


МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «КубГУ»)

Экономический факультет
Кафедра экономики предприятия, регионального и кадрового
менеджмента

КУРСОВАЯ РАБОТА


по дисциплине «Экономика организации(предприятия)»

«Товарооборот и товарные запасы предприятия»

Работу выполнила _____  _____ Д.М. Кургинян
(подпись, дата)

Наименование подготовки 38.05.01 - Экономическая безопасность курс 2

Научный руководитель
канд. экон. наук, доцент _____  _____ Р.Р. Мукучян
(подпись, дата)

Нормоконтролер
канд. экон. наук, доцент _____  _____ Р.Р. Мукучян
(подпись, дата)

Краснодар
2021

Содержание

ВВЕДЕНИЕ	3
Глава 1. Теоретические аспекты управления товарными запасами предприятия	5
1.1. Понятие, сущность и классификация товарооборота и товарных запасов предприятия	5
1.2. Методы анализа товарооборота предприятия	9
1.3. Показатели эффективности использования товарных запасов предприятия	12
Глава 2. Анализ товарооборота и товарных запасов на примере компании ООО «Спортмастер»	17
2.1. Общая характеристика компании ООО «Спортмастер»	17
2.2. Анализ товарооборота ООО «Спортмастер»	21
2.3. Анализ эффективности управления товарными запасами ООО «Спортмастер»	24
2.4. Рекомендации по совершенствованию деятельности компании	26
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	29
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ	29
ПРИЛОЖЕНИЕ А	33
ПРИЛОЖЕНИЕ Б	34

ВВЕДЕНИЕ

В рыночной экономике существенную значимость играют вопросы, связанные с регулированием товарных запасов предприятий. Главной целью товарных запасов на предприятии является обеспечение устойчивого предложения товаров с учетом покупательского спроса. При этом предложение товаров следует отражать в виде сформированного ассортимента для определенного типа предприятия. Соответственно, ассортимент товаров считается исходным, отправным моментом для создания товарных запасов. Это все свидетельствует об актуальности данной темы.

Целью исследования является рассмотрение сущности товарооборота и товарных запасов, а также выявление путей совершенствования деятельности предприятия.

В связи с чем определяются следующие задачи при рассмотрении данной темы:

1. Рассмотреть понятие, экономическую сущность и классификацию товарооборота и товарных запасы;
2. Изучить методы анализа товарооборота и эффективности использования товарных ресурсов предприятия;
3. Провести анализ товарооборота и товарных запасов компании ООО «Спортмастер»;
4. Предложить варианты товарооборота и хозяйственной деятельности ООО «Спортмастер».

Объектом исследования служит компания ООО «Спортмастер».

Предметом исследования является специфика товарооборота и управления товарными запасами предприятия.

Методологической базой исследования служат выработанные экономической наукой методы и приёмы научного исследования: метод научной абстракции, анализ и синтез, индукция и дедукция, обобщение.

Теоретической базой исследования послужили научные труды и публикации следующих авторов: О. В. Баскакова, Л. Ф. Сейко, Л. В. Бухарева, Р.З Альбекхаджиева и др.

Структура курсовой работы представляет собой введение, две главы, заключение, список используемых источников и приложение.

В первой главе будут рассмотрены теоретические вопросы, связанные с сущностью товарооборота и товарных запасов и их характеристикой. Во второй главе будут проанализированы товарооборот и товарные запасы компании ООО «Спортмастер». В заключении будут подведены итоги и сделаны выводы исследования.

Глава 1. Теоретические аспекты управления товарными запасами предприятия

1.1. Понятие, сущность и классификация товарооборота и товарных запасов предприятия

Одним из главных составных элементов товарных ресурсов являются запасы товаров, в значительной мере образующие будущий ассортимент и предопределяющие структуру товарооборота. Запасы на предприятии торговли являются частью товарного обеспечения, выступающей совокупностью товарной массы в процессе ее движения из сферы производства к потребителю. Таким образом, товарные запасы – количество товаров в денежном или натуральном выражении, находящихся в торговых предприятиях, на складах, в пути на определенную дату.

Товарные запасы, формирующиеся на предприятии торговли, оцениваются как сумма запасов в стоимостном выражении, количество запасов в натуральном выражении или размер запасов в днях товарооборота. Они находятся в непрерывном движении и обновлении. Потребление служит последней стадией их движения. Главной функцией товарных запасов в оптовом звене является обслуживание потребностей в товарах оптовых покупателей. Ассортимент товаров в каждом звене товарного обращения является исходным, начальным фактором формирования товарных запасов.

Обычно к товарным запасам торговых предприятий не относятся активы, срок использования которых свыше 12 месяцев, и активы, определяемые как незавершенное производство. Товарные запасы – это закупаемые (полностью или частично оплаченные) торговыми предприятиями товары, предназначенные для последующей реализации. Непосредственно в момент реализации товарные запасы прекращают являться таковыми.

Процесс реализации товаров требует постоянного наличия на предприятиях торговли товарных запасов. Создание нужных размеров товарных запасов дает возможность торговому предприятию гарантировать устойчивость ассортимента товаров, реализовывать определенную ценовую политику, увеличивать уровень удовлетворения спроса покупателей. Это все вызывает потребность в поддержании на всех предприятиях оптимального уровня и достаточной широты ассортиментных позиций товарных запасов.

Можно выделить следующие функции, которые выполняют товарные запасы на предприятии:

1) Гарантируют непрерывность расширенного производства и обращения;

2) Удовлетворяют платежеспособному доходу населения, т.к. выступают формой товарного предложения;

3) Характеризуют взаимосвязь между объемом и структурой дохода и товарного предложения.

Существуют некоторые признаки, по которым разделяют товарные запасы предприятий. Данная классификация представлена в таблице 1.

Таблица 1. Классификация товарных запасов

Признак	Виды
Место нахождения	-на предприятиях торговли -в промышленности -в пути
Назначение	-текущего хранения -сезонного накопления -досрочного завоза
Единицы измерения	-в стоимостном измерении -в натуральном измерении -в днях-оборотах

Цель	-потребительские -производственные
Срок	-на отчетную дату -входные(начальные) -выходные(конечные)
Величина	-максимальные -минимальные -средние
Исполняемая функция	-текущие -подготовительные -страховые -сезонные

Текущие товарные запасы используются для удовлетворения повседневных потребностей компаний, сезонные – с целью обеспечения непрерывной торговли в периоды сезонных изменений спроса или предложения. Товарные запасы досрочного завоза необходимы для поддержания непрерывности торговли в отдаленных районах в период между сроками завоза товаров.

Таким образом, понятие товарных запасов можно охарактеризовать как количество товаров определенного вида, сорта, которые в настоящее время находятся в сфере товарного обращения, в перевозке и на складах, на витринах магазина.

Необходимость создания товарных запасов вызвана такими факторами, как:

- 1) время, требуемое для транспортировки товаров от места производства до места продажи, включая время погрузки и разгрузки;
- 2) особенности в территориальном размещении производства;
- 3) несоответствие производственного и торгового ассортимента товаров, что требует подсортировки, упаковки и подработки;
- 4) сезонные колебания в производстве и потреблении товаров;

5) условия транспортировки товаров, расстояние между поставщиком и торговым предприятием;

б) возможности хранения товара.

Наличие товарного запаса служит значимым условием непрерывности процесса производства и обращения продукции. Также запасы не должны быть избыточными, так как это ведет к возрастанию издержек производства и обращения, поскольку именно в товарных запасах аккумулируется большая часть финансовых ресурсов торгового предприятия. Таким образом, управление запасами – ключевая деятельность, которая является важнейшей сферой управления компанией, как с точки зрения трудоемкости, так и с точки зрения связанных с ней затрат.

Размер товарных запасов во многом определяется объемом и структурой товарооборота. Для предприятий торговли необходимо поддерживать нужное соотношение между величиной товарооборота и товарных запасов. При недостаточной величине запасов появляются трудности с товарным обеспечением товарооборота предприятия, а излишние запасы вызывают дополнительные потери, повышение потребности в кредитах и рост расходов по выплате процентов по ним, увеличение расходов по хранению запасов, что в целостности усугубляет финансовое положение торговых предприятий.

Товарооборот – это объем продаж товаров и предоставления услуг торговой организацией в денежном выражении за определенный период времени.

Выделяют следующие виды товарооборота:

1) Розничный товарооборот (характеризует реализацию потребительских товаров населению и иным конечным потребителям, заканчивая процесс их обращения на потребительском рынке);

2) Оптовый товарооборот (характеризует реализацию потребительских товаров, прошедших некоторую технологическую обработку на предприятии, различным оптовым покупателям, которые организуют процесс их дальнейшей продажи конечному потребителю);

3) Торгово-посреднический товарооборот (характеризует объем посреднических операций по купле-продаже потребительских товаров, совершаемых организацией без технологической обработки).

1.2. Методы анализа товарооборота предприятия

Товарооборот служит важнейшим оценочным показателем торгового предприятия, измерителем эффективности его деятельности. Показатели товарооборота позволяют определить реальный спрос на товары, уровень покупательной способности населения, требования покупателей к товарам, факторы предпочтения потребителей при выборе товаров и перспективы изменения потребностей, выраженные не только темпами изменения товарооборота, но и характеристикой жизненного цикла товара.

Торговое предприятие применяет различные качественные и количественные показатели товарооборота. К ним относят:

- общий объем продажи товаров за отчетный и прошлый периоды в текущих и сопоставимых ценах;
- продажа товаров по видам, формам, по структурным подразделениям в разрезе отдельных фирм (магазинам, отделам, секциям и т. п.);
- среднедневная продажа товаров;
- товарная структура товарооборота;
- время обращения товарных запасов;
- степень удовлетворения спроса и т. п.

Чем шире список анализируемых показателей, тем больше возможностей для углубленного анализа тенденций развития товарооборота, изменения структуры потребительского спроса, оценки эффективности использования ресурсов предприятия.

Главные показатели, характеризующие реализацию товаров на торговых предприятиях, используемые в процессе анализа и планирования:

1) общий объем товарооборота. Он характеризует объем реализации товаров в разрезе различных видов товарооборота. Соответственно, различают общий объем розничного товарооборота; общий объем оптового товарооборота; общий объем торгово-посреднического товарооборота предприятия. Сумма общего объема всех видов продаж характеризует валовой объем товарооборота торгового предприятия;

2) состав товарооборота. Он характеризует структуру общего объема товарооборота различных видов в разрезе его форм. Таким образом, в составе общего объема розничного товарооборота выделяют объем продажи товаров населению и объем мелкооптовой продажи; объем продажи товаров с немедленной их оплатой и объем продажи товаров в кредит и т. п.;

3) структура товарооборота. Обычно она характеризует товарно-групповой состав реализации товаров. При необходимости структура товарооборота может рассматриваться в рамках отдельной группы.

Целью анализа товарооборота является получение информации, необходимой для того, чтобы предприятие могло решить, что и в каких количествах ему следует продавать на рынке в будущем, чтобы гарантировать получение необходимой прибыли.

Для достижения поставленной цели следует определить задачи анализа товарооборота. Они сводятся к следующим:

- анализ товарооборота в предплановом периоде;
- изучение, количественное измерение и обобщение влияния факторов на динамику и изменение товарооборота;
- выявление внутренних резервов, путей и возможностей оптимизации товарооборота и совершенствования его ассортиментной структуры.

Общая схема, по которой проводится анализ товарооборота, представлена на рисунке 1.

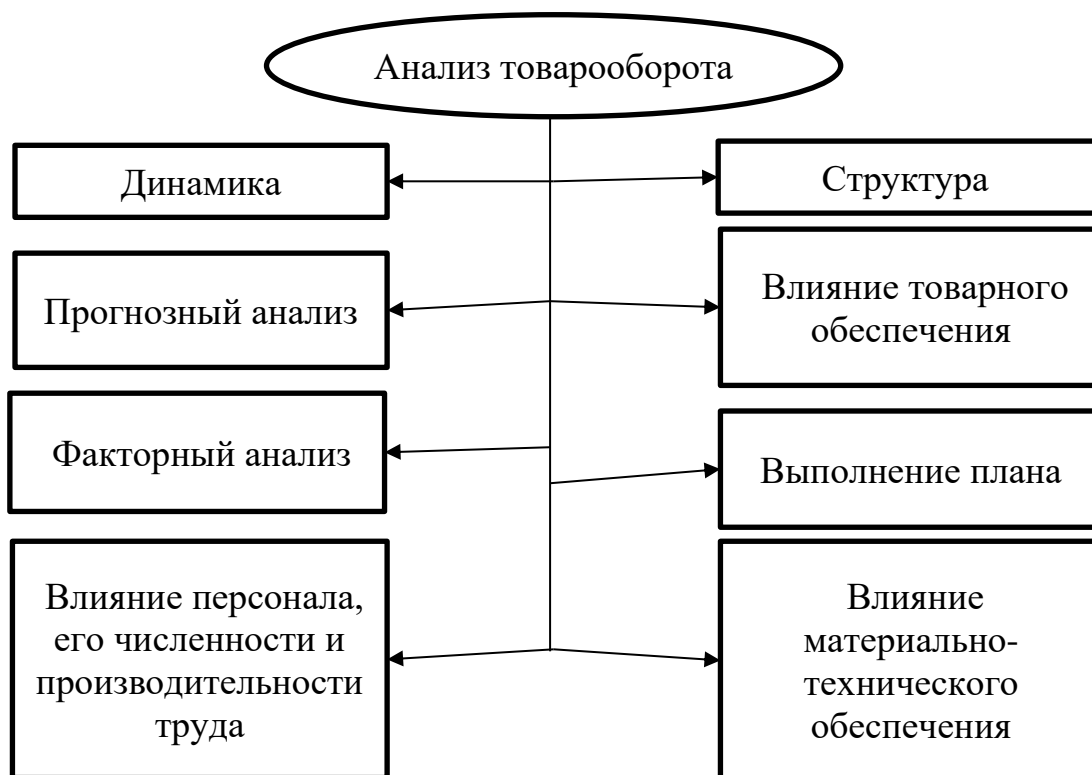


Рисунок 1. Анализ товарооборота предприятия

В ходе анализа также необходимо изучить скорость товарооборота, то есть период времени, в течение которого все складские запасы уйдут в оборот. На основании данного показателя рассчитываются сроки хранения, время поставок и окончательные даты реализации товаров.

Скорость товарооборота характеризуется следующими показателями:

1) Коэффициент оборачиваемости товарных запасов (количество оборотов товарных запасов), рассчитывающийся по формуле 1:

$$\text{Коб} = \text{ТО}/\text{ТЗ}, \quad (1)$$

где ТО – товарооборот предприятия за определенный период в денежном выражении; ТЗ – товарные запасы предприятия [19].

2) Время обращения товарных запасов, рассчитывающееся по формуле 2:

$$t = T / \text{Коб}, \quad (2)$$

где T – количество календарных дней; Коб - коэффициент оборачиваемости [19].

Товарооборот является наиболее важным показателем эффективности предприятия, вне зависимости от его размеров и формы организации. По его анализу можно судить о результате деятельности и выбрать последующую стратегию предприятия.

1.3. Показатели эффективности использования товарных запасов предприятия

Основным условием успешного развития товарооборота является наличие товарных запасов и их разумное применение на предприятии, в связи с чем каждая компания должна регулярно исследовать товарные запасы на предмет соблюдения плана товарооборота, динамики его развития и оперативности удовлетворения спроса покупателей на конкретные товары.

На торговых предприятиях обычно используются следующие методы анализа и учета товарных запасов:

1) инвентаризация, т. е. подсчет всех товаров, которые при необходимости могут перевешиваться и перемериваться.

Данные, полученные в натуральном выражении, оцениваются в действующих ценах и суммируются по товарным группам в целом. К недостаткам данного метода относят большую трудоемкость и невыгодность для предприятия, поскольку оно не функционирует при его проведении;

2) снятие остатков, или оперативный учет, т. е. сверка материально ответственными лицами фактического наличия товара с данными товарного счета.

Если быть точнее, то подсчитываются не товары, а товарные места (ящики, рулоны, мешки и др.). После с учетом соответствующих норм производится пересчет, определяется и оценивается количество товаров в текущих ценах. Этот метод не настолько точный, как первый;

3) балансовый метод, который основан на применении балансовой формулы:

$$ТЗн + Тп = ТО + Тв + ТЗк, \quad (3)$$

где ТЗн – товарные запасы на начало анализируемого периода, руб.; Тп – поступление товаров за анализируемый период, руб.; ТО – розничный товароборот предприятия, руб.; Тв – прочее выбытие товаров, руб.; ТЗк – товарные запасы на конец анализируемого периода, руб. [19].

Этот метод менее трудоемок, он обеспечивает оперативный учет и анализ товарных запасов по отношению к другим показателям. Однако невозможно исключить из расчета любые неустановленные потери, а это приводит к определенным искажениям в уровне запасов. Чтобы устранить этот недостаток, данные балансового учета должны регулярно сопоставляться с данными инвентаризации и снятия остатков. С помощью данного метода легко осуществлять оперативный контроль за движением товаров. Также он особенно эффективен при автоматизированном учете на базе компьютерной сети.

На эффективность использования запасов могут оказать влияние причины, указанные в таблице 2.

Таблица 2. Факторы эффективности использования товарных запасов

Внешние:	Внутренние:
финансово-кредитная политика	уровень запасов
налоговое законодательство	рациональная организация сбыта товаров
экономическая ситуация в стране	ликвидация сверх нормативных запасов
величина процентов к уплате по заемным средствам	применение рациональных форм расчетов
	ускорение документооборота
	совершенствование нормирования запасов

Управление товарными запасами означает установление и поддержание такой их величины и структуры, которая отвечала бы задачам, поставленным перед компанией. Управление запасами предполагает:

1) Нормирование - разработка и установление необходимых размеров для конкретных видов товарных запасов;

2) Оперативный учет и контроль осуществляется на основании действующих форм учета и отчетности, в которых отражаются остатки товаров на начало месяца, а также сведения о поступлении и продаже;

3) Регулирование - поддержание их на определенном уровне, маневрирование ими.

Товарные запасы анализируются, планируются и учитываются в абсолютном и относительном выражении.

Абсолютные показатели выражаются в стоимостных и натуральных единицах. Однако с их помощью невозможно определить степень соответствия величины товарного запаса потребностям развития товарного обращения. Поэтому более широкое распространение получили относительные показатели, которые позволяют сравнивать размер товарных запасов с товарооборотом торговых предприятий.

Анализ товарных запасов ведется при помощи таких относительных показателей, как:

1) Величина запасов в сумме и днях к объему продаж на определенную дату по товарным группам и в целом по ассортименту и оценка характера изменения в динамике.

2) Оборачиваемость в днях по товарным группам и в целом по предприятию за определенный период и в сравнении с аналогичными периодами прошлых лет.

3) Доля запасов отдельных товаров в целом по предприятию и тенденция ее изменения в динамике в сравнении с изменениями доли этой товарной группы в объеме продаж по региону.

4) Размеры запасов по внутригрупповому ассортименту основных товарных групп и оценка их влияния на оборачиваемость по товарной группе в целом.

5) Влияние объема и структуры продаж, поступления товаров, ритмичности поставок, сложности ассортимента товаров на изменение товарных запасов и товарооборотность основных факторов.

Оптимизация управление товарными запасами заключается в уменьшении влияния указанных факторов, что благоприятно влияет на деятельность компании и увеличивает его финансовые показатели. Одним из главных элементов анализа товарных запасов предприятия является анализ обеспеченности и эффективности использования товарных ресурсов на предприятии. Исследование товарных ресурсов торгового предприятия начинается с составления и изучения товарного баланса, который включает текущие, сезонные и товары досрочного завоза, отраженных в розничной стоимости.

Для анализа использования товарных запасов определяется и обратный показатель – объем товарных ресурсов на один рубль розничного товарооборота. Также существует ряд частных показателей эффективности использования товарных ресурсов, к которому относится доля прочего выбытия товаров в товарных ресурсах, вычисляемому по всему его объему и отдельным видам, или в общем объеме товарооборота. Анализ поступления товаров проводится по торговому предприятию в целом, по отдельным товарным группам и товарам, источникам поступления, поставщикам, а также в разрезе торговых предприятий (магазинов) – получателей товаров.

Особый интерес направлен на исследование источников поступления товаров. В условиях формирования рыночных отношений торговые предприятия приобрели большие права и возможности вовлечения в товарооборот иных товарных ресурсов путем закупки товаров напрямую у производителей (государственных и частных промышленных предприятий, колхозов, совхозов, других производителей товаров) и за счет импорту. В

связи с этим повышается важность инициативы и предприимчивости торговых работников в поисках других товарных ресурсов. При проведении анализа следует выяснить, у каких поставщиков и в каком объеме были закуплены товары в отчетном и прошлых годах, каковы возможности расширения их закупок в будущем, в частности на льготных условиях.

Очень важно следить за соблюдением договоров поставки товаров отдельными поставщиками. В ходе анализа изучают степень выполнения договоров поставки по общему объему, ассортименту и качеству товаров, срокам поступления, условиям транспортировки, упаковки, выявляют нарушения договорных обязательств, если таковые имеются, и устанавливают их причины, а, самое главное, принимают меры по выполнению договорных обязательств в будущем, улучшению товароснабжения. Нарушения исполнения договоров поставки товаров могут быть вызваны поставщиками (несвоевременное заключение договоров и согласование спецификаций, нарушение договорных обязательств по общему ассортименту и качеству поставляемых товаров, срокам отгрузки и другим условиям их поставки) или розничными торговыми предприятиями (несвоевременное заключение договоров и представление поставщикам разнарядок и заявок на поставку товаров, отказ от заказанных товаров, нарушение действующего порядка расчетов и т.д.). В первом случае следует проверить, предприняло ли торговое предприятие все необходимые меры для воздействия на поставщиков, предусмотренные законом и договорами, по устранению и предупреждению недостатков в поставке товаров. Во втором случае необходимо выявить причины и конкретных виновников, которые привели к ухудшению товароснабжения.

Размер товарных запасов во многом обуславливается объемом и структурой товарооборота торговой организации или предприятия. По этой причине одной из важных задач торговых предприятий считается поддержание оптимального соотношения между величиной товарооборота и размерами товарных запасов.

Глава 2. Анализ товарооборота и товарных запасов на примере компании ООО «Спортмастер»

2.1 Общая характеристика компании ООО «Спортмастер»

Компания ООО "Спортмастер" была основана в 1991 году как небольшой магазин по продаже домашних тренажеров. К 2008 году магазин превратился в крупную компанию, в которой работают около 200 человек.

Общество с ограниченной ответственностью "Спортмастер", зарегистрированное 27 июня 1991 года Межрайонной инспекцией Федеральной налоговой службы № 46 по г. Москве и внесенное в ЕГРЮЛ за ОГРН 1057747320278, ИНН 7728551528 (далее - ОБЩЕСТВО) создано и действует в соответствии с Гражданским кодексом Российской Федерации и Федеральным законом Российской Федерации от 8 февраля 1991 года N 14-ФЗ "Об обществах с ограниченной ответственностью".

Целью деятельности ООО "Спортмастер" является получение максимальной прибыли и удовлетворение общественных потребностей.

ООО "Спортмастер" осуществляет хозяйственную деятельность по следующим основным направлениям:

- розничная и оптовая реализация, производство, приобретение, транспортировка, переработка, хранение одежды и обуви, товаров для спорта, туризма и отдыха, иных товаров народного потребления и продуктов питания;
- организация сети розничной и оптовой торговли одеждой и обувью, товарами для спорта, туризма и отдыха, а также иными товарами народного потребления и продуктами питания;
- осуществление экспортно-импортных операций;
- оказание консультационных, посреднических, сервисных, и иных услуг;
- пропаганда здорового образа жизни путем проведения благотворительных и иных мероприятий;
- организация и/или участие в российских и международных соревнованиях, конкурсах, выставках, семинарах, конференциях.

Иная деятельность ООО "Спортмастер", не указанная в приведенном выше списке, но не запрещенная действующим законодательством, является уставной.

Сегодня в составе группы компаний:

1. Крупнейшая в Восточной Европе сеть спортивных магазинов Спортмастер;

2. Динамично развивающиеся сети франчайзинговых магазинов:

- Спортландия - сеть спортивных магазинов для всей семьи с широким выбором товаров для занятий спортом и активного отдыха.

- COLUMBIA - сеть концептуальных магазинов американской торговой марки Columbia, мирового лидера в направлении одежды и обуви для активного отдыха средней ценовой категории уже более 60 лет.

- FOOTTERRA - сеть мультибрендовых магазинов модной обуви и аксессуаров свободного стиля.

ООО "Спортмастер" можно охарактеризовать как организацию с низкой специализацией, поскольку на любом стандартном рабочем месте выполняется относительно большое количество операций. Например, каждый кассир этого предприятия осуществляет не только оформление покупки, но и выполняет некоторые функции бухгалтера, продавца-консультанта и диспетчера. Примерно такой набор функций выполняет каждый сотрудник предприятия.

Данная компания отличается высоким профессионализмом, так как все сотрудники владеют высокими профессиональными навыками и компетентностью. Каждый сотрудник проходит регулярное обучение новым технологиям, осваивает новые методы общения, получает нужную информацию об инновациях на рынке, тестирует новую продукцию, чтобы узнать ее преимущества и недостатки на основе личного опыта. Всё это делает сотрудников данной компании профессионалами своего дела.

Управление в ООО "Спортмастер" базируется на основных локальных документах, принятых организацией: устав, учетная политика, положения об

отделах и должностные инструкции, трудовой распорядок и кодекс корпоративного поведения.

Организационная структура организации изображена на рисунке 2.

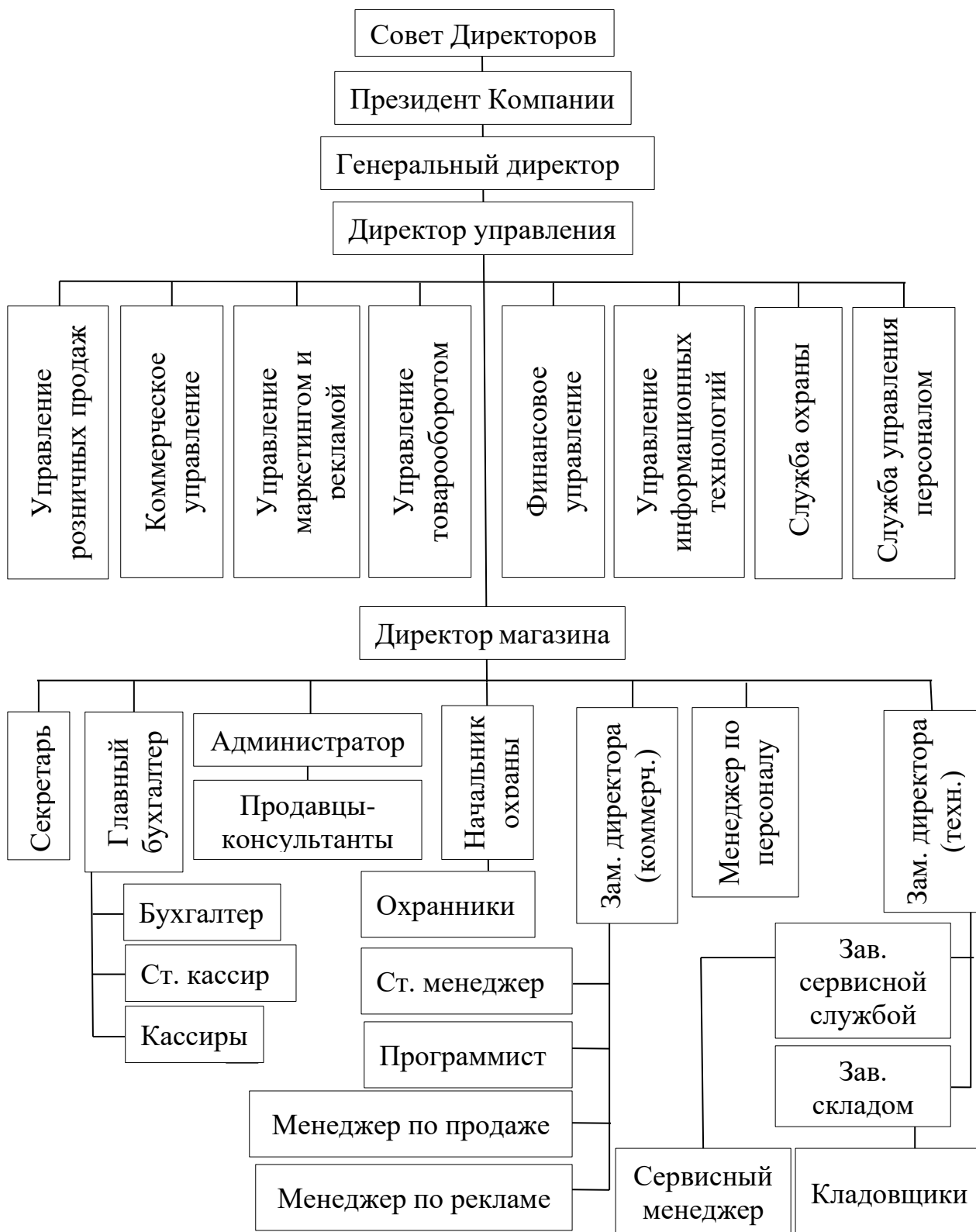


Рисунок 2. Организационная структура ООО «Спортмастер»

Организационная структура управления организации линейно-функциональная. Она обеспечивает такое разделение труда, при котором линейные звенья принимают решения и управляют, а функциональные – консультируют, информируют, координируют и планируют хозяйственную деятельность.

Бухгалтерский баланс исследуемого предприятия предоставлен в приложении А и таблице 1[13].

Таблица 1. Аналитический баланс ООО "Спортмастер" за 2018-2020гг.

Наименование показателя	Абсолютные, руб.			Относительные, %		
	2020	2019	2018	2020	2018	2018
АКТИВ						
I. ВНА	8 815 627	8 173 208	6 837 450	10,7	12,65	11,62
НА	114 292	159 180	212 373	0,14	0,25	0,36
ОС	7 179 851	7 169 526	5 866 888	8,7	11,1	9,97
Пр. ВНА	983 312	306 550	220 237	1,19	0,47	0,37
II. ОА	73 588 524	56 425 832	51 986 615	89,3	87,35	88,38
Запасы	30 727 279	35 584 386	31 366 449	37,29	55,08	53,32
НДС по ПЦ	234 370	180 128	206 287	0,28	0,29	0,35
Фин. вл.	622 631	258 361	256 449	0,75	0,4	0,44
ДС и ДЭ	36 176 296	15 023 742	14 111 144	43,9	23,26	23,99
Пр. ОА	17 936	14 015	11 253	0,02	0,02	0,02
БАЛАНС	82 404 151	64 599 040	58 824 066	100	100	100
ПАССИВ						
III. К и Р	62 346 248	52 040 326	43 585 024	75,66	80,59	74,09
Уст К	261 642	261 642	261 642	0,32	0,4	0,44
НП (НУ)	62 084 512	51 778 590	43 323 288	75,34	80,15	73,65
V. КР.ОБЯЗ-А	20 057 902	12 558 714	15 239 041	24,34	19,44	25,91

Заем. ср-ва	4 791 032	129 434	398 398	5,81	0,2	0,68
КЗ	15 266 354	12 424 889	14 840 385	18,53	19,23	25,23
БАЛАНС	82 404 151	64 599 040	58 824 066	100	100	100

В целях представления наиболее полной характеристики деятельности компании проведем анализ его баланса, отразив абсолютное изменение показателей и их темп роста.

Данные таблицы 1 показывают, что итог баланса увеличивался с каждым годом: в 2019 году - на 5 774 974 руб. (+9,82%), в 2020 году - на 17 805 111 руб. (+27,56%).

Увеличение внеоборотных активов: в 2019 г. - на 1 335 758 руб. (+19,53%), в 2020 г. - на 642 419 руб. (+7,86%). Увеличение оборотных активов: в 2019 г. - на 4 439 217 руб. (+8,54%), в 2020 г. - на 17 162 692 руб. (+30,42%). Рост оборотных активов произошёл в основном за счет увеличения денежных средств и денежных эквивалентов.

Собственный капитал предприятия также увеличивался с каждым годом: в 2019 г. – на 8 455 302 руб. (+19,4%), в 2020 г. – на 10 305 922 руб. (+19,8%). Краткосрочные обязательства в 2019 г. уменьшились на 2 680 327 руб. (-17,59%), а в 2020г. увеличились на 7 499 188 руб. (+59,71%). Во многом это произошло за счет роста величины заемных средств.

2.2 Анализ товарооборота ООО «Спортмастер»

Для оценки коммерческой деятельности предприятия "Спортмастер" проанализируем основные экономические показатели хозяйственной деятельности. Экономические показатели представлены в документах финансовой отчетности в приложении Б и в таблице 2[13].

Таблица 2. Основные экономические показатели деятельности предприятия ООО "Спортмастер"

Показатель	2020 год	2019 год
Выручка	101 894 831	112 421 194
Себестоимость продаж	50 614 470	55 488 079
Прибыль (убыток) от продаж	12 355 083	15 343 138
Чистая прибыль (убыток)	10 305 922	8 455 302

У первых 3 показателей таблицы в 2020 году произошел спад: выручки – на 9,36%, себестоимости продаж – на 8,78%, прибыли от продаж – на 19,47%. Чистая прибыль (убыток), однако, в 2020 году увеличилась на 21,89%.

Товарооборот - то этап воспроизводственного процесса, который предполагает перемещение товаров из сферы производства в сферу потребления. Данные товарооборота предприятия приведены в таблице 3.

Таблица 3. Товарооборот ООО «Спортмастер»

Период	Товарооборот, руб.	
	год	месяц
2019	112 421 194	9 368 432,83
2020	101 894 831	8 491 235,92

Проанализируем динамику товарооборота в текущих и сопоставимых ценах предприятия за период 2019–2020 гг.

Расчет относительных величин динамики суммы реализации товаров в фактических и сопоставимых ценах производился следующим образом:

Динамика оборота в фактических ценах рассчитывается по формуле (4) и равна:

$$TO = (TO_1 / TO_2) * 100\%, \quad (4)$$

где TO_1 - товарооборот отчетного периода; TO_2 - товарооборот базового периода [19].

$$TO_{2020/2019} = (101\,894\,831 / 112\,421\,194) * 100\% = 90,64\%,$$

т. е. сумма оборота снизилась на 9,36%. В условиях инфляции и повышения цен этот показатель не отражает изменение физического объема проданных товаров. Поэтому для анализа динамики необходимо рассчитать сумму оборота за отчетный период в сопоставимых ценах (формула (5)), т. е. каким было бы количество проданных товаров, если бы цены не изменились.

$$TO_{сц} = (TO_1 / Иц) * 100\%, \quad (5)$$

где Иц - индекс цен [19].

Индекс цен за 2 года составил – 1,01 [5].

$$TO_{2020\ сц.} = 101\,894\,831 / 1,01 = 100\,885\,971$$

Динамика оборота в сопоставимых ценах равна:

$$TO_{2020\ сц} * 100\% / TO_{2019} = (100\,885\,971 / 112\,421\,194) * 100\% = 89,74\%$$

Это означает, что объем реализованных товаров уменьшился.

По такой же методике рассчитан темп роста товарооборота за период 2019–2020 гг.

Результаты представлены в таблице 4.

Таблица 4. Динамика розничного товарооборота ООО «Спортмастер» за 2019-2020гг.

Период	Фактический товарооборот, тыс.руб.		Динамика или отклонение 2020г от 2019г, %	
	В действующих ценах	В сопоставимых ценах	В действующих ценах	В сопоставимых ценах
2019	112 421 194	111 308 113	100,00	100,00
2020	101 894 831	100 885 971	90,64	89,74

Таким образом, наблюдается отрицательный рост динамики товарооборота исследуемого предприятия.

2.3 Анализ эффективности управления товарными запасами ООО «Спортмастер»

Рассмотрим процесс эффективности управления товарными запасами в ООО «Спортмастер» с точки зрения основных функций управления. Первое, с чего нужно начать управление товарных запасов, это их планирование, при котором необходимый объем запасов создается на основе запросов, полученных торговыми представителями от клиентов. Особая роль отводится также организации движения товарных запасов и контролю за их сохранностью. Чтобы укрепить свои позиции на рынке продаж спортивных товаров, необходимо расширять торговый ассортимент. Однако не всегда есть смысл тратить свободные финансовые средства, необходимые для кредитования дополнительных товарных ресурсов и свободных складских помещений. Поэтому перед службой логистики может стоять задача сокращения общего объема товарных запасов для сокращения затрат на их содержание и расширение ассортимента. При этом сокращение товарных запасов не должно сказаться на уровне клиентского сервиса, то есть на готовности компании доставлять товары потребителям.

Торговый ассортимент товарных запасов компании представлен в таблице 5.

Таблица 5 – Анализ торгового ассортимента товарных запасов в товарообороте ООО «Спортмастер» за 2020 год

Показатели	Товарооборот торгового ассортимента
Одежда для спорта и активного отдыха, руб.	48 909 519
Уровень реализации группы товаров в годовом товарообороте, %	48

Обувь для спорта и активного отдыха, руб.	20 786 545
Уровень реализации группы товаров в годовом товарообороте, %	20,4
Инвентарь, руб.	11 717 906
Уровень реализации группы товаров в годовом товарообороте, %	11,5
Тренажеры, руб.	9 985 693
Уровень реализации группы товаров в годовом товарообороте, %	9,8
Аксессуары, руб.	5 502 321
Уровень реализации группы товаров в годовом товарообороте, %	5,4
Оборудования для отдыха и оздоровления, руб.	4 992 847
Уровень реализации группы товаров в годовом товарообороте, %	4,9
Всего товарооборот, руб.	101 894 831

Реализация одежды для спорта и активного отдыха в среднем по году занимает 48% от всего товарооборота в 2020 году. Наименьшую долю в годовой реализации спортивных товаров компании составляет оборудование для отдыха и оздоровления, в среднем 4,9%.

В таблице 6 представлен расчет показателей, характеризующих эффективность управления товарными запасами в компании ООО «Спортмастер».

Таблица 6 – Анализ показателей эффективности управления товарными запасами в ООО «Спортмастер»

Показатели	2019г.	2020г.	Отклонение	Темп роста, %
Товарооборот в действующих ценах, руб.	112 421 194	101 894 831	-10 526 363	90,64
Товарные запасы на конец периода, руб.	109 188 645	91 588 909	-17 599 736	83,88
Однодневный товарооборот, руб.	312 281,09	283 041,2	-29 239,89	90,64
Среднегодовой товарный запас, руб.	111 308 113	88 604 201	-22 703 912	79,6
Уровень товарных запасов на конец периода, дни	349	323	-26	92,55
Товароборачиваемость запасов, дни	356	313	-43	87,92
Скорость товарообращения, оборотов	1,01	1,15	0,14	113,86

Анализируя данные таблицы 6 видно, что при уменьшении товарооборота, величина товарных запасов также имеет отрицательную динамику роста и это влечет за собой уменьшение однодневного товарооборота в 2020 году на 9,36%, в сопоставлении с предыдущим годом.

2.4. Рекомендации по совершенствованию деятельности компании

Состояние товарных запасов оказывает существенное влияние на показатели хозяйственно-финансовой деятельности предприятия: объем оборота розничной торговли и расходы на продажу товаров, а, следовательно, и прибыль от продаж, состояние материально-технической базы, величину оборотных средств, уровень обеспеченности собственными оборотными средствами.

Мероприятия по совершенствованию финансово-хозяйственной деятельности заключаются в осуществлении комплекса мер:

совершенствование менеджмента, повышение эффективности продаж, организация и внедрение новых направлений продаж, например – услуг, конкурентоспособности товаров и услуг, снижение издержек производства, улучшение финансово-экономических результатов деятельности. Таким образом, ООО «Спортмастер» необходимо работать над улучшением состава и структуры источников финансирования: стремиться увеличить собственный капитал, ограничить рост кредиторской задолженности, улучшать ее качество, учиться использовать выгоду кредитов и займов.

Для эффективного управления товарными запасами необходимо обеспечить максимальное соответствие объема, структуры, размещения и движения товарных запасов с целью наращивания товарооборота при минимальных затратах в условиях создания стабильного ассортимента товаров. Ускорение товарооборачиваемости позволит снизить товарные потери, сократить потребность в банковских кредитах, складских площадях, технологическом оборудовании, а, следовательно, повысить рентабельность торговой деятельности в целом.

Исследуемому предприятию можно предложить два основных варианта совершенствования товарооборота:

- 1) Сокращение закупок тех товаров, которые не пользуются текущим спросом;
- 2) Увеличение закупок продукции, которую можно достаточно быстро и выгодно продать.

В качестве путей ускорения товарооборачиваемости ООО «Спортмастер» можно выделить следующие предложения:

- совершенствование товародвижения и нормализация размещения товарных запасов;
- полное и ритмичное выполнение планов хозяйственной деятельности;
- совершенствование организации торговли, внедрение прогрессивных форм и методов продажи;
- минимизация запасов хозяйственных материалов.

Оптимизация управления запасами ООО «Спортмастер» должна основываться на грамотном планировании товарных запасов, которое представляет собой сложный процесс, включающий анализ их состояния и тенденций изменения, обоснование необходимой величины товарных запасов, оценку их с точки зрения соответствия предъявляемым требованиям и осуществление экономических организационно-технических мер по их поддержанию в соответствии с этими требованиями. При этом ключевыми звеньями в планировании являются обоснование рекомендуемой величины товарных запасов в днях и сумме по указанным структурным единицам предприятия и расчет норматив товарного запаса в сумме.

Через установление необходимой величины достигаются цели и задачи планирования. Они заключаются в определении оптимального количества товарных запасов, которые должны обеспечить бесперебойную торговлю товарами при минимальных затратах на создание, хранение и управление ими во всех структурных единицах предприятия.

Одним из самых эффективных методов оптимизации управления товарными запасами является использование в компании корпоративной информационной системы, основным преимуществом которой является возможность работы в реальном времени, "прозрачность" и, соответственно, оптимизация бизнес-процессов, возможность прогнозирования результатов деятельности компании, управление компанией на качественно новом уровне.

В итоге можно сделать вывод, что эффективность использования товарных запасов зависит в первую очередь от умения управлять ими, улучшать организацию торговли, повышать уровень коммерческой и финансовой работы, на что и должны быть направлены усилия исследуемого предприятия.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В данной курсовой работе была исследована специфика товарооборота и управления товарными запасами предприятия. Соотнесение результатов работы с установленными задачами дает возможность заключить следующие выводы:

Одним из главных составных элементов товарных ресурсов являются запасы товаров, в значительной мере образующие будущий ассортимент и предопределяющие структуру товарооборота. Запасы на предприятии торговли являются частью товарного обеспечения, выступающей совокупностью товарной массы в процессе ее движения из сферы производства к потребителю.

Процесс реализации товаров требует постоянного наличия на предприятиях торговли товарных запасов. Создание нужных размеров товарных запасов дает возможность торговому предприятию гарантировать устойчивость ассортимента товаров, реализовывать определенную ценовую политику, увеличивать уровень удовлетворения спроса покупателей. Это все вызывает потребность в поддержании на всех предприятиях оптимального уровня и достаточной широты ассортиментных позиций товарных запасов.

Управление запасами – ключевая деятельность, которая является важнейшей сферой управления компанией, как с точки зрения трудоемкости, так и с точки зрения связанных с ней затрат.

Товарооборот – это объем продаж товаров и предоставления услуг торговой организацией в денежном выражении за определенный период времени. Он служит важнейшим оценочным показателем торгового предприятия, измерителем эффективности его деятельности. Показатели товарооборота позволяют определить реальный спрос на товары, уровень покупательной способности населения, требования покупателей к товарам, факторы предпочтения потребителей при выборе товаров и перспективы изменения потребностей, выраженные не только темпами изменения товарооборота, но и характеристикой жизненного цикла товара.

Основным условием успешного развития товарооборота является наличие товарных запасов и их разумное применение на предприятии, в связи с чем каждая компания должна регулярно исследовать товарные запасы на предмет соблюдения плана товарооборота, динамики его развития и оперативности удовлетворения спроса покупателей на конкретные товары.

Для рассмотрения товарооборота и товарных запасов с практической точки зрения, в курсовой работе был проведен анализ показателей торгового предприятия ООО «Спортмастер» на основании данных его финансовой отчетности, в результате которого были сделаны выводы и даны рекомендации и предложения по оптимизации управления товарными запасами и предложены пути увеличения товарооборота исследуемого предприятия.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Альбекхаджиева Р.З. Прогнозирование и планирование в условиях рынка // Наука и просвещение – 2017 – С. 20–21.
2. Сергеева М. А. О сущности товарооборота оптовых и розничных предприятий // Философия сегодня: материалы второй межвуз. студ. науч. конф. – М.: ВСИ МВД России, 2016 – С. 20–23.
3. Ханануева В.А., Минаева О. А. Организация и технология торговли //Волгоградский гос. технич. ун-т., 2016 – С. 155–157.
4. Яковенко С. Н., Смолякова Н.В. Экономический анализ: Учеб. – практ. пособие. – Краснодар: Кубанский гос. ун-т, 2017 – С. 179.
5. <http://www.gks.ru/>
6. Баскакова, О.В. Экономика предприятия (организации): Учебник для бакалавров / О. В. Баскакова, Л. Ф. Сейко. –М.: ИТК Дашков и К, 2018. –372 с.
7. Бикалова, Н.А. Финансы России в условиях рынка: учеб.пособие / Н. А.Бикалова, Л. П. Кураков, Л. Н. Толстов. –М: Изд-во АН Чуваш. Респ., 2015.–69 с.
8. Большаков, П.П. Международные стандарты формирования и распределения прибыли предприятия: учебное пособие / П. П. Большаков. - М., 2015. - 302 с.
9. Бондарева, С.А. Системный подход к управлению персональными финансами / С. А. Бондарева // Финансовая аналитика: проблемы и решения. – 2015. – № 12 (246). – 76 с.
10. Бухгалтерский финансовый учет: учебник для академического бакалавриата/ Л. В. Бухарева [и др.]; под редакцией И. М. Дмитриевой. – 2-е изд., перераб. И доп. –М.: Издательство Юрайт, 2018. –495 с.

11. Г.Р. Вагазова, Е. С. Лукьянова Сущность финансовых результатов деятельности предприятия // Молодой ученый. –2015. – №11. – 32 с.
12. Гелета, И.В. Пути повышения конкурентоспособности предприятия/И.В. Гелета, И. Э. Захарченко // Гуманитарные научные исследования. - 2015. - №7–2 (47). - С. 143–146.
13. <https://e-ecolog.ru/buh/2020/7728551528>
14. Яшина Н. И., Якушев М. Ф., Емельянова О. В., Прончатова-Рубцова Н. Н. Краткосрочное финансирование организации: Учебно-методическое пособие – 2018 – 187с.
15. Баженов Ю. К., Баженов А. Ю., Коммерческая деятельность: Учебное пособие для бакалавров – 2018 – 286с.
16. Кравченко Е. С., Планирование и контроль на предприятии: Учебник – 2018 – 366с.
17. Юдникова Е.С., Управление закупками и запасами: Учебное пособие – 2018 – 74с.
18. Товарный менеджмент. Методические указания – 2019 – 29с
19. Финансовая статистика и финансовые вычисления: метод. Пособие – 2020 – 84с.
20. Аксянова А. В., Валеева Д. С., Владимирова И. С., Статистические методы в экономике и управлении: практикум – 2018 – 132с.

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Бухгалтерская отчетность ООО "Спортмастер" за 2020 год

Наименование показателя	Код строки	На 31 декабря 2020 года	На 31 декабря 2019 года	На 31 декабря 2018 года
АКТИВ				
I. ВНЕОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ				
Нематериальные активы	1110	114 292	159 180	212 373
Основные средства	1150	7 179 851	7 169 526	5 866 888
Доходные вложения в материальные ценности	1160	800	581	581
Финансовые вложения	1170	537 372	537 372	537 372
Прочие внеоборотные активы	1190	983 312	306 550	220 237
Итого по разделу I	1100	8 815 627	8 173 208	6 837 450
II. ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ				
Запасы	1210	30 727 279	35 584 386	31 366 449
Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям	1220	234 370	180 128	206 287
Дебиторская задолженность	1230	5 810 012	5 365 200	6 035 034
Финансовые вложения (за исключением денежных эквивалентов)	1240	622 631	258 361	256 449
Денежные средства и денежные эквиваленты	1250	36 176 296	15 023 742	14 111 144
Прочие оборотные активы	1260	17 936	14 015	11 253
Итого по разделу II	1200	73 588 524	56 425 832	51 986 615
БАЛАНС	1600	82 404 151	64 599 040	58 824 066
ПАССИВ				
III. КАПИТАЛ И РЕЗЕРВЫ				
Уставный капитал (складочный капитал, уставный фонд, вклады товарищей)	1310	261 642	261 642	261 642
Добавочный капитал (без переоценки)	1350	94	94	94
Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	1370	62 084 512	51 778 590	43 323 288
Итого по разделу III	1300	62 346 248	52 040 326	43 585 024
V. КРАТКОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА				
Заемные средства	1510	4 791 032	129 434	398 398
Кредиторская задолженность	1520	15 266 354	12 424 889	14 840 385
Доходы будущих периодов	1530	517	412	259
Прочие обязательства	1550	0	3 979	-
Итого по разделу V	1500	20 057 902	12 558 714	15 239 041
БАЛАНС	1700	82 404 151	64 599 040	58 824 066

ПРИЛОЖЕНИЕ Б

Отчет о финансовых результатах ООО «Спортмастер» за 2019- 2020гг.

<i>Наименование показателя</i>	<i>Код строки</i>	<i>За 2020 год</i>	<i>За 2019 год</i>
Выручка			
Выручка отражается за минусом налога на добавленную стоимость, акцизов.	2110	101 894 831	112 421 194
Себестоимость продаж	2120	(50 614 470)	(55 488 079)
Валовая прибыль (убыток)	2100	51 280 361	56 933 115
Коммерческие расходы	2210	(38 925 278)	(41 589 977)
Прибыль (убыток) от продаж	2200	12 355 083	15 343 138
Проценты к получению	2320	473 299	417 903
Проценты к уплате	2330	(118 671)	(56 162)
Прочие доходы	2340	11 132 993	5 765 013
Прочие расходы	2350	(10 061 543)	(5 307 148)
Прибыль (убыток) до налогообложения	2300	13 781 161	16 162 744
Налог на прибыль	2410	-2 756 232	-3 232 549
Прочее	2460	-719 007	-4 474 893
Чистая прибыль (убыток)	2400	10 305 922	8 455 302
Совокупный финансовый результат периода	2500	10 305 922	8 455 302