиваемостью, тогда запасы

товаров растут, и наоборот, если растет доля товаров с более быстрой товарооборачиваемостью товарные запасы – снижаются;

оборачиваемость товаров. Этот показатель может охарактеризовать среднее время, по прошествии которого капитал, направленный на формирование товарных запасов, возвращается назад, принеся собой доход от продажи товаров.

При проведении анализа следует выяснить, по каким причинам было вызвано замедление товарооборачиваемости. Ими могут быть:

накопление сверхплановых товарных запасов;

снижение суммы товарооборота.

Для начала принято рассматривать товарооборачиваемость всех товаров в целом. Далее — по определенным видам товаров. Поставки товаров по отдельно взятым поставщикам, или по выбранным видам товара, количеству и срокам их поступления можно анализировать за любой временной промежуток.

1.3 Модели управления товарными запасами

Товарные запасы созданы ради того, чтобы осуществлять заказы своих потребителей на товары в необходимом количестве и в определенные сроки. Но запасы требуют затрат для их содержания, до тех пор пока они не «дождутся своего часа» и не будут выполнены. При этом убыток фирмы увеличивается, в первую очередь, за счет отвлечения из оборота доли денежных средств, инвестированной в запасы. По этой причине, фирма должна отыскать для себя наилучшую комбинация между издержками и выгодами от выбранного уровня товарных запасов и установить, какой размер запасов, согласно любой товарной группе (либо в том числе и воззрению), считается необходимой. При этом предпочтительно отказаться от исключительно эмпирических наблюдений за ситуациями вида: «есть заявки - нет товаров» либо «есть запасы - не достаточно средств», и перейти к наиболее беспристрастным критериям. В качестве базисных индикаторов качества установленной политики управления запасами могут применяться как

непосредственные, так и наиболее общие критерии, а кроме того их разнообразные комбинации.

1. Показатели достаточности запасов для удовлетворения покупательского спроса. Например, так называемый «уровень обслуживания», под которым понимается процент от общего объема имеющихся запросов, который удовлетворен из имеющихся материальных запасов без дополнительного заказа.

2. Показатели, основанные на поиске оптимального размера заказа, исходящие из соотношения стоимости хранения запасов и стоимости выполнения заказа. Издержки хранения выступают ограничением на размер запасов. Причем в стоимость хранения входят «вмененные» издержки. Они характеризуют прибыль, которая могла бы быть получена, если бы средства не были использованы для образования запаса, а «пущены в оборот». Большие размеры заказа (и, следовательно, меньшее их количество) уменьшают стоимость выполнения заказов, но приводят к увеличению стоимости хранения запасов. Поэтому необходимо найти баланс между, с одной стороны, стоимостью хранения, а, с другой стороны, - операциями по заказу товаров.

3. Индикаторы, связанные с характеристиками денежных потоков от операций по закупке и реализации товара. Например, величина чистого дисконтированного денежного потока, равная разнице между дисконтированной величиной средств, которые направлены на закупку товара, и средств, полученных от реализации (в течение расчетного периода). За величину дисконта может быть принята средняя рентабельность инвестиций компании или величина действующей ставки банковского кредита.

4. Индикаторы, отражающие рентабельностью деятельности компании при различных методах управления запасами. Например, рентабельность активов (ROA) в течение расчетного периода, определяемая отношением, где первый показатель характеризует рентабельность оборота или «рентабельность продаж», второй - характеризует «оборачиваемость активов» за период. Наличие излишних, избыточных запасов приводит к увеличению показателя «активы» и, следовательно, к снижению оборачиваемости. Необходимо определить оптимальную величину

инвестиций в запасы, которая, увеличивая «оборачиваемость активов», не приводила бы к снижению ROA (за счет уменьшения оборота). Представляется важным не то, какой из возможных индикаторов выбрала компания, а сам факт наличия выбранного индикатора. Только постоянное наблюдение за такими показателями позволяет судить о правильном направлении усилий, предпринимаемых в какой-либо области менеджмента - в данном случае эффективности системы управления запасами.

В международной практике к настоящему часу сформированы типичные подходы к решению вопроса планирования запасов, которые символически можно разбить на 2 категории: «от склада» и «от продаж». Но с целью принятия решения об их внедрении немаловажно дать оценку, в какой степени они применимы в определенных ситуациях, предусматривающих отечественную специфику.

Подход «от склада» в основной массе западных ERP-систем управления запасами реализуется с помощью той или иной технологии SIC (Statistical Inventory Control), которые используют статистические методы с целью прогнозирования спроса и периода пополнения товарных резервов. Такого рода подход базируется на расчете нормативных характеристик резервов, согласно каждому типу товарного ассортимента, отталкиваясь от наблюдений за их фактической оборачиваемостью в течение довольно внушительного времени.

Основными расчетными величинами являются:

- 1) страховой запас по каждой позиции - постоянная, неприкосновенная в нормальных условиях часть запасов, предназначенная для непрерывного снабжения потребителей даже в случае непредвиденных обстоятельств (например, отклонений в периодичности и величине партий поставок от предусмотренных договором; возможных задержек материалов или товаров в пути; непредвиденного возрастания спроса);
- 2) точка заказа определяет нижнюю границу запаса, при достижении которой необходимо организовать очередной заказ на пополнение запаса по данной товарной позиции.

На основании статистических данных выделяются ассортиментные группы, характеризующиеся различной значимостью в общем товарообороте (категории А, В, С) и различной степенью предсказуемости поведения (X, Y, Z). И для каждой из них применяются соответствующие методы планирования, учета и контроля. Категория А включает ограниченное количество наиболее существенных в стоимостном отношении позиций, которые требуют тщательного планирования, учета и контроля. Товары категории В требуют стандартного контроля и налаженного учета. А для категории С допустимы упрощенные методы планирования, учета и контроля. Такое разбиение позволяет сосредоточиться на главном, а не «мучаться», планируя позиции, которые составляют 0,1% оборота.

Статистические способы регулировки параметров заказа хорошо функционируют при наличии массивов собранных данных и стационарности процесса на довольно продолжительном промежутке времени. Однако для многих передовых отечественных фирм, функционирующих в условиях динамически меняющейся среды, практически не соблюдаются условия стационарности, и, преимущественно, неизменности товарного ассортимента, что значительно ограничивает применимость статистических моделей контроля динамики запасов. Помимо этого, статистические способы подразумевают анонимность потребителя (к примеру, в универсаме либо при обычном производстве «на склад»), а, кроме того, неимение возможности активно выяснять планы покупателей, либо даже воздействовать на их поведение.

Таким образом, при применении SIC, решение о закупке принимается в основном на базе статистических наблюдений за динамикой запасов, а не на основе сведений, обретенных вследствие индивидуального анализа истории взаимоотношений, либо прямого контакта с покупателями, что значительно увеличивает предсказуемость объемов продаж в краткосрочной перспективе.

Подход «от продаж». Более точные прогнозы объема сбыта, которые обобщают различные договоренности с клиентами и наблюдения за их поведением, позволяют компании существенно улучшить качество управления запасами за счет дополнения «статистических» («толкающих») моделей планирования заказов так

называемыми, «вытягивающими». Например, типа модели DRP (DistributionRequirementsPlanning), применяемой в системе BAAN - модели пополнения запасов на основе обработки совокупности заявок дистрибьюторов.

С другой стороны, аналогичные «тянущие» модели в истинном виде вероятны исключительно для фирм, работающих «на заказ» согласно всем ассортиментным позициям. По этой причине, почти для любой фирмы, исходя из специфик её торгово-закупочной деятельности, имеет смысл создавать персональную концепцию планирования и управления запасами, сочетающую тот и другой подходы. К тому же, в состав эффективных приемов, позволяющих найти решение важной, однако частной задачи управления запасами, могут включаться и такие универсальные техники управления ресурсами, как бюджетирование.

Первичные бюджеты продаж по покупателям (ассортимент по покупателям) оформляются менеджерами отдела реализации. Затем происходит объединение данных по всем покупателям всех менеджеров и оформляется консолидированный бюджет продаж согласно ассортименту, который является базой для планирования закупок и запасов в данном этапе.

Первоначальными объектами планирования при составлении бюджета продаж считаются заказы покупателей согласно номенклатурным позициям. Менеджер отдела реализации может планировать сначала в порядке важности групп покупателей (А-В-С), а затем по каждому покупателю, начиная с более важных и устойчивых позиций.

С покупателями категории А (а их у каждого менеджера не так уж много) вероятны также активные способы работы - а конкретно подтверждения заказов, анализ условий, оказывающих большое влияние на спрос по главным позициям, новые предложения, поддержка покупателей группы по уникальным ассортиментным позициям, которые обеспечивают реализацию ключевого ассортимента и т.п.

Безусловно, с целью поддержки процедуры планирования, из учетной системы могут быть выведены справочные аналитические отчеты по объемам продаж за предшествующие периоды. Но, необходимо принимать во внимание, что для

планирования месячного заказа по позиции в некоторых случаях немаловажно не столько представление среднего объема заказа, сколько того, что заказ в принципе осуществится. То есть, концепция планирования должна кроме того размечать позиции по группам XYZ, т.е. в связи с предсказуемостью заказа (весовых коэффициентов, подходящих группам предсказуемости).

Консолидированная таблица планирования по менеджеру в разрезе покупателей, размеченная по группам ABC, XYZ, преобразуется в таблицу по ассортименту, которая подается в отдел закупок и считается базой для планирования закупок в интересах более значимых и стабильных покупателей.

Одновременно, со стороны склада осуществляется централизованное составление плана наименее значимых и наименее предсказуемых позиций ассортимента, что уменьшит совокупный размер запаса. В этих целях, менеджеры отдела закупок, обобщив сведения по предшествующим периодам и наличные запасы, могут проектировать хранилище традиционным методом с поддержкой SIC системы - от среднего плюс среднеквадратическое отклонение.

Использование бюджетирования как действенного средства своевременного планирования объемов реализации, закупок и запасов значительно увеличивает достоверность прогноза, так как любой менеджер занимается этим в той области, где он максимально преуспел.

2 Анализ финансово-хозяйственной деятельности ООО «Валдай» и компания»

2.1 Краткая характеристика предприятия ООО «Валдай» и компания»

Организация зарегистрирована 15 мая 2014 г. регистратором Инспекция Федеральной налоговой службы по Красноглинскому району г. Самары. Директор организации – Харитонов Владимир Алексеевич. Компания ООО «Валдай» и Компания» находится по юридическому адресу 443109, Самарская область, город Самара, Товарная улица, дом 8 литера жж1ж, к 1. Основным видом деятельности является «Торговля оптовая автомобильными деталями, узлами и принадлежностями, кроме деятельности агентов», зарегистрировано 7 дополнительных видов деятельности.

Учредителями являются 3 физических лица. Компания является субъектом Малого и Среднего Предпринимательства, категория: микропредприятие, дата включения в реестр: 1 августа 2016 г.

Основным направлением деятельности является продажа оптом автомасел, смазок, автокосметики, автохимии, автоспецжидкостей, аксессуаров. Исходя из выше перечисленного, руководство выбрало необходимый сегмент рынка, в котором был бы возможен экономический рост фирмы с наименьшими затратами в будущих периодах и полное удовлетворение потребностей населения.

Прямое сотрудничество с производителями позволяет исключить большое количество перекупщиков и предоставить товар покупателю с небольшой торговой наценкой, а качество гарантируют сами изготовители продукции, предоставляя паспорта и сертификаты.

«Валдай» и компания»обеспечивает потребности всех торговых организаций, независимо от того, маленький магазин запчастей это или крупная торговая сеть, как — «Авто-Мото-Вело», Сеть магазинов «Навигатор», Сеть магазинов «Марс-автозапчасти», СВГК, «Волгарь Авто», Магазин «Автокрепеж», ООО «СлавАвто», ЗАО АКБ «Газбанк», Компания «Регион Шина», Сеть супермаркетов автозапчастей «Юнипол», АЗС Маркет при АЗС Башнефть.

Сотрудничество осуществляется с оптовыми фирмами, как в Самарском регионе, так и в Ульяновской, Пензенской, Оренбургской, Саратовской, Волгоградской, Ростовской, Челябинской областях, республиках Татарстан, Башкортостан, Удмуртия, Мордовия, Чувашия.

На фирме так же происходила доработка и уточнение стратегических целей, реформирование организационной структуры, создание оптимальных каналов сбыта (на основе активных продаж), поиск надежных поставщиков, разработка ассортиментной политики, а также работа по поиску квалифицированных кадров.

Основными клиентами ООО «Валдай» и компания» являются оптовые предприятия и предприятия розничной торговой сети Самары и области, что свидетельствует о грамотно разработанной сбытовой политике и умелом подборе кадров. Основные фонды предприятия – это офис и торговый зал, склады находятся в аренде.

Если изначально в компании была лишь пара человек, то далее их было уже гораздо больше. Именно это, а также расширение области деятельности предприятия потребовало изменений в организационной структуре: были выделены в отдельные структурные подразделения отдел логистики и коммерческий отдел.

В дальнейшем происходят изменения в структуре основных фондов. Компания приобретает территорию производственной базы, где находятся производственные и офисные помещения. На базе доступных производственных площадей создаются складские помещения, размещаются стеллажи, складское оборудование. В это же время происходит капитальный ремонт офисных помещений. В настоящее время, ООО «Валдай» и компания» имеет комплекс современных офисных и складских помещений в одном месте, что помогает лучше осуществлять оперативные мероприятия по всем направлениям, но большинстве случаев по сбыту и поставке продукции.

Миссия компании: расширять возможности клиентов, совершенствуя продажи и логистику.

Цель компании: «Человечество создало механизмы для реализации своего творческого потенциала, и они выполняют функции и задачи нужные для него. Наша цель обеспечить их бесперебойную работу на благо людей»

Принципы компании:

1. Клиенты - наше богатство.
2. Наши сотрудники - наша ценность.
3. Профессионализм и высокое качество.
4. Лояльность и престижность.
5. Честность и надёжность.
6. Единство целей.
7. Дисциплинированность и исполнительность.
8. Сотрудничество и товарищество.
9. Ответственность перед обществом.
10. Ответственность перед собственниками.

ООО ««Валдай» и компания» являются дистрибьюторами, либо дилерами многих известных брендов, чаще всего с эксклюзивным правом на продажу продукции по оптовым ценам.

На сегодняшний день топ-менеджеры и руководители подразделений повышают свою квалификацию в российских и зарубежных высших учебных заведениях.

За последние годы оборот компании увеличился более чем в пять раз. ООО ««Валдай» и компания» поставяет товары практически во все автомобильные торговые точки Самарской области.

Компания является:

Лукойл - официальный дилер (единственный в Самарской области по b2c)

Тосол-Синтез - официальный дистрибьютер (единственный в Самарской области)

LAVR - официальный дилер

НПЗ Ротор - официальный дилер (единственный в Самарской области)

Airline - официальный дистрибьютер (единственный в Самарской, Ульяновской, Пензенской областях)

Skyway - официальный дистрибьютер (единственный в Самарской, Ульяновской, Пензенской, Саратовской областях)

ФЭСТ - официальный дистрибьютер

Astrohim - официальный дистрибьютер

CityUp - официальный дистрибьютер

DarZip - официальный дистрибьютер

Avtolik - официальный дистрибьютер

AromaCar - официальный дистрибьютер (единственный в Самарской, Ульяновской, Пензенской, Саратовской областях)

AutoLux - официальный дистрибьютер (единственный в Самарской, Ульяновской, Пензенской, Саратовской областях)

В ассортимент товаров, предлагаемых компанией своим покупателям, входит:

- Автокосметика
- Автохимия
- Масла
- Охлаждающие жидкости
- Лакокрасочная продукция
- Смазки
- Тормозная жидкость
- Автозапчасти
- Аккумуляторы
- Аксессуары

Компания имеет несколько отделов, такие как:

1. Направление «Аксессуары»
2. Направление «Лукойл»
3. Отдел закупок
4. Отдел продаж

5. Отдел складской логистики
6. Отдел транспортной логистики
7. Тосол-Синтез

2.2 Анализ основных экономических показателей ООО «Валдай» и компания»

Экономические показатели характеризуют состояние экономики, а также различных ее объектов и протекающих внутри нее процессов в трех временах. Сами по себе они представляют собой один из наиболее популярных на сегодняшний день и - что еще более важно – эффективных инструментов, позволяющих определить состояние экономики определенной компании.

Представленный ниже анализ финансового состояния ООО «Валдай» и компания» выполнен за период 2014, 2015 и 2016 год.

Таблица 1 – Анализ финансового состояния ООО «Валдай» и компания»

Показатель	Значение показателя						Изменение за анализируемый период	
	2014г.		2015г.		2016г.			
	В тыс. руб.	В % к валюте баланса	В тыс. руб.	В % к валюте баланса	В тыс. руб.	В % к валюте баланса	В тыс. руб.	В % к валюте баланса
Актив								
1. Внеоборотные активы, в том числе:	-	-	-	-	546	0,6	-	-
Основные средства	-	-	-	-	528	0,6	-	-
Нематериальные активы	-	-	-	-	-	-	-	-
2. Оборотные активы, в том числе	363	100	1279	100	77723	99,3	+77360	99,5
Запасы	172	47,3	425	33,2	39453	50,4	+39281	99,5
Дебиторская задолженность	-	-	576	45	30636	39,1	+30062	98,1

Показатель	Значение показателя						Изменение за анализируемый период	
	2014г.		2015г.		2016г.		В тыс. руб.	В % к валюте баланса
	В тыс. руб.	В% к валюте баланса	В тыс. руб.	В % к валюте баланса	В тыс. руб.	В % к валюте баланса		
Денежные средства и краткосрочные финансовые вложения	-	-	278	21,7	2316	0,3	+2038	87,9
Пассив								
1. Собственный капитал	-	-	-	-	-	-	-	-
2. Долгосрочные обязательства, в том числе:	-	-	-	-	-	-	-	-
Заемные средства	-	-	-	-	-	-	-	-
3. Краткосрочные обязательства, в том числе:	-	-	-	-	-	-	-	-
Заемные средства	-	-	1089	85,1	14588	18,6	+13499	92,5
Валюта баланса	363	100	1279	100	78269	100	+77906	99,5

Исходя из таблицы, можно сделать вывод, что активы за представленный период увеличились на 77906 тыс. руб. (на 99,5%)

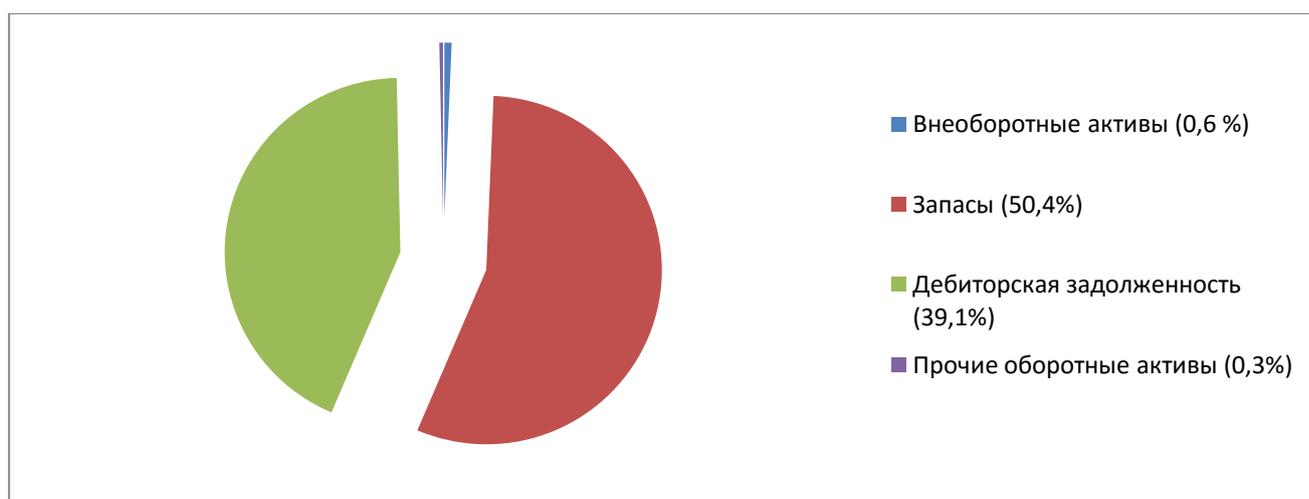


Рисунок 1 – Структура активов ООО «Валдай» и компания»

Рост активов в организации, непосредственно связан с увеличением запасов, а так же увеличением задолженности со стороны дебиторов.

Исходными данными для оценки ликвидности и платежеспособности рассматриваемой организации будет служить бухгалтерский баланс.

Таблица 2 – Аналитический баланс предприятия ООО ««Валдай» и компания», тыс.руб.

Наименование показателя	Код	2014г.	2015г.	2016г.	Отклонение	
					2016 г. от 2014г.	2015г. от 2016г.
АКТИВ						
I. ВНЕОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ						
Основные средства	1150	-	-	528000	528000	528000
Отложенные налоговые активы	1180	-	-	18000	18000	18000
Итого по разделу I	1100	-	-	546000	546000	546000
II. ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ						
Запасы	1210	172000	425000	39453000	39281000	39028000
Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям	1220	-	-	4609000	4609000	4609000
Дебиторская задолженность	1230	-	576000	30636000	30636000	30060000
Финансовые вложения (за исключением денежных эквивалентов)	1240	-	-	300000	300000	300000
Денежные средства и денежные эквиваленты	1250	159000	278000	2016000	1857000	1738000
Прочие оборотные активы	1260	32000	-	708	-31292	708
Итого по разделу II	1200	363000	1279000	77723000	77360000	76444000
БАЛАНС	1600	363000	1279000	78269000	77906000	76990000
ПАССИВ						
III. КАПИТАЛ И РЕЗЕРВЫ						
Уставный капитал (складочный капитал, уставный фонд, вклады товарищей)	1310	12000	12000	12000	0	0

Продолжение таблицы 2

Наименование показателя	Код	2014г.	2015г.	2016г.	Отклонение	
					2016 г. от 2014г.	2015г. от 2016г.
Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	1370	15000	106000	5707000	5692000	5601000
Итого по разделу III	1300	27000	118000	5719000	5692000	5601000
IV. ДОЛГОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА						
Отложенные налоговые обязательства	1420	-	-	13000	13000	13000
Итого по разделу IV	1400	-	-	13000	13000	13000
V. КРАТКОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА						
Заемные средства	1510	-	1089000	14588000	14588000	13499000
Кредиторская задолженность	1520	336000	72000	57949000	57613000	57877000
Итого по разделу V	1500	336000	1161000	72537000	72201000	71376000
БАЛАНС	1700	363000	1279000	78269000	77906000	76990000

Проведем анализ ликвидности, результаты сведем в таблицу 3.

Таблица 3 – Группировка активов по степени ликвидности и пассивов по степени срочности погашения обязательств ООО ««Валдай» и компания», тыс.руб.

Актив	2014 г.	2015 г.	2016 г.	Пассив	2014 г.	2015 г.	2016 г.	Отклонение 2014 г.	Отклонение 2015 г.	Отклонение 2016 г.
A1	2316	278	159	П1	57949	72	336	-55633	206	-177
A2	30636	576	0	П2	14588	1089	0	16048	-513	0
A3	44770	425	204	П3	13	0	0	44757	425	204
A4	546	0	0	П4	5719	118	27	-5173	-118	-27
Баланс	78269	1279	363	Баланс	78269	1279	363	-	-	-

Таким образом, баланс предприятия нельзя назвать абсолютно ликвидным, т.к. не выполняется система равенств:

$$A1 \geq П1$$

$$A2 \geq П2$$

$$A3 \geq П3$$

$A4 \leq П4$.

Таким образом, организация на момент составления баланса неплатёжеспособна, недостаточно суммы наиболее ликвидных активов для покрытия суммы наиболее срочных обязательств.

Проведем расчет и оценку финансовых коэффициентов платежеспособности в тыс.руб.

Текущая платежеспособность организации на ближайший период:

$$ТЛ_{2014} = (159+0)-(336+0) = -177$$

$$ТЛ_{2015} = (278+576)-(72+1089) = -307$$

$$ТЛ_{2016} = (2316+30636)-(57949+14588) = -39685$$

1. Перспективная платежеспособность организации на основе сравнения будущих поступлений и платежей:

$$ПЛ_{2014} = 204-0 = 204$$

$$ПЛ_{2015} = 425-0 = 425$$

$$ПЛ_{2016} = 44770-13 = 44757$$

2. Рассчитаем общий показатель платежеспособности:

$$ОП_{2014} = \frac{159+0,5 \cdot 0+0,3 \cdot 204}{336+0,5 \cdot 0+0,3 \cdot 0} = 0,65$$

$$ОП_{2015} = \frac{278+0,5 \cdot 576+0,3 \cdot 425}{72+0,5 \cdot 1089+0,3 \cdot 0} = 1,12$$

$$ОП_{2016} = \frac{2316+0,5 \cdot 30636+0,3 \cdot 44770}{57949+0,5 \cdot 14588+0,3 \cdot 13} = 0,47$$

В результате расчетов, значение в 2016 году получилось ниже рекомендуемого ≥ 1

3. Далее рассчитаем коэффициент абсолютной ликвидности:

$$К_{ал\ 2014} = \frac{159}{336+0} = 0,47$$

$$К_{ал\ 2015} = \frac{278}{72+1089} = 0,23$$

$$К_{ал\ 2016} = \frac{2316}{57949+14588} = 0,03$$

Значение за 2016 год находится ниже нормы (0,2 - 0,5).

Определим, чему равен коэффициент критической ликвидности:

$$K_{\text{кл}} 2014 = \frac{159+0}{336+0} = 0,47$$

$$K_{\text{кл}} 2015 = \frac{278+576}{72+1089} = 0,73$$

$$K_{\text{кл}} 2016 = \frac{2316+30636}{57949+14588} = 0,45$$

Значение коэффициента в 2016 году находится ниже принятого ограничения ≥ 1 .

4. Рассчитаем коэффициент текущей ликвидности:

$$K_{\text{тл}} 2014 = \frac{159+0+204}{336+0} = 1,08$$

$$K_{\text{тл}} 2015 = \frac{278+576+425}{72+1089} = 1,1$$

$$K_{\text{тл}} 2016 = \frac{2316+30636+44770}{57949+14588} = 1,07$$

В 2016 году у организации значение коэффициента менее 2, но более 1.

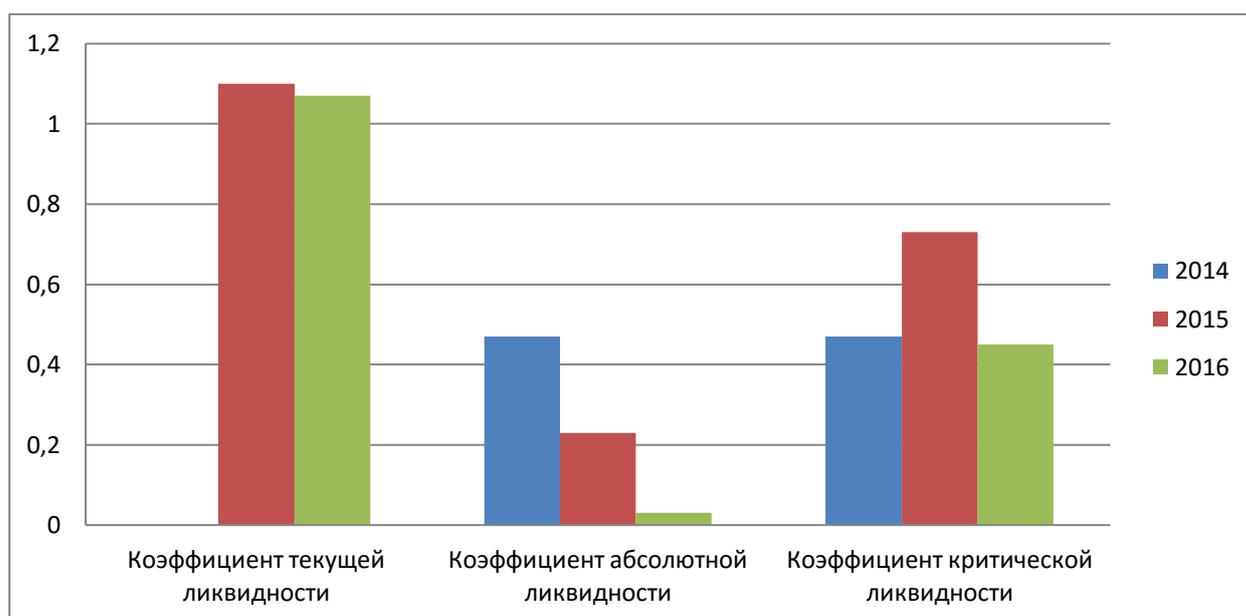


Рисунок 2 – Динамика коэффициентов ликвидности за 2014-2016 гг.

5. Т.к. $K_{\text{т.л.}} \leq 2$, следует рассчитать коэффициент восстановления платежеспособности :

$$K_{\text{в}} = \frac{1,07+0,25(1,07-1,08)}{2} = 0,53$$

Коэффициент < 1 , то есть предприятие в ближайшее время не имеет реальной возможности восстановить платежеспособность.

6. Затем определим коэффициент маневренности собственных оборотных средств:

$$K_{M 2014} = \frac{363-336}{27} = 1$$

$$K_{M 2015} = \frac{1279-1161}{118} = 1$$

$$K_{M 2016} = \frac{77723-72537}{5719} = 0,9$$

Значение коэффициента выше рекомендуемого (0,2-0,5).

7. Произведем расчет доли оборотных средств в активах, используя формулу:

$$\text{Доля}_{\text{обс}} 2014 = \frac{159+0+204}{363} = 1$$

$$\text{Доля}_{\text{обс}} 2015 = \frac{278+576+425}{1279} = 1$$

$$\text{Доля}_{\text{обс}} 2016 = \frac{2316+30636+44770}{78269} = 0,99$$

Значение коэффициента в 2016 году находится выше нормативного (0,5 -0,7).

10. Определим коэффициент обеспеченности собственными средствами:

$$K_{\text{осс}} 2014 = \frac{27-0}{159+0+204} = 0,07$$

$$K_{\text{осс}} 2015 = \frac{118-0}{278+576+425} = 0,09$$

$$K_{\text{осс}} 2016 = \frac{5719-546}{2316+30636+44770} = 0,06$$

Структуру баланса предприятия можно признать неудовлетворительной, а предприятие - неплатежеспособным, т.к. $K_{\text{осс}} < 0,1$.

Таким образом, можно сделать несколько выводов:

1. Общий показатель ликвидности показывает соотношение суммы всех ликвидных средств предприятия и суммы всех платёжных обязательств при условии, что различные группы входят в указанные суммы с определёнными весовыми коэффициентами, учитывающими их значимость с точки зрения сроков поступления средств и погашения обязательств. Величина показателя на конец периода уменьшилась на 0,18 и составляет 0,47, в то время, как начальное значение находилось на уровне 0,65. Оба значения меньше 1, что является негативным фактором.

2. На основании коэффициента абсолютной ликвидности можно определить, какую часть кредиторской задолженности предприятие может погасить немедленно. Такая задолженность гасится за счёт средств на расчётных счетах и в краткосрочных ценных бумагах. На начало периода значение коэффициента находилось на отметке 0,47, что соответствует норме 0,2. Величина показателя, определяющего конец периода, снижается и составляет 0,03.

3. Коэффициент критической оценки показывает, насколько ликвидные средства организации покрывают его краткосрочную задолженность. Показателем определяется доля кредиторской задолженности, которую предприятие может погасить немедленно за счёт наиболее ликвидных активов: средств на расчётных счетах, в краткосрочных ценных бумагах, поступлений по расчётам. Величина начального периода 0,47 уменьшается в конце периода на 0,02 и равняется 0,45.

4. Коэффициент текущей ликвидности характеризует достаточность у предприятия средств, которые могут быть использованы им для погашения своих краткосрочных обязательств в течение года. На начало периода значение коэффициента составляло 1,08. В течение периода он уменьшился на 0,01 и в конце года показал результат 1,07. Данные значения определяют неплатёжеспособность предприятия.

5. Доля оборотных средств в активах характеризует наличие оборотных средств во всех активах предприятия. Чистое отношение текущих затрат к активам составляет 1 на начало периода и 0,99 на конец расчётного периода, сокращаясь на 0,01.

6. Коэффициент обеспеченности средствами показывает, насколько достаточно собственных средств предприятия, необходимых для его финансовой устойчивости. Начало периода характеризуется значением показателя, равным 0,07. Под конец периода он уменьшается до 0,06. Значения меньше 0,1, поэтому можно говорить об их отклонении от нормы показателей.

Финансовая устойчивость - одна из характеристик соответствия структуры источников финансирования в структуре активов. В отличие от платежеспособности, которая оценивает оборотные активы и краткосрочные

обязательства предприятия, финансовая устойчивость определяется на основе соотношения разных видов источников финансирования и его соответствия составу активов.

В целях характеристики источников средств для формирования запасов и затрат используются показатели, отражающие различную степень охвата видов источников. В их числе:

1. Наличие собственных оборотных средств (СОС), тыс. руб.:

$$\text{СОС}_{2014} = 27 - 0 = 27$$

$$\text{СОС}_{2015} = 118 - 0 = 118$$

$$\text{СОС}_{2016} = 5707 - 546 = 5161$$

Увеличение СОС по сравнению с предыдущим периодом характеризует стратегическое развитие предприятия.

2. Наличие собственных и долгосрочных заемных источников формирования запасов и затрат (СД), тыс. руб.:

$$\text{СД}_{2014} = 27 + 0 = 27$$

$$\text{СД}_{2015} = 118 + 0 = 118$$

$$\text{СД}_{2016} = 5161 + 13 = 5174$$

Этот показатель называют так же «чистый оборотный капитал».

Нормальным считается положительное значение показателя СД, т.е. ситуация, когда оборотные активы превышают краткосрочные обязательства.

3. Общая величина основных источников формирования запасов и затрат (ОИ), тыс. руб.:

$$\text{ОИ}_{2014} = 27 + 336 = 363$$

$$\text{ОИ}_{2015} = 118 + 1161 = 1279$$

$$\text{ОИ}_{2016} = 5174 + 72537 = 77711$$

Этим 3-м показателям наличия источников формирования запасов и затрат соответствуют три показателя обеспеченности запасов и затрат источниками их формирования.

1. Излишек (+) или недостаток (-) собственных оборотных средств, тыс.руб.:

$$\Delta \text{СОС}_{2014} = 27 - 172 = -145$$

$$\Delta \text{СОС}_{2015} = 118 - 425 = -307$$

$$\Delta \text{СОС}_{2016} = 5161 - (39453+4609) = -38901$$

2. Излишек (+) или недостаток (-) собственных или долгосрочных источников формирования запасов и затрат, тыс. руб.:

$$\Delta \text{СД}_{2014} = 27 - 172 = -145$$

$$\Delta \text{СД}_{2015} = 118 - 425 = -307$$

$$\Delta \text{СД}_{2016} = 5174 - (39453+4609) = -38888$$

3. Излишек (+) или недостаток (-) общей величины основных источников формирования запасов и затрат, тыс. руб.:

$$\Delta \text{ОИ}_{2014} = 363 - 172 = 191$$

$$\Delta \text{ОИ}_{2015} = 1279 - 425 = 854$$

$$\Delta \text{ОИ}_{2016} = 77711 - (39453+4609) = 33649$$

Все эти показатели являются абсолютными показателями финансовой устойчивости.

На предприятии ООО ««Валдай» и компания» преобладает неустойчивое финансовое состояние, потому что соблюдаются условия:

$$\Delta \text{СОС} < 0, \Delta \text{СД} < 0, \Delta \text{ОИ} > 0. \text{ Ситуация типа } S = \{0; 0; 1\}.$$

Далее рассчитаем коэффициенты финансовой устойчивости.

1. Коэффициент финансовой устойчивости

$$\text{Кфу}_{2014} = \frac{27+0}{363} = 0,07$$

$$\text{Кфу}_{2015} = \frac{118+0}{1279} = 0,09$$

$$\text{Кфу}_{2016} = \frac{5719+13}{78269} = 0,07$$

Состояние тревожное, т.к. ниже 0,75.

2. Коэффициент автономии (коэффициент финансовой независимости)

$$\text{Ка}_{2014} = \frac{27}{363} = 0,07$$

$$\text{Ка}_{2015} = \frac{118}{1279} = 0,09$$

$$\text{Ка}_{2016} = \frac{5719}{78269} = 0,07$$

Значение показателя за 2016 год не соответствует норме (больше либо равно 0,5).

3. Коэффициент финансовой зависимости

$$Кфз_{2014} = \frac{336}{27} = 12,44$$

$$Кфз_{2015} = \frac{1089+72}{118} = 9,83$$

$$Кфз_{2016} = \frac{13+14588+57949}{5719} = 12,6$$

Показатель превышает рекомендуемое значение меньше 0,7. Превышение означает зависимость от внешних источников средств.

4. Коэффициент финансовой независимости в части формирования запасов и затрат.

$$Кфнз_{2014} = \frac{27}{172} = 0,15$$

$$Кфнз_{2014} = \frac{118}{425} = 0,27$$

$$Кфнз_{2014} = \frac{5719-546}{39453+4609} = 0,11$$

Показатель меньше рекомендуемого значения (>1)

5. Коэффициент капитализации (плечо финансового рычага)

$$Кк_{2014} = \frac{336}{27} = 12,44$$

$$Кк_{2015} = \frac{1161}{118} = 9,83$$

$$Кк_{2016} = \frac{13+72537}{5719} = 12,68$$

Коэффициент больше рекомендуемого значения (<1)

6. Коэффициент обеспеченности собственными источниками финансирования показывает, какая часть оборотных активов финансируется за счет собственных источников. Формула расчета коэффициента:

$$Косиф_{2014} = \frac{27}{363} = 0,07$$

$$Косиф_{2015} = \frac{118}{1279} = 0,09$$

$$Косиф_{2016} = \frac{5719-546}{77723} = 0,06$$

Таблица 4 - Оценка показателей финансовой устойчивости предприятия за 2016 год.

№ п.п.	Показатели финансового состояния	Рейтинги показателей	Баллы
1	Коэффициент абсолютной ликвидности (Л2)	20	0
2	Коэффициент критической оценки (Л3)	18	0
3	Коэффициент текущей ликвидности (Л4)	16,5	3
4	Коэффициент финансовой независимости (автономии) (У3)	17	0
5	Коэффициент обеспеченности собственными источниками финансирования (У2)	15	0
6	Коэффициент финансовой независимости в части формирования запасов и затрат (У10)	13,5	0
Итого:		100,0	3

Предприятие ООО «« Валдай» и компания» входит в 5 класс финансовой устойчивости организаций, что значит, что организация имеет неудовлетворительное финансовое состояние и может быть признана банкротом. Организация неплатежеспособна и убыточна. Взаимоотношения партнеров с данной организацией нецелесообразны.

Показатели рентабельности характеризуют эффективность работы предприятия в целом, доходность различных направлений деятельности (производственной, предпринимательской, инвестиционной), окупаемость затрат и т.д. Они более полно, чем прибыль, отражают окончательные результаты хозяйствования, потому что их величина показывает соотношение эффекта с наличными или использованными ресурсами. Их используют для оценки деятельности предприятия и как инструмент в инвестиционной политике и ценообразовании.

В качестве исходных данных возьмем отчет о финансовых результатах компании ООО ««Валдай» и компания», представленный в таблице 5.

Таблица 4 – Динамика финансовых результатов ООО ««Валдай и компания», тыс. руб.

Наименование показателя	Код	2014	2015	2016	Отклонения	
					2016г. от 2014г.	2016г. от 2015 г.
Выручка	2110	1126	6625	284826	283700	278201
Себестоимость продаж	2120	1020	(6035)	(263103)	262083	257068
Валовая прибыль	2100	106	590	21723	21617	21133
Коммерческие расходы	2210	(53)	(447)	(21234)	21181	20787
Управленческие расходы	2220	-	-	-	-	-
Прибыль (убыток) от продаж	2200	53	143	489	436	346
Доходы от участия в других организациях	2310	-	-	-		
Проценты к получению	2320	-	-	-		
Проценты к уплате	2330	-	-	-		
Прочие доходы	2340	-	-	6762	6762	6762
Прочие расходы	2350	-	-	246	246	246
Прибыль (убыток) до налогообложения	2300	53	143	7005	6952	6862
Текущий налог на прибыль	2410	10	(28)	(1401)	1391	1373
В т.ч. постоянные налоговые обязательства (активы)	2421	-	-	-	-	-
Изменение отложенных налоговых обязательств	2430	-	-	(18)	18	18
Изменение отложенных налоговых активов	2450	-	-	18	18	18
Прочее	2460	-	-	(3)	3	3
Чистая прибыль (убыток)	2400	43	115	5601	5558	5486

Рассчитаем показатели рентабельности и сведем их в таблицу 6.

Рентабельность товарооборота, %:

$$K_{ir2014} = \frac{53}{1126} \times 100\% = 4$$

$$K_{ir2015} = \frac{143}{6625} \times 100\% = 2$$

$$K_{ir2016} = \frac{143}{6625} \times 100\% = 2$$

Рентабельность всего капитала фирмы, %:

$$K_{2R2014} = \frac{43}{(78269+1279+363)/3} \times 100\% = 1$$

$$K_{2R2015} = \frac{115}{(78269+1279+363)/3} \times 100\% = 4$$

$$K_{2R2016} = \frac{5601}{(78269+1279+363)/3} \times 100\% = 21$$

Рентабельность основных средств и прочих внеоборотных активов, %:

$$K_{3R2014} = \frac{43}{(528+0+0)/3} \times 100\% = 24$$

$$K_{3R2015} = \frac{115}{(528+0+0)/3} \times 100\% = 65$$

$$K_{3R2016} = \frac{5601}{(528+0+0)/3} \times 100\% = 3180$$

Рентабельность перманентного капитала, %:

$$K_{4R2014} = \frac{43}{1954,6} \times 100\% = 2$$

$$K_{4R2015} = \frac{115}{1954,6} \times 100\% = 5$$

$$K_{4R2016} = \frac{5601}{1954,6} \times 100\% = 286$$

Рентабельность собственного капитала, %:

$$K_{5R2014} = \frac{43}{1954,6} \times 100\% = 2$$

$$K_{5R2015} = \frac{115}{1954,6} \times 100\% = 5$$

$$K_{5R2016} = \frac{5601}{1954,6} \times 100\% = 286$$

Рентабельность основной деятельности, %:

$$K_{6R2014} = \frac{53}{1020+53} \times 100\% = 4$$

$$K_{6R2015} = \frac{143}{6035+447} \times 100\% = 2$$

$$K_{6R2016} = \frac{489}{263100+21723} \times 100\% = 0,17$$

Рентабельность оборотных активов, %:

$$K_{7R2014} = \frac{53}{26455} \times 100\% = 0,2$$

$$K_{7R2015} = \frac{143}{26455} \times 100\% = 0,5$$

$$K_{7R2016} = \frac{489}{26455} \times 100\% = 1$$

Таблица 6 – Динамика показателей рентабельности ООО ««Валдай» и компания», %

Показатель рентабельности	2016	2015	2016
Рентабельность товарооборота	4	2	2
Рентабельность всего капитала фирмы	1	4	21
Рентабельность основных средств и прочих внеоборотных активов	24	65	3180
Рентабельность перманентного капитала	2	5	286
Рентабельность собственного капитала	2	5	286
Рентабельность основной деятельности	4	2	0,17
Рентабельность оборотных активов	0,2	0,5	1

В отдельную таблицу 7 сведем отклонения 2016 года от 2014 года и сделаем выводы.

Таблица 7 - Отклонение показателей рентабельности за период 2014-2016 г.

Показатель	Отклонение
Рентабельность товарооборота	-3,9
Рентабельность всего капитала фирмы	20
Рентабельность основных средств и прочих внеоборотных активов	3156
Рентабельность перманентного капитала	284
Рентабельность собственного капитала	284
Рентабельность основной деятельности	-3,83
Рентабельность оборотных активов	0,8

Такие показатели, как рентабельность всего капитала фирмы, рентабельность основных средств, перманентного и собственного капитала, а так же рентабельность оборотных активов имеют небольшую положительную динамику в 2016 году. В свою очередь, рентабельность товарооборота и основной деятельности в 2016 году идут на спад.

3. Оценка эффективности использования товарных запасов и ее повышение

3.1 Анализ товарных запасов ООО «Валдай» и компания»

Анализ отчетных данных об обеспеченности ООО «Валдай» и компания» товарными ресурсами в предплановом периоде, о выполнении договоров, равномерности поступления товаров, оценка эффективности использования ресурсов в целом и основного составляющего их элемента — товарных запасов является необходимым, начальным этапом управления товарными запасами.

Предприятием должен быть организован четкий учет выполнения договоров на поставку товаров с точки зрения полноты их выполнения как по объему, так и по срокам. Причем соблюдение сроков поставки товаров и равномерность поставки имеют весьма важное значение для предприятий торговли, поскольку это обеспечивает бесперебойную продажу товаров, не требует дополнительных товарных запасов в виде страховых запасов для обеспечения бесперебойной продажи в случае несоблюдения сроков поставки и ее неравномерности.

Равномерность поставки товаров характеризуется коэффициентом равномерности. Его расчет состоит из следующих операций:

1) определение среднеквадратического отклонения фактического объема поставки:

$$\sigma = \sqrt{\sum \frac{(X - X_{\text{ср}})^2}{n}}, \quad (9)$$

где X — фактический объем поставки товаров за день, декаду, месяц и т.д., руб.;

$X_{\text{ср}}$ — среднее значение объема поставки товаров за день, декаду, месяц и т.д., руб.;

n — количество дней, декад, месяцев и т.д.;

2) расчет коэффициента вариации поставки (γ):

$$\gamma = \frac{\sigma \times 100}{X_{\text{ср}}}, \quad (10)$$

3) вычисление коэффициента равномерности поступления товаров ($K_{\text{равн}}$):

$$K_{\text{равн}} = 100 - \gamma, \quad (11)$$

Чем ближе значение коэффициента равномерности к 100%, тем более равномерно организовано поступление товаров, тем меньше размер упущенной выгоды от возможных перебоев в продаже отдельных товаров.

Важным направлением анализа является определение степени обеспеченности розничного товарооборота товарными ресурсами в целом и товарными запасами в частности. Обеспеченность предприятия товарными ресурсами можно установить, рассчитав сумму товарных ресурсов, приходящуюся на 1 руб. товарооборота:

$$K_{\text{обесп}} = \frac{\Pi + TЗ_{\text{ср}}}{TO}, \quad (12)$$

где $K_{\text{обесп}}$ — коэффициент обеспеченности предприятия товарными ресурсами;

$TЗ_{\text{ср}}$ — средняя величина товарного запаса, руб.;

TO — размер товарооборота, руб.

Этот показатель анализируется в динамике либо по сравнению с плановым значением.

Уровень обеспеченности розничного товарооборота товарными запасами может быть охарактеризован размером товарного запаса в днях оборота, который показывает, на сколько дней торговли хватит данного товарного запаса.

$$TЗ_{\text{дн}} = \frac{TЗ_{\text{дн}}}{O_{\text{то}}}, \quad (13)$$

где $TЗ_{\text{дн}}$ — товарный запас в днях оборота, дни;

$TЗ$ — товарный запас в сумме на определенную дату, руб.;

$O_{\text{то}}$ - однодневный товарооборот, руб.

Анализ товарных ресурсов и товарных запасов завершается анализом эффективности их использования. Причем эффективность использования товарных ресурсов может быть определена как по показателю розничного товарооборота, так и по показателю прибыли:

$$\mathcal{E}_1 = \frac{P_{\text{ТО}}}{\Pi + TЗ_{\text{ср}}}, \quad (14)$$

$$\mathcal{E}_2 = \frac{P_{\text{реал}}}{\Pi + TЗ_{\text{ср}}}, \quad (15)$$

где $\mathcal{E}_1, \mathcal{E}_2$ — показатели эффективности использования товарных ресурсов соответственно по товарообороту и прибыли, руб.;

$\Pi_{\text{реал}}$ — прибыль от реализации товаров, руб.

Коэффициенты $\mathcal{E}_1, \mathcal{E}_2$ показывают суммы товарооборота и прибыли, полученных на каждый рубль, вложенный в товарные ресурсы.

Эффективность использования товарных запасов чаще всего характеризуется временем обращения товаров в днях оборота и числом оборотов, т.е. скоростью товарооборота (товарооборачиваемостью). Эти показатели взаимосвязаны между собой и рассчитываются по формулам:

$$K_{\text{об}} = \frac{P_{\text{ТО}}}{TЗ_{\text{ср}}}, \quad (16)$$

$$T_{\text{об}} = \frac{TЗ_{\text{ср}} \times D}{\text{ТО}}, \quad (17)$$

$$T_{\text{об}} = \frac{TЗ_{\text{ср}}}{O_{\text{то}}}, \quad (18)$$

где $K_{\text{об}}$ - коэффициент товарооборачиваемости, число оборотов;

$T_{\text{об}}$ — время обращения товаров, дни;

$TЗ_{\text{ср}}$ — средний товарный запас, руб.;

D — число дней в периоде.

Средний товарный запас за анализируемый период рассчитывается по формуле средней хронологической моментного ряда:

$$TЗ_{\text{ср}} = \frac{1/2TЗ_1 + TЗ_2 + TЗ_3 \dots 1/2TЗ_n}{n-1} \quad (19)$$

где $TЗ_1, TЗ_2, TЗ_3 \dots TЗ_n$ - величина товарных запасов на отдельные даты анализируемого периода, руб.;

n - количество дат, за которые берется величина запасов.

На основании данных таблицы 2.2 оценим равномерность поставки товаров в ООО «Валдай» и компания».

Определим среднеквадратическое отклонение фактического объема поставки:

$$\sigma_{2014} = \sqrt{\frac{5,04}{12}} = 0,64$$

$$\sigma_{2015} = \sqrt{\frac{99,68}{12}} = 2,88$$

$$\sigma_{2016} = \sqrt{\frac{349144,19}{12}} = 170,57$$

Рассчитаем коэффициент вариации поставки:

$$\gamma_{2014} = \frac{0,64 \times 100}{104,85/12} = 7,32$$

$$\gamma_{2015} = \frac{2,88 \times 100}{575,3/12} = 6,007$$

$$\gamma_{2016} = \frac{170,57 \times 100}{22083,82/12} = 9,27$$

Вычислим коэффициент равномерности поступления товаров:

$$K_{\text{равн } 2014} = 100 - 7,32 = 92,68\%;$$

$$K_{\text{равн } 2015} = 100 - 6,007 = 93,99\%.$$

$$K_{\text{равн } 2016} = 100 - 9,27 = 90,73\%$$

Таблица 8 - Исходные данные для определения среднего объема поставки ООО «Валдай» и компания» в 2014-2016 гг.

Дата	Фактический объем поставки товаров за день (X)			(X-X _{ср.}) ²		
	2014г.	2015г.	2016г.	2014г.	2015г.	2016г.
01 января	8,14	45,81	1967,56	0,36	4,54	16190,44
01 февраля	8,24	48,92	1989,43	0,25	0,96	22234,29
01 марта	8,19	49,51	2110,13	0,30	2,46	72798,34
01 апреля	9,15	49,78	2105,81	0,17	3,38	70485,83
01 мая	8,72	44,31	1913,19	0,00	13,19	5310,28
01 июня	8,74	43,82	1940,21	0,00	16,99	9978,35
01 июля	9,77	50,01	1871,10	1,07	4,28	947,51
01 августа	9,54	48,34	1884,51	0,64	0,16	1952,90
01 сентября	8,51	50,82	1936,54	0,05	8,28	9258,61
01 октября	9,81	53,46	2102,72	1,15	30,45	68854,63

Дата	Фактический объем поставки товаров за день (X)			(X-X _{ср.}) ²		
	2014г.	2015г.	2016г.	2014г.	2015г.	2016г.
01 ноября	8,12	44,71	2054,87	0,38	10,44	46032,42
01 декабря	7,92	45,81	1998,75	0,67	4,54	25100,59
Итого	104,85	575,3	22083,82	5,04	99,68	349144,19

Как видно из вычислений, поступление товаров на предприятие в 2014 г. было организовано достаточно равномерно, но к 2016 году коэффициент равномерности снизился до 90,73%, что увеличило размер упущенной выгоды от возможных перебоев в продаже отдельных товаров. Однако коэффициент равномерности в 2014-2016 году находится на довольно высоком уровне, не меньше 90% .

В приложении 1 рассчитан средний товарный запас за 2014 - 2016 гг. Как следует из таблиц 1.1, 1.2, и 1.3 средний размер товарных запасов за 2014 г. составил 98,46 тыс.руб., в 2015 г. – 551,94 тыс.руб., а в 2016 году – 23445,38 тыс.руб. Как видно, за период 2014-2016 гг. средний размер товарного запаса увеличился на 23346,92 тыс. руб., или 99,5 %. В то же время средний товарооборот за месяц увеличился на 23641,7 тыс.руб., или 99,6 %, по сравнению с периодом 2014 -2015 гг. наблюдается положительная динамика.

В приложении 2 представлены результаты расчетов коэффициента оборачиваемости товарных запасов и периода обращения в ООО «Валдай» и компания».

Расчет влияния изменения объема, структуры товарооборота и среднего товарного запаса на время товарного обращения (в днях) можно провести методом цепной подстановки:

$$T_{об} = \frac{TЗ_{ср.0}}{O_{то.0}}, \quad (20)$$

$$T_{об\ расч} = \frac{TЗ_{ср.0}}{O_{то.1}}, \quad (21)$$

$$T_{об1} = \frac{TЗ_{ср.1}}{Ото.1}, \quad (22)$$

Далее будут произведены расчеты, по представленным выше формулам:

$$T_{об} = \frac{98,46}{3,13} = 31,45 \text{ дня}$$

$$T_{об \text{ расч}} = \frac{98,46}{791,18} = 0,12 \text{ дня}$$

$$T_{об1} = \frac{23445,38}{791,18} = 29,63 \text{ дня.}$$

Результаты выполненных расчетов позволяют утверждать, что за счет увеличения товарооборота на 99,6% по сравнению с 2014 г. и изменением его структуры оборачиваемость товаров ускорилась на 31,33 (0,12 – 31,45) дня, в то же время увеличение среднего товарного запаса на 99,5 % привело к замедлению товарооборачиваемости на 29,51 (29,63 – 0,12) дня.

Помимо объема товарооборота, на время товарного обращения существенное влияние оказывает и его структура.

В 2016 г. по сравнению с 2014 г. структура товарооборота несколько изменилась, что не могло не сказаться на периоде обращения среднего товарного запаса. В процессе анализа, который может быть проведен способом процентных чисел, выявляется степень влияния этого фактора (см. табл. 9).

Таблица 9 – Анализ влияния изменения структуры товарооборота на время обращения товаров

Товарные группы	Структура товарооборота, %				Время обращения 2014 г., дни	Процентные числа (гр. 5 * гр. 6)
	2014 г.	2015 г.	2016 г.	+/-		
1	2	3	4	5	6	7
Продукция компании «Тосол-Синтез»	6,82	10,58	10,48	3,65	29,58	108,03
Продукция «Волга-Ойл»	1,92	5,85	5,29	3,37	29,50	99,33
Масла фирмы «MOBIL»	6,40	4,64	2,89	-3,51	32,75	-114,85
Масла фирмы «SHELL»	4,58	3,35	7,31	2,72	35,86	97,66

Продолжение таблицы 9

Товарные группы	Структура товарооборота, %				Время обращения 2014 г., дни	Процентные числа (гр. 5 * гр. 6)
	2014 г.	2015 г.	2016 г.	+/-		
1	2	3	4	5	6	7
Смазки Уфимские	6,18	8,72	1,46	-4,72	32,33	-152,61
Электролит и дистиллированная вода	9,49	9,84	0,62	-8,87	31,42	-278,57
Клеи и герметики	5,54	4,98	5,79	0,25	33,92	8,51
Растворители	8,00	5,76	4,42	-3,58	32,68	-116,92
Фильтры воздушные	5,86	2,63	9,04	3,17	30,60	97,11
Фильтры масляные	3,41	6,65	5,30	1,88	31,69	59,68
Фильтры топливные	4,80	5,18	9,87	5,07	30,20	153,18
Автокосметика других фирм	8,74	2,24	4,84	-3,90	30,62	-119,53
Продукция «Ресурс»	4,05	1,54	3,32	-0,74	30,63	-22,54
Продукция компании «Альфа Хим групп»	5,97	7,86	10,37	4,40	30,43	134,00
Лукойл	8,32	6,94	10,59	2,27	30,46	69,18
Продукция «РОСНЕФТЬ»	3,41	2,86	1,44	-1,97	31,59	-62,25
Масла нефтяной компании «ЛУКОЙЛ»	2,24	7,37	2,73	0,49	31,57	15,55
Прочее	4,26	3,02	4,26	-0,01	31,13	-0,27
Итого	100,00	100,00	100,00	0,00	-	-25,29

Влияние изменения структуры товарооборота составило 0,25 (25,29/100) дня. Таким образом, на время обращения товаров оказали влияние следующие факторы: увеличение объема товарооборота и суммы среднего товарного запаса, изменение структуры товарооборота. Каждый из этих факторов приводил к замораживанию или высвобождению средств из оборота и соответственно к увеличению прибыли или потере выгоды. Сумма высвобожденных из оборота (дополнительно вовлеченных в оборот) средств определяется по формуле:

$$BC = O_{\text{то 1}} \times (T_{\text{об1}} - T_{\text{об0}}), \quad (23)$$

где BC – сумма высвобожденных из оборота (дополнительно вовлеченных) средств, руб.

В нашем случае:

$$BC = 791,18 \times (29,63 - 31,45) = -1439,94$$

Размер дополнительной прибыли (убытка), полученной за счет ускорения оборачиваемости, можно вычислить по сложившемуся в отчетном году уровню рентабельности:

$$П_{\text{реал}} = \frac{BC \times R_{\text{то}}}{100}, \quad (24)$$

где $\Delta П_{\text{реал}}$ – сумма дополнительной прибыли (потери, выгоды), руб.;

$R_{\text{то}}$ – уровень рентабельности основной деятельности, в % к товарообороту.

В нашем случае сумма дополнительной прибыли при уровне рентабельности, равном 0,17%, равна:

$$\Delta П_{\text{реал}} = 1439,94 \times 0,0017 = 2,44 \text{ тыс. руб.}$$

Таким образом, при принятом уровне рентабельности 0,17% в целом по предприятию может быть получен дополнительная прибыль в размере 2,44 тыс. руб.

Далее проведем ABC анализ по ООО ««Валдай» и компания» за 2016 г. (см. табл. 10).

По сути, ABC-анализ — это ранжирование ассортимента по разным параметрам. Ранжировать таким образом можно и поставщиков, и складские запасы, и покупателей, и длительные периоды продаж — всё, что имеет достаточное количество статистических данных. Результатом ABC анализа является группировка объектов по степени влияния на общий результат.

Таблица 10 – ABC-анализ для ООО ««Валдай» и компания» за 2016 г.

Товарная группа	Выручка за год, тыс.руб.	Доля, %	Доля нарастающим итогом, %	Группа
1	2	3	4	5
Лукойл	30153,6	10,59	10,59	A
Продукция компании «Тосол-Синтез»	29836,8	10,48	21,07	A
Продукция компании «Альфа Хим групп»	29547,6	10,37	31,44	A

Продолжение таблицы 10

Товарная группа	Выручка за год, тыс.руб.	Доля, %	Доля нарастающим итогом, %	Группа
Фильтры топливные	28111,2	9,87	41,31	А
Фильтры воздушные	25740	9,04	50,35	А
Масла фирмы «SHELL»	20814	7,31	57,65	А
Клеи и герметики	16504,8	5,79	63,45	А
Фильтры масляные	15081,6	5,30	68,74	А
Продукция «Волга-Ойл»	15056,4	5,29	74,03	А
Автокосметика других фирм	13782	4,84	78,87	А
Растворители	12583,8	4,42	83,29	В
Прочее	12121,2	4,26	87,54	В
Продукция «Ресурс»	9442,8	3,32	90,86	В
Масла фирмы «MOBIL»	8230,8	2,89	93,75	В
Масла нефтяной компании «ЛУКОЙЛ»	7779,36	2,73	96,48	С
Смазки Уфимские	4166,04	1,46	97,94	С
Продукция «РОСНЕФТЬ»	4105,2	1,44	99,38	С
Электролит и дист. Вода	1768,8	0,62	100,00	С

После проведенного ABC-анализа очевидно, что первые 10 товарных групп дают 78,87% продаж, вместе с еще 4 товарными группами дают 93,75% и 4 товарные группы – остальные 6,25%. Это говорит о том, что на товары А приходится большая часть вложенных в запасы денежных средств, их размеры и издержки, связанные с ними, должны постоянно контролироваться. Эти товары должны находиться в «горячей» зоне склада. Товары В занимают срединное положение в формировании запасов предприятия по сравнению с группой А и требуют к себе меньшего внимания. Здесь осуществляется обычный контроль и сбор информации о запасах, который должен позволить своевременно обнаружить основные изменения в использовании запасов. На товары С приходится наименьшая доля денежных средств, вложенных в запасы. Точные оптимизационные расчеты размера и периода заказа с товарами этой группы не выполняются. Пополнение регистрируется, но текущий учет уровня запасов не ведется. Проверка наличия

запасов проводится лишь периодически. Эти товары должны находиться в «холодной» зоне склада.

В целом, проведенный анализ показал увеличение эффективности управления запасами. Так, при ускорении оборачиваемости товаров, сумма средств высвобожденных из оборота составит 1439,94 тыс.руб., при рентабельности основной деятельности в 0,17%, это означает дополнительную прибыль в размере 2,44 тыс. руб.

3.2 Рекомендации по повышению эффективности управления товарными запасами в ООО «Валдай» и компания» и оценка их целесообразности

Проблема оптимального размера складских остатков – это важная проблема ООО «Валдай» и компания». Избыток запасов – это отвлеченные из оборота средства и расходы на содержание больших складских площадей, а недостаток – риск потери покупателей и снижения выручки.

Если дефицит носит постоянный затяжной характер, то последствия могут быть печальнее, чем кажется на первый взгляд:

- недополучение прибыли по причине слишком низкой цены;
- прямые убытки вследствие отсутствия продаж;
- ухудшение имиджа ООО «Валдай» и компания» в глазах покупателей: «Здесь никогда не бывает нужных товаров»;
- потеря потенциальных и реальных клиентов;
- пустота на полках, незаполненные прилавки;
- рост продаж у конкурентов, у которых есть такой товар;
- издержки из-за действий, направленных на устранение дефицита – перемещение товара на полках, срочный поиск товара-заменителя;
- напрасно потраченные деньги на рекламную кампанию;
- стресс у сотрудников и как следствие, их демотивация.

Считается, что последствия дефицита больше касаются внешней среды предприятия и особенно опасны для компании, которая находится в стадии роста и развития, когда завоевание покупателей и их лояльности является стратегической целью, что вполне справедливо для ООО «Валдай» и компания».

В целом, отсутствие продуманного контроля над поставками и складскими остатками неизбежно сказывается на финансовых результатах деятельности компании.

На сегодняшний день в ООО «Валдай и компания» попытки исправить положение дел нередко сводятся к определению норматива по такому показателю, как оборачиваемость запасов (отношение выручки к среднему объему товарных запасов). Другими словами, изучив статистику продаж и запасов, на следующий период устанавливается норматив по оборачиваемости товарных остатков для отделов закупок и продаж. Но такое решение имеет существенные недостатки, а именно:

– в расчет принимается только товар, который лежит на складе. При установлении норматива оборачиваемости не учитываются товары и деньги в пути, а также дебиторская задолженность. Уменьшая товарные остатки, компания воздействует лишь на малую часть от общего объема средств, инвестированных в содержание запасов;

– установив жесткий норматив оборачиваемости запасов для отделов закупок и продаж, бухгалтерия заставляет их действовать по одному из следующих сценариев. Чтобы уменьшить товарный запас и выполнить норматив, во-первых, можно сократить объем закупаемых партий, во-вторых, количество поставок. Если снизить объем закупок, то увеличатся расходы на доставку, так как товары будут поставаться намного чаще. А более редкие поставки приведут к сокращению страхового запаса. В результате уровень обеспеченности спроса снизится, чаще будут возникать ситуации, когда востребованного клиентами товара на складе нет.

Чтобы раз и навсегда решить проблему управления запасами и оптимизировать инвестиции в товары на складе, необходим комплексный подход к

решению проблемы. Для этого предлагается проводить ABC-анализ и совмещать его результаты с матрицей QRS.

Чтобы верно рассчитать оборачиваемость товара, надо сначала разобраться, какую структуру имеет товарный запас. Условно все запасы ООО «Валдай» и компания» можно поделить на три основные группы.

Основной запас служит для обеспечения продаж в соответствии с планом. Состоит из двух основных частей:

а) рабочий запас – товарный запас на выполнение плана. Его размер зависит от того, какими партиями поступает товар от поставщика;

б) страховой запас создается для того, чтобы компенсировать неопределенности, связанные с возможным увеличением фактических продаж сверх плана или с задержками поставок.

Временный товарный запас создается на конкретный срок и состоит из трех основных типов:

а) сезонный запас. В период сезонного роста потребления на рынке у поставщиков наблюдаются перебои с наличием товара. Чтобы избежать отсутствия товара на складе, нужно создать избыточный запас по наиболее критичным товарам и в течение сезона его реализовать;

б) маркетинговый запас. В период проведения маркетинговых акций по товару есть необходимость обеспечить его наличие в избыточном количестве. В процессе акции эти запасы реализуются;

в) конъюнктурный запас. Поставщики ООО «Валдай» и компания» нередко закрывают производство на профилактику, повышают цены и т. п. Можно получить значительную прибыль, если иметь товар в наличии по старым ценам в тот момент, когда он уже закончится у конкурентов.

Вынужденный запас возникает вне зависимости от желания компании и ее сотрудников. К нему относятся неликвидные товары (товары нормального качества, но в объеме, который трудно относительно быстро реализовать), бракованные товары.

Очевидно, что необходимый уровень продаж обеспечивает только основной запас. Поэтому учет товаров в информационной системе ООО ««Валдай» и компания» должен быть построен так, чтобы можно было выделить основной запас. Кроме того, система должна отражать количество неликвидного и бракованного товара, а также денежные средства, затраченные на их покупку. Чтобы сократить количество таких товаров в структуре запасов, нужно организовать регулярную работу по распродаже неликвидов и брака. Она должна проводиться ежемесячно, а не от случая к случаю. В этом процессе необходимо задействовать не только отдел закупок, но и отдел продаж.

Итак, разобравшись со всеми возможными видами запасов, нужно четко определить, как их финансирует компания. Другими словами, нужно понять, сколько собственных и заемных средств (инвестиционный ресурс, ИР) вкладывает ООО ««Валдай» и компания» в содержание запасов.

В теории все просто, формула инвестиционного ресурса следующая:

$$\text{ИР} = \text{ТП} + \text{ТЗ} + \text{ДЗ} + \text{ДП} - \text{КЗ}, \quad (25)$$

где ТП – товары в пути. Компания оплатила поставщику отгрузку товаров, но они еще не оприходованы на складе, а, следовательно, не числятся в товарном запасе;

ТЗ – товарный запас. Товар, оприходованный на склад, но не отгруженный клиентам;

ДЗ – дебиторская задолженность клиентов. Товар, отгруженный клиентам, но не оплаченный ими;

ДП – деньги в пути. Деньги, которые клиент оплатил за товар, но компания не оплатила их поставщику;

КЗ – кредиторская задолженность. Деньги, которые поставщик предоставляет в виде товарного кредита на содержание товарного ресурса.

В идеале каждая компания стремится к тому, чтобы $\text{ИР} = 0$. Это позволит переложить содержание товарного ресурса на поставщика. Например, розничные сети на содержание своего товарного ресурса тратят значительно меньше средств,

чем составляет кредиторская задолженность, привлеченная от поставщика. Соответственно у них высвобождаются средства на развитие собственной сети.

Заметим, что все участвующие в расчете инвестиционного ресурса показатели директор ООО ««Валдай» и компания» должен взять под жесткий ежедневный контроль. Это позволит определить, где сосредоточены средства компании, и разработать необходимые меры по высвобождению собственных средств. А для оценки их эффективности можно пользоваться показателем отношения выручки к сумме инвестиционного ресурса. Понятно, что чем он выше, тем более эффективно распоряжается своими деньгами компания.

Для выявления внутренних резервов компании стоит воспользоваться QRS-анализом. Суть его состоит в том, чтобы разделить товары и их поставщиков на три группы, руководствуясь объемами необходимых инвестиций. Для деления на группы можно использовать критерий значимости, который рассчитывается по следующей формуле:

$$Kз = \frac{ИР}{ОП} \times 100, \quad (26)$$

где Кз - критерий значимости;

ОП - объем продаж.

$Kз < - 10\%$. Группа Q. Сюда относятся товары и их поставщики, которые вкладывают в оборот заказчика более 10% от своего месячного объема продаж. Отсрочка на погашение товарного кредита такова, что приобретенный товар компания успевает продать и направить вырученные средства на финансирование других закупок.

$- 10\% < Kз < +10\%$. Группа R. Кредитных средств этих поставщиков, как правило, достаточно, чтобы обеспечить содержание товарного ресурса по поставляемым ими товарам, но не более.

$Kз > +10\%$. Группа S. Для покупки товаров у этой категории поставщиков необходимо вкладывать собственные средства.

Расчет по данной методике представлен в таблице 11.

Сам по себе QRS-анализ не дает полной картины происходящего. А другими словами, не позволяет отследить, насколько заинтересована компания в покупке того или иного товара. Чтобы исправить это упущение, можно провести ABC-анализ, который был выполнен выше в главе 2.

Таблица 11 – Результаты QRS-анализа

Товарная группа	Инвестиционный ресурс, тыс. руб.	Объем продаж, тыс. руб.	Критерий значимости, %	Группа, согласно QRS-анализу
Продукция компании «Тосол-Синтез»	-3570,9	29836,8	-11,97	Q
Продукция «Волга-Ойл»	1540,8	15056,4	10,23	S
Масла фирмы «MOBIL»	970,23	8230,8	11,79	S
Масла фирмы «SHELL»	1350,9	20814	6,49	R
Смазки Уфимские	560,7	4166,04	13,46	S
Электролит и дист. вода	139,8	1768,8	7,90	R
Клеи и герметики	1498,9	16504,8	9,08	R
Растворители	1340,2	12583,8	10,65	S
Фильтры воздушные	3340,4	25740	12,98	S
Фильтры масляные	1209,3	15081,6	8,02	R
Фильтры топливные	3992,09	28111,2	14,20	S
Автокосметика других фирм	980,9	13782	7,12	R
Продукция «Ресурс»	765,9	9442,8	8,11	R
Продукция компании «Альфа Хим групп»	2978,6	29547,6	10,08	S
Лукойл	4100,9	30153,6	13,60	S
Продукция «РОСНЕФТЬ»	354,8	4105,2	8,64	R
Масла нефтяной компании «ЛУКОЙЛ»	810,88	7779,36	10,42	S
Прочее	934,9	12121,2	7,71	R

Совместив результаты QRS- и ABC-анализа и выделив девять групп товаров, можно определить стратегию работы с поставщиками, а также стратегию продаж для ООО «Валдай» и компания».

Считается, что товары поставщики, которые попадут в группу AQ, – наиболее рентабельные и не требуют финансирования для собственного содержания. С поставщиками таких товаров надо строить долгосрочные партнерские отношения, следить за сроками погашения кредиторской задолженности перед ними и т. д. В эту

группу вошла только одна товарная группа – Продукция компании «Тосол-синтез. Товары группы CS наименее доходные и в то же время требуют дополнительных средств на содержание товарного запаса, поэтому, если есть возможность, их лучше выводить из ассортимента. Сюда относятся следующие группы: Смазки Уфимские, Масла нефтяной компании «ЛУКОЙЛ». С поставщиками этих групп ООО ««Валдай» и компания» нужно стараться добиваться более льготных условий оплаты, поскольку такое распределение во многом объясняется малыми размерами кредиторской задолженности ООО ««Валдай» и компания».

Таблица 12 – Совмещение QRS- и ABC-анализа

Группа	Q	R	S
A	Продукция компании «Тосол-синтез»	Масла фирмы «SHELL»; Клеи и герметики; Фильтры масляные: Автокосметика других фирм	Продукция «Волга-Ойл»; Фильтры топливные; Продукция компании «Альфа Хим групп»; Фильтры воздушные
B		Продукция «Ресурс»; Прочее	Растворители; Масла фирмы «MOBIL»
C		Электролиты и дистиллированная вода; Продукция «РОСНЕФТЬ»	Смазки Уфимские, Масла нефтяной компании «ЛУКОЙЛ»

Не стоит забывать, что очень важно для предприятия заинтересовать в результатах сотрудников компании. При этом для каждого отдела ООО ««Валдай» и компания» должны использоваться различные схемы вознаграждения, например:

- отдел продаж ориентирован на стопроцентное выполнение плана продаж;
- отдел закупок – на соблюдение нормативов по товарному запасу и на выполнение установленных сроков по доставке товара.

На сегодняшний день для сотрудников ООО ««Валдай» и компания» действует окладная система оплаты труда. Для сотрудников отделов закупок и продаж оклады представлены в таблице 13.

В связи со сказанным выше предлагается изменить систему оплаты труда для сотрудников отделов продаж и закупок следующим образом.

Для работников отдела закупок сумма ныне действующего оклада должна быть разбита на две равные части. Первая часть сотрудникам выплачивается в любом случае при отработке всего рабочего времени. Вторая часть в 100-ном размере выплачивается в том случае, если нормативы не были выполнены не более, чем на 5%, в дальнейшем вторая часть уменьшается пропорционально нарушению нормативов. При выполнении нормативов выдается премия в размере 10% от постоянной части заработной платы.

Таблица 13 – Фонд оплаты труда отделов закупок и продаж

Должность	Количество, чел.	Оклад, тыс.руб.	ФОТ, тыс.руб.
Отдел закупок			
Начальник отдела закупок	1	40	40
Менеджер по закупкам	2	25	50
Отдел продаж			
Начальник отдела продаж	1	40	40
Торговый представитель	1	30	30
Региональный торговый представитель	1	27	27
Менеджер торгового зала	2	20	40
Бренд-менеджер	1	27	27
Менеджер по продажам	3	24	72
Итого	12	-	326

Далее рассмотрим расчет фонда оплаты труда для случая, когда нормативы не были выполнены на 10% (см. табл.14)

Таблица 14 – Пример расчета ФОТ для отдела закупок при невыполнении нормативов на 10%

Должность	Количество, чел.	Постоянная часть, тыс.руб.	Переменная часть, тыс.руб.	Заработная плата сотрудника, тыс.руб.	ФОТ, тыс.руб.
Начальник отдела закупок	1	20	18	38	38
Менеджер по закупкам	2	12,5	11,25	23,75	47,5
Итого	3	-	-	-	85,5

Следует, однако, заметить, что если нормативы сотрудниками не выполняются ввиду объективных причин (например, закупки были увеличены, вследствие приостановки производства у поставщика), это не считается несоблюдением нормативов и не наказывается штрафом.

Для отдела продаж ежемесячно устанавливается план продаж. Сумма ныне действующего оклада разбивается на две части. Первая часть – постоянная – выплачивается работнику в любом случае. Вторая часть выплачивается пропорционально выполнению норматива на объем продаж. Таким образом, в случае перевыполнения плана сотрудники отдела продаж получают заработную плату больше ныне выплачиваемой.

Пример расчета ФОТ для отдела продаж при невыполнении нормативов на 10% представлен в таблице 15.

Таблица 15 – Пример расчета ФОТ для отдела продаж при невыполнении нормативов на 10%

Должность	Количество, чел.	Постоянная часть, тыс.руб.	Переменная часть, тыс.руб.	Зарботная плата, тыс.руб.	ФОТ, тыс.руб.
Начальник отдела продаж	1	20	18	38	38
Торговый представитель	1	15	13,5	28,5	28,5
Региональный торговый представитель	1	13,5	12,15	25,65	25,65
Менеджер торгового зала	2	10	9	19	38
Бренд-менеджер	1	13,5	12,15	25,65	25,65
Менеджер по продажам	3	12	10,8	22,8	68,4
Итого	12	-	-	-	224,2

Предлагаемая система оплаты труда позволит более грамотно подходить к вопросу планирования товарных запасов и в первую очередь приведет к более эффективным коммуникациям между подразделениями. В частности это позволит решить важную проблему организации – слабые коммуникационные взаимодействия между отделами продаж и закупок. Как следствие этого часто

возникла проблема, когда менеджеры по продажам выписывали дополнительные счета, чтобы обезопасить себя на случай дефицита. Менеджеры отдела закупок не знали о таких фактах «резервирования», поэтому поставка товаров на склад продолжалась. Через короткое время оказывалось, что товар находился в резерве не по запросу клиентов, а по воле продавцов и реальным спросом товар не обеспечен.

В заключение несколько слов о том, что организации следует предпринять с неликвидным товаром. Избавиться от него можно по-разному:

- 1) Распродажа со скидкой или глобальное снижение цены.
- 2) Стимулирование продающего персонала. Можно назначить денежное или натуральное вознаграждение продавцам за продажу «неликвидов». Это особенно хорошо работает, если покупатель может выбрать между несколькими видами товаров.
- 3) Продажа конкурентам по льготным ценам.
- 4) Акции по стимулированию спроса на данный товар (искусственное создание спроса).
- 5) Создание искусственного дефицита. Иногда достаточно лишь объявить о том, что в течение следующих двух недель не будет поставок товара (например, в связи с отпуском или праздниками). Это помогает оптимизировать запас, если товар имеет хорошую оборачиваемость, но закуплен в избытке.
- 6) Возврат поставщику или производителю. Лучший момент для такого рода переговоров в преддверии соглашения о закупке новой товарной линии или размещении крупного заказа на закупку.
- 7) Создание «комплектов» (в социалистические времена это носило название «в нагрузку»). Залежалый товар дается в качестве бонуса или как подарок. Возможно и продажа избытка по принципу «два в одном».
- 8) Продажа товаров собственному персоналу или использование на нужды компании.
- 9) Крайняя мера - выбросить ненужные товары. В конце концов, это более правильно, чем неделями на нее любоваться и тратить драгоценное место на складе.

Как видим, способов избавиться от товарных излишков достаточно. И делать это надо – хотя бы потому, что избыточный товарный запас требует значительных ресурсов компании – хранение на складе, замороженные средства, инвентаризации, учет и анализ и т.д.

Оценка эффективности всех предложенных рекомендаций представлена в таблице 16.

Таблица 16 – Оценка эффективности предложенных рекомендаций

Показатель	2016 г.	2017 г.		Отклонение	
		Без внедрения рекомендаций	После внедрения рекомендаций	от 2016 г.	от 2017 г. без внедрения рекомендаций
1	2	3	4	5	6
Выручка от реализации, тыс.руб.	284826	301560	311803	26977	10243
Полная себестоимость, тыс.руб.	284337	300963	310987	26650	10024
Прибыль от реализации, тыс.руб.	489	597	816	327	219
Рентабельность основной деятельности, %	0,17	0,19	0,26	0,09	0,07
Рентабельность продукции, %	0,17	0,19	0,26	0,09	0,07
Средний размер товарных запасов, тыс.руб.	23445,38	27560,8	30249,6	6804,22	2688,8
Период оборота, дн.	29,63	27,10	25,19	-4,44	-1,91

Таким образом, предложенные рекомендации не только приведут к повышению объемов реализации, прибыли и рентабельности, но и снижению времени обращения за счет ускорения оборачиваемости товарных запасов.

Заключение

Товарные запасы – это число продуктов в денежном, либо натуральном выражении, пребывающих в торговых фирмах, на складах, в пути на конкретную дату.

К основным факторам, которые приводят к необходимости создания запасов, относятся:

- колебание спроса на товары;
- колебание сроков поставки товаров с предприятия;
- определенные условия, требующие закупки продукции партиями;
- наличие некоторых издержек, связанных с дефицитом (отсутствием запаса)

или запаздыванием доставки.

В основной массе ситуаций, образующихся в торговой деятельности, прослеживается совокупное проявление данных условий. Очевидно, что только в крайне редких случаях организация будет способна функционировать при неимении запасов.

В конечном счете, резервы гарантируют предприятию получение доходов. Собственник компании должен формировать запасы, так как, в противном случае, возрастут расходы либо снизится доход. Кроме того, резервы и денежные средства могут рассматриваться как взаимозаменяемые факторы. Таким образом, резервы формируются, если они гарантируют наиболее высокую рентабельность по сравнению с теми случаями, когда капитал используется другим методом.

Управление товарными запасами представляет сложный комплекс мероприятий, состоящий из следующих основных этапов:

- 1) определение целей формирования запасов;
- 2) анализ и оценка уровня оборачиваемости и размера товарных запасов;
- 3) обеспечение комплексности и адаптивности товарных запасов;
- 4) установление необходимых средств для создания товарных запасов;
- 5) учет и контроль над состоянием товарных запасов;
- 6) оценка эффективности от задействованных товарных запасов.

Объект исследования, ООО «Валдай» и компания, на рынке автомобильной продукции существует уже 2 года. Продажа автомасел, смазок, автокосметики, автохимии, автоспецжидкостей, аксессуаров - это основная ее специализация. За это время компания хорошо изучила спрос и сформировала свой пакет предложений для организаций, работающих автомобильной индустрии. Основными клиентами ООО ««Валдай» и компания» являются оптовые предприятия и предприятия розничной торговой сети Самары и области, что свидетельствует о грамотно разработанной сбытовой политике и умелом подборе кадров.

Несмотря на кризис, предприятие за последние два года смогло увеличить товарооборот. Однако рентабельность падает. Это свидетельствует, в первую очередь, о неэффективном управлении себестоимостью, которая растет быстрее, чем выручка от реализации.

В ООО «Валдай» и компания» товары поступают главным образом от поставщиков. Движение товаров от поставщика к покупателю оформляется сопроводительными документами, предусмотренными договорами поставки и правилами перевозки грузов. Основными сопроводительными документами, которые выписывают поставщики, являются товарно-транспортная накладная, товарная накладная и счет-фактура (на сумму НДС, относящегося к товарам).

Для контроля состояния товарных запасов в ООО ««Валдай» и компания» ежемесячно проводится их инвентаризация. Целью инвентаризации является обеспечение достоверности бухгалтерской отчетности.

Согласно проведенным расчетам, поступление товаров на предприятие в 2014г. было организовано неравномерно, что увеличивало размер упущенной выгоды от возможных перебоев в продаже отдельных товаров. Однако в 2016 г. равномерность поставок существенно возросла.

За счет увеличения товарооборота на 99,6% по сравнению с 2014 г. и изменением его структуры оборачиваемость товаров ускорилась на 31,33 дня, в то же время увеличение среднего товарного запаса на 99,5% привело к замедлению товарооборачиваемости на 29,51 дня. Влияние изменения структуры товарооборота составило 0,25 дня.

В целом, оборачиваемость запасов увеличивается, сумма средств высвобожденных из оборота составит 1439,94 тыс.руб., при рентабельности основной деятельности в 0,17%, это означает дополнительную прибыль в размере 2,44 тыс. руб.

На сегодняшний день в ООО ««Валдай» и компания» попытки исправить положение дел нередко сводятся к определению норматива по такому показателю, как оборачиваемость запасов (отношение выручки к среднему объему товарных запасов). Другими словами, изучив статистику продаж и запасов, на следующий период устанавливается норматив по оборачиваемости товарных остатков для отделов закупок и продаж. Но такое решение имеет существенные недостатки, а именно:

– в расчет принимается только товар, который лежит на складе. При установлении норматива оборачиваемости не учитываются товары и деньги в пути, а также дебиторская задолженность. Уменьшая товарные остатки, компания воздействует лишь на малую часть от общего объема средств, инвестированных в содержание запасов;

– установив жесткий норматив оборачиваемости запасов для отделов закупок и продаж, бухгалтерия заставляет их действовать по одному из следующих сценариев. Чтобы уменьшить товарный запас и выполнить норматив, во-первых, можно сократить объем закупаемых партий, во-вторых, количество поставок. Если снизить объем закупок, то увеличатся расходы на доставку, так как товары будут поставляться намного чаще. А более редкие поставки приведут к сокращению страхового запаса. В результате уровень обеспеченности спроса снизится, чаще будут возникать ситуации, когда востребованного клиентами товара на складе нет.

Для того чтобы раз и навсегда найти решение вопросу управления запасами и оптимизировать капиталовложения в товары на складе, нужен систематический подход к решению вопроса. Для этого было предложено осуществить ABC-исследование и совместить его итоги с матрицей QRS. Вследствие, было установлено в какой продукт организация станет инвестировать средства и с какими

поставщиками будет взаимодействовать, следует рассчитать размер запасов по каждому типу продукта.

Помимо этого, была отмечена важность заинтересованности персонала в результатах работы. При этом для каждого отдела ООО «Валдай» и компания» должны использоваться различные схемы вознаграждения, например:

–отдел продаж должен быть ориентирован на стопроцентное выполнение плана продаж;

–отдел закупок – на соблюдение нормативов по товарному запасу и на выполнение установленных сроков по доставке товара.

Для работников отдела закупок сумма ныне действующего оклада должна быть разбита на две равные части. Первая часть сотрудникам выплачивается в любом случае при отработке всего рабочего времени. Вторая часть в 100-ном размере выплачивается в том случае, если нормативы не были выполнены не более, чем на 5%, в дальнейшем вторая часть уменьшается пропорционально нарушению нормативов. При выполнении нормативов выдается премия в размере 10% от постоянной части заработной платы.

Для отдела продаж ежемесячно устанавливается план продаж. Сумма ныне действующего оклада разбивается на две части. Первая часть – постоянная – выплачивается работнику в любом случае при отработке всего рабочего времени. Вторая часть выплачивается пропорционально выполнению норматива на объем продаж. Таким образом, в случае перевыполнения плана сотрудники отдела продаж получают заработную плату больше выплачиваемой на данный момент.

Кроме того, был дан ряд рекомендаций относительно борьбы с имеющимися неликвидами.

Таким образом, при применении предлагаемых рекомендаций, положительно изменится объем реализации, прибыль и рентабельность, а так же снизится время обращения за счет ускорения оборачиваемости товарных запасов.

Список использованных источников

1. Альбеков А.У. Экономика коммерческой организации. – М.: Феникс, 2015.
2. Валевич Р.П., Давыдова Г.А. Экономика торгового предприятия. Учебное пособие, - Минск: Высшая школа, 2014.
3. Виноградова С.Н., Пигунова О.В., Гурская С.П., и др. Организация и технология торговли - Мн.: Высшая школа, 2014.
4. Банк С.В. Управленческий учет материальных запасов - 2015.
5. Бланк И.А. Торговый менеджмент. – К.: Ника-Центр, Эльга, 2014.
6. Бланк И.А. Финансовый менеджмент. – К.: Ника-Центр, Эльга, 2014.
7. Бодряков Р. Деньги на складе // Финансовый директор. – 2015 - №4
8. Бухонова С.М., Дорошенко Ю.А., Бендерская О.Б. Комплексная методика анализа финансовой устойчивости предприятия. // Экономический анализ: теория и практика. — 2015 - №8
9. Гаджинский А.М. Логистика. — М.: Информационно-внедренческий центр «Маркетинг», 2014.
10. Грачев А.В. Финансовая устойчивость предприятия: Анализ, оценка и управление. Учебное пособие. М.: Экономика, 2014.
11. Денисова И. Н Розничная торговля непродовольственными товарами. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015.
12. Донцова Л.В., Никифорова Н.А. Анализ финансовой отчетности. — М.: Дело и сервис, 2016.
13. Еленева Ю.А., Зуева Т.С., Корниенко А.А. и др. Экономика и управление предприятием / Под ред. Ю.М. Соломенцева. — М.: Высшая школа, 2015.
14. Зеваков А.М., Петров В.В. Логистика производственных и товарных запасов, – М.: Изд-во Михайлова В.А., 2014.
15. Ковалева Н.В. Отчетность предприятия - важнейший источник по управлению экономикой // Бухгалтерский учет и анализ. 2013 - №7
16. Памбухчянц О.В., Дашков Л.П. Коммерция и технология торговли. — М.: Маркетинг, 2014.

17. Панкратов Ф.Г. Коммерция и технология торговли. — М.: Маркетинг, 2015.
18. Патров В.А. Бухгалтерский учет в торговле и общественном питании. – М.: Питер, 2015.
19. Петров П.В., Соломатин А.Н. Экономика товарного обращения. – М.: ИНФРА-М, 2015.
20. Половцева Ф. П. Коммерческая деятельность. – М.: ИНФРА-М, 2016.
21. Снегирева В. Розничный магазин. Управление ассортиментом по товарным категориям. – СПб: Питер, 2014.
22. Торговое дело: экономика и организация / Под ред. Брагина Л.А., Данько Т.П. — М.: Инфра-М, 2015.
23. Хунгуреева И. П., Шабыкова Н. Э., Унгаева И. Ю. Экономика предприятия. – Новосибирск: Восточно-Сибирский технический университет, 2014.
24. Шепелева А. Ю. Шпаргалка по логистике. – М.: Аллель-2000, 2015.
25. Официальный сайт ООО «Валдай» и компания». <http://valdaiavto.ru>

Расчет среднего товарного запаса в ООО «Валдай» и компания»

Таблица 1.1 - Расчет среднего товарного запаса в ООО «Валдай» и компания» за 2014 г., тыс.руб.

Товарная группа	Средняя выручка за месяц	Товарные запасы на дату												Средний товарный запас
		01.01.2014	01.02.2014	01.03.2014	01.04.2014	01.05.2014	01.06.2014	01.07.2014	01.08.2014	01.09.2014	01.10.2014	01.11.2014	01.12.2014	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Продукция компании «Тосол-Синтез»	6,4	5,2	5,58	5,97	6,53	6,98	6,32	6,75	7,2	6,83	6,19	5,78	5,34	6,31
Продукция «Волга-Ойл»	1,8	1,36	1,78	1,95	1,86	1,75	1,46	1,52	1,65	1,86	2,15	1,94	1,67	1,77
Масла фирмы «MOBIL»	6	5,97	5,92	6,12	6,45	6,74	6,85	6,97	7,08	7,03	6,58	6,32	6,09	6,55
Масла фирмы «SHELL»	4,3	4,14	4,59	4,81	5,24	5,58	5,72	5,64	5,92	5,34	4,89	4,52	4,34	5,14
Смазки Уфимские	5,8	5,65	5,72	5,86	5,95	6,24	6,45	6,58	6,75	6,71	6,47	6,28	5,91	6,25
Электролит и дис. вода	8,9	8,69	8,74	8,89	9,07	9,43	9,48	9,54	9,98	9,85	9,45	9,21	8,98	9,32
Клеи и герметики	5,2	5,04	5,18	5,43	5,72	5,98	6,07	6,15	6,45	6,32	6,16	5,97	5,41	5,88
Растворители	7,5	7,32	7,48	7,85	8,05	8,26	8,35	8,52	8,76	8,59	8,41	8,06	7,68	8,17
Фильтры воздушные	5,5	5,14	5,36	5,57	5,68	5,96	6,25	5,84	5,54	5,48	5,42	5,35	5,28	5,61

Продолжение таблицы 1.1

Товарная группа	Средняя выручка за месяц	Товарные запасы на дату												Средний товарный запас
		01.01.2014	01.02.2014	01.03.2014	01.04.2014	01.05.2014	01.06.2014	01.07.2014	01.08.2014	01.09.2014	01.10.2014	01.11.2014	01.12.2014	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Фильтры масляные	3,2	3,14	3,19	3,24	3,36	3,57	3,69	3,72	3,57	3,32	3,25	3,17	3,07	3,38
Фильтры топливные	4,5	4,42	4,48	4,53	4,64	4,78	4,65	4,58	4,52	4,46	4,42	4,38	4,31	4,53
Автокосметика других фирм	8,2	8,15	8,24	8,28	8,45	8,62	8,54	8,52	8,49	8,35	8,27	8,21	8,15	8,37
Продукция «Ресурс»	3,8	3,68	3,72	3,81	3,98	4,05	3,95	3,92	3,97	3,86	3,88	3,82	3,74	3,88
Продукция компании «Альфа Хим групп»	5,6	5,45	5,51	5,59	5,67	5,78	5,81	5,79	5,74	5,68	5,72	5,65	5,59	5,68
Лукойл	7,8	7,65	7,72	7,84	7,89	7,92	7,95	8,04	8,15	8,04	7,97	7,86	7,73	7,92
Продукция «РОСНЕФТЬ»	3,2	3,15	3,21	3,27	3,35	3,42	3,59	3,57	3,51	3,47	3,32	3,24	3,17	3,37
Масла нефтяной компании «ЛУКОЙЛ»	2,1	1,95	2,04	2,18	2,25	2,29	2,34	2,38	2,24	2,26	2,18	2,14	2,07	2,21
Прочее	4	3,89	3,95	4,07	4,15	4,22	4,36	4,34	4,26	4,18	4,09	4,05	3,98	4,15
Итого	93,8	89,99	92,41	95,26	98,29	101,57	101,83	102,37	103,78	101,63	98,82	95,95	92,51	98,46

Таблица 1.2 - Расчет среднего товарного запаса в ООО ««Валдай» и компания» за 2015 г., тыс.руб.

Товарная группа	Средняя выручка за месяц	Товарные запасы на дату												Средний товарный запас
		01.01.2015	01.02.2015	01.03.2015	01.04.2015	01.05.2015	01.06.2015	01.07.2015	01.08.2015	01.09.2015	01.10.2015	01.11.2015	01.12.2015	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Продукция компании «Тосол-Синтез»	58,4	57,95	58,24	58,32	58,45	58,52	58,62	58,54	58,48	58,42	58,38	58,32	58,24	58,40
Продукция «Волга-Ойл»	32,3	30,98	31,24	31,54	32,24	32,45	32,59	32,75	32,84	32,77	32,65	32,48	32,33	32,29
Масла фирмы «MOBIL»	25,6	24,21	24,58	25,48	25,69	25,74	25,98	26,45	26,21	25,98	25,74	25,51	25,42	25,65
Масла фирмы «SHELL»	18,5	17,41	17,65	18,21	18,35	18,59	18,73	18,86	19,24	18,98	18,74	18,52	18,41	18,53
Смазки Уфимские	48,16	47,59	47,95	48,14	48,25	48,37	48,74	48,95	48,82	48,45	48,32	48,19	48,07	48,36
Электролит и дист. вода	54,3	53,24	53,59	54,04	54,38	54,52	54,69	54,81	55,21	54,95	54,61	54,41	54,25	54,45
Клеи и герметики	27,5	26,45	26,75	26,94	27,24	27,48	27,69	27,81	27,65	27,54	27,47	27,36	27,41	27,35
Растворители	31,8	30,85	31,24	31,46	31,79	32,21	32,45	32,12	31,86	31,75	31,87	31,71	31,65	31,79
Фильтры воздушные	14,5	13,87	14,17	14,25	14,48	14,59	14,68	14,75	14,89	14,72	14,63	14,51	14,42	14,53
Фильтры масляные	36,7	35,94	36,27	36,48	36,57	36,78	36,89	36,94	36,75	36,69	36,77	36,71	36,63	36,65

Продолжение таблицы 1.2

Товарная группа	Средняя выручка за месяц	Товарные запасы на дату												Средний товарный запас
		01.01.2015	01.02.2015	01.03.2015	01.04.2015	01.05.2015	01.06.2015	01.07.2015	01.08.2015	01.09.2015	01.10.2015	01.11.2015	01.12.2015	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Фильтры топливные	28,6	27,95	28,14	28,45	28,59	28,69	28,86	28,75	28,67	28,59	28,64	28,57	28,32	28,55
Автокосметика других фирм	12,34	11,45	11,76	12,17	12,26	12,45	12,57	12,78	12,62	12,49	12,35	12,27	12,05	12,32
Продукция «Ресурс»	8,5	7,76	7,95	8,32	8,47	8,76	8,94	8,84	8,71	8,62	8,53	8,47	8,31	8,51
Продукция компания «Альфа Хим груп»	43,4	42,24	42,76	43,24	43,56	43,78	43,62	43,51	43,75	43,62	43,48	43,35	43,21	43,40
Лукойл	38,3	37,54	37,78	38,01	38,24	38,56	38,67	38,54	38,42	38,31	38,27	38,14	38,05	38,25
Продукция «РОСНЕФТЬ»	15,8	14,68	14,87	15,04	15,27	15,57	15,92	16,32	16,24	16,07	15,87	15,74	15,68	15,64
Масла нефтяной компания «ЛУКОЙЛ»	40,7	39,85	40,09	40,21	40,54	40,78	40,89	40,97	40,86	40,75	40,68	40,59	40,42	40,59
Прочее	16,7	15,96	16,23	16,48	16,68	16,85	16,97	17,08	16,93	16,74	16,67	16,59	16,37	16,67
Итого	552,1	535,92	541,26	546,78	551,05	554,69	557,5	558,77	558,15	555,44	553,67	551,44	549,24	551,94

Таблица 1.3 - Расчет среднего товарного запаса в ООО ««Валдай» и компания» за 2016 г., тыс.руб.

Товарная группа	Средняя выручка за месяц	Товарные запасы на дату												Средний товарный запас
		01.01.2016	01.02.2016	01.03.2016	01.04.2016	01.05.2016	01.06.2016	01.07.2016	01.08.2016	01.09.2016	01.10.2016	01.11.2016	01.12.2016	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Продукция компании «Тосол-Синтез»	2486,4	2356,7	2290,87	2503,5	2520,8	2016,8	1805,87	1500	1678,9	1987,09	2320,87	2540,8	2001,9	2122,25
Продукция «Волга-Ойл»	1254,7	1201,7	1306,54	1454,9	1390,8	1230,9	1206,34	1008,9	920,87	956,5	1373,67	1310,8	1180,9	1213,77
Масла фирмы «MOBIL»	685,9	670,9	687,65	712,35	720,76	690,09	656,87	630,09	645,98	697,08	702,87	712,34	684,3	684,88
Масла фирмы «SHELL»	1734,5	1705,9	1780,7	1809,8	1812,9	1789,1	1650,34	1545,4	1689,3	1765,98	1764,76	1710,1	1603,9	1724,84
Смазки Уфимские	347,17	326,83	343,09	356,8	362,84	333,43	329,87	335,49	341,65	355,83	364,03	366,9	345,09	347,81
Электролит и дист. вода	147,4	140,09	142,34	149,87	151,08	148,98	145,3	141,9	147,2	149,44	153,03	157,8	146,74	148,21
Клеи и герметики	1375,4	1369,4	1374,33	1385,8	1389,5	1377,9	1310,2	1317,9	1323,1	1345,8	1400,9	1410,8	1398,5	1365,47
Растворители	1048,65	1009,65	1100,98	1097,7	1099,3	1023,3	1045,02	1033,3	1038,6	1054,74	1095,8	1105,98	1101,9	1068,23
Фильтры воздушные	2145	2093,39	2107,8	2167,8	2156,4	2172,3	2098,09	2076,2	2156,6	2196,98	2201,4	2205,37	2183,4	2152,49
Фильтры масляные	1256,8	1293,98	1223,84	1279,9	1289,3	1270,4	1260,95	1243,5	1247,9	1248,8	1267,56	1245,8	1257,9	1259,44

Продолжение таблицы 1.3

Товарная группа	Средняя выручка за месяц	Товарные запасы на дату												Средний товарный запас
		01.01.2016	01.02.2016	01.03.2016	01.04.2016	01.05.2016	01.06.2016	01.07.2016	01.08.2016	01.09.2016	01.10.2016	01.11.2016	01.12.2016	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Фильтры топливные	2342,6	2350,8	2367	2347,9	2345,5	2401,4	2331,9	2342,4	2368	2451	2486,7	2357,1	2330,4	2376,32
Автокосметика других фирм	1148,5	1153,7	1162	1234,6	1247,9	1175,6	1132,4	1147,3	1153	1178	1197,3	1158,4	1134,6	1175,51
Продукция «Ресурс»	786,9	765,63	774,6	795,7	821,47	804,6	786,36	769,14	775	789,8	805,4	789,4	778,5	789,41
Продукция компании «Альфа Хим групп»	2462,3	2441,4	2457	2475,6	2489,6	2467,9	2461,6	2447,3	2457	2478	2483,4	2468,7	2456,1	2466,80
Лукойл	2512,8	2487,6	2502	2524,4	2536,7	2558,3	2531,3	2527,9	2514	2536	2548,3	2520,1	2509,7	2527,06
Продукция «РОСНЕФТЬ»	342,1	332,6	341,9	352,4	368,9	340,47	329,4	334,5	341	349,8	357,4	348,6	337,4	345,40
Масла нефтяной компании «ЛУКОЙЛ»	648,28	635,1	642,8	659,3	667,87	657,4	649,7	642,7	650	668,3	678,2	669,1	651,3	657,14
Прочее	1010,1	998,3	1005	1019,4	1027,3	1024,8	1019,3	1013,7	1016	1029	1037,6	1025,3	1014,1	1020,33
Итого	23735,5	23333,6	23610,4	24327,7	24398,9	23483,6	22750,8	22057,6	22464,1	23238,1	24239,1	24103,3	23116,6	23445,38

Приложение 2

Оценка времени оборота товарных запасов и коэффициента их оборачиваемости по товарным группам

Таблица 2.1 - Расчет периода оборота товарных запасов ООО «Валдай» и компания»

Товарные группы	Однодневный товарооборот, тыс. руб.			Средний товарный запас, тыс. руб.			Время обращения, дни			Отклонения 2016 г. от 2014 г.	
	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.	Среднего товарного запаса, тыс. руб.	Времени обращения, дни
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Продукция компании «Тосол-Синтез»	0,21	1,95	82,88	6,31	58,4	2122,25	29,58	30	25,61	2115,94	-3,97
Продукция «Волга- Ойл»	0,06	1,08	41,82	1,77	32,29	1213,77	29,50	29,99	29,02	1212	-0,48
Масла фирмы «MOBIL»	0,20	0,85	22,86	6,55	25,65	684,88	32,75	30,06	29,96	678,33	-2,79
Масла фирмы «SHELL»	0,14	0,62	57,81	5,14	18,53	1724,84	35,86	30,05	29,83	1719,7	-6,03
Смазки Уфимские	0,19	1,61	11,57	6,25	48,36	347,81	32,33	30,12	30,06	341,56	-2,27
Электролит и дист.Вода	0,30	1,81	4,91	9,32	54,45	148,21	31,42	30,08	30,16	138,89	-1,26
Клеи и герметики	0,17	0,92	45,84	5,88	27,35	1365,47	33,92	29,84	29,78	1359,59	-4,14
Растворители	0,25	1,06	34,95	8,17	31,79	1068,23	32,68	29,99	30,56	1060,06	-2,12
Фильтры воздушные	0,18	0,48	71,5	5,61	14,53	2152,49	30,60	30,06	30,10	2146,88	-0,5
Фильтры масляные	0,11	1,22	41,89	3,38	36,65	1259,44	31,69	29,96	30,06	1256,06	-1,63
Фильтры топливные	0,15	0,95	78,08	4,53	28,55	2376,32	30,20	29,95	30,43	2371,79	0,23
Автокосметика других фирм	0,27	0,41	38,28	8,37	12,32	1175,51	30,62	29,95	30,71	1167,14	0,09

Продолжение таблицы 2.1

Товарные группы	Однодневный товарооборот, тыс. руб.			Средний товарный запас, тыс. руб.			Время обращения, дни			Отклонения 2016 г. от 2014 г.	
	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.	Среднего товарного запаса, тыс. руб.	Времени обращения, дни
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Продукция «Ресурс»	0,13	0,28	26,23	3,88	8,51	789,41	30,63	30,04	30,10	785,53	-0,53
Продукция компании «Альфа Хим групп»	0,19	1,45	82,07	5,68	43,4	2466,8	30,43	30	30,05	2461,12	-0,38
Лукойл	0,26	1,28	83,76	7,92	38,25	2527,06	30,46	29,96	30,17	2519,14	-0,29
Продукция «РОСНЕФТЬ»	0,11	0,53	11,40	3,37	15,64	345,4	31,59	29,70	30,29	342,03	-1,3
Масла нефтяной компании «ЛУКОЙЛ»	0,07	1,36	21,60	2,21	40,59	657,14	31,57	29,92	30,41	654,93	-1,16
Прочее	0,13	0,56	33,67	4,15	16,67	1010,33	31,13	29,95	30,30	1006,18	-0,83

Таблица 2.2 - Расчет коэффициента оборачиваемости товарных запасов ООО «Валдай» и компания»

Товарные группы	Средний товарооборот за месяц, тыс. руб.			Средний товарный запас, тыс. руб.			Коэффициент оборачиваемости, об.			Отклонения 2016 г. от 2014 г.	
	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.	Среднего товарного запаса, тыс. руб.	Коэффицие нта оборачивае мости, об.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Продукция компании «Тосол-Синтез»	6,4	58,4	2486,4	6,31	58,4	2122,25	1,01	1	1,172	2115,94	0,16
Продукция «Волга- Ойл»	1,8	32,3	1254,7	1,77	32,29	1213,77	1,02	1	1,034	1212	0,02
Масла фирмы «MOBIL»	6	25,6	685,9	6,55	25,65	684,88	0,92	0,998	1,001	678,33	0,09
Масла фирмы «SHELL»	4,3	18,5	1734,5	5,14	18,53	1724,84	0,84	0,998	1,006	1719,7	0,17
Смазки Уфимские	5,8	48,16	347,17	6,25	48,36	347,81	0,93	0,996	0,998	341,56	0,07
Электролит и дистиллированная вода	8,9	54,3	147,4	9,32	54,45	148,21	0,95	0,997	0,995	138,89	0,04
Клеи и герметики	5,2	27,5	1375,4	5,88	27,35	1365,47	0,88	1,005	1,007	1359,59	0,12
Растворители	7,5	31,8	1048,6	8,17	31,79	1068,23	0,92	1,000	0,982	1060,06	0,06
Фильтры воздушные	5,5	14,5	2145	5,61	14,53	2152,49	0,98	0,998	0,997	2146,88	0,02
Фильтры масляные	3,2	36,7	1256,8	3,38	36,65	1259,44	0,95	1,001	0,998	1256,06	0,05
Фильтры топливные	4,5	28,6	2342,6	4,53	28,55	2376,32	0,99	1,002	0,986	2371,79	-0,01
Автокосметика других фирм	8,2	12,34	1148,5	8,37	12,32	1175,51	0,98	1,002	0,977	1167,14	0,00
Продукция «Ресурс»	3,8	8,5	786,9	3,88	8,51	789,41	0,98	0,999	0,997	785,53	0,02
Продукция компании «Альфа Хим групп»	5,6	43,4	2462,3	5,68	43,4	2466,8	0,99	1,000	0,998	2461,12	0,01

Продолжение таблицы 2.2

Товарные группы	Средний товарооборот за месяц, тыс. руб.			Средний товарный запас, тыс. руб.			Коэффициент оборачиваемости, об.			Отклонения 2016 г. от 2014 г.	
	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.	Среднего товарного запаса, тыс. руб.	Коэффициен та оборачиваем ости, об.
Лукойл	7,8	38,3	2512,8	7,92	38,25	2527,06	1,92	0,86	1,09	2519,14	0,01
Продукция «РОСНЕФТЬ»	3,2	15,8	342,1	3,37	15,64	345,4	1,17	0,87	0,98	342,03	0,04
Масла нефтяной компания «ЛУКОЙЛ»	2,1	40,7	648,28	2,21	40,59	657,14	1,18	0,57	0,98	654,93	0,04
Прочее	4	16,7	1010,1	4,15	16,67	1010,33	0,91	0,80	0,99	1006,18	0,03