ООО «Лайтстат»



Руководство по эксплуатации ПО Лайтстат

Версия документа: 1.0

Дата подготовки документа: 18.05.2026

г. Казань

Этот документ является составной частью технической документации Лайтстат.

© 2026 ООО «Лайтстат». Все права защищены.

Предупреждение об исключительных правах и конфиденциальной информации

Исключительное право на программу для ЭВМ «Лайтстат» принадлежит ООО «Лайтстат». Настоящий документ содержит конфиденциальную информацию ООО «Лайтстат». Ее использование вне целей разработки, сопровождения и эксплуатации программы, а также раскрытие третьим лицам без согласия правообладателя запрещены. Нарушение требований охраны интеллектуальной собственности и конфиденциальной информации влечет ответственность, предусмотренную законодательством Российской Федерации.

Контактная информация

ООО «Лайтстат»

Сайт: https://litestat.io

Email: glavbuh@litestat.team

Главный офис: 420107, РЕСПУБЛИКА ТАТАРСТАН (ТАТАРСТАН),

Г.О. ГОРОД КАЗАНЬ, Г КАЗАНЬ, УЛ СПАРТАКОВСКАЯ, Д. 2А

© 2026 ООО «Лайтстат». Все права защищены.

Список терминов и сокращений

Термин или сокращение	Значение
ABC-анализ	метод классификации товаров по трём группам (A, B, C) в зависимости от их значимости для бизнеса
API-интеграция	взаимодействие с внешними сервисами через их программные интерфейс
API-ключ	уникальный идентификатор для подключения и взаимодействия с API маркетплейсов
CTR	показатель кликабельности (отношение кликов к показам)
FBO	модель работы с маркетплейсом, при которой хранение и доставка осуществляется маркетплейсом
FBS	модель работы с маркетплейсом, при которой продавец хранит товар и организует доставку
XLSX	формат файлов Microsoft Excel для хранения и обмена данными
Ассоциированные заказы	заказы товаров, не участвовавших в рекламной кампании, но купленных после перехода из карточки
Выкупаемость	процент успешно завершённых заказов от общего числа
ДРР	доля рекламных расходов от общей суммы продаж
Карточка товара	страница с детальной информацией о конкретном товаре
Маржинальность	разница между ценой продажи и себестоимостью товара
Маркетплейс	торговая площадка для продажи товаров
Оборачиваемость	скорость реализации товаров со склада
Программа лояльности	система поощрения пользователей за активность в сервисе
Программное обеспечение	совокупность программ, баз данных и файлов, обеспечивающих работу системы
Рекламная кампания	комплекс мероприятий по продвижению товаров на маркетплейсах
Себестоимость	базовая стоимость товара для владельца магазина
CPA	стоимость за действие в рекламных кампаниях
Средняя себестоимость	базовая стоимость товара для владельца магазина
CPM	стоимость за тысячу показов в рекламных кампаниях
ЭДО	электронный документооборот для обмена документами

© 2026 ООО «Лайтстат». Все права защищены.

Содержание

1 ВВЕДЕНИЕ 5
1.1 Назначение и область применения 5
1.2 Краткое описание возможностей сервиса 5
1.3 Уровень подготовки пользователя 5
1.4 Версия ПО и совместимость 5
2 ОПИСАНИЕ РАБОТЫ 7
2.1 Вход в Систему 7
2.1.1 Регистрация 7
2.1.2 Подключение магазина 8
2.2 Настройки 12
2.2.1 Учетная запись 12
2.2.2 Организация 13
2.2.3 Пользователи 16
2.2.4 API ключи 17
2.2.5 Подписка 18
2.2.6 Программа лояльности 21
2.3 Блок Управление магазинами 23
2.3.1 Главная 24
2.3.2 Товары 27
2.4 Реклама 39
2.4.1 Сводный отчёт 39
2.4.2 Рекламные кампании 43
2.4.3 Заказы 44
2.4.4 Склад 50
2.5 Карточка товара 57
2.5.1 Аналитика карточки товара 57
2.5.2 Объединение карточек товаров 67
2.6 Блок Управленческая отчетность 68
2.6.1 Главная 69
2.6.2 Отчет маркетплейса 70
2.6.3 Расходы и доходы 75
2.6.4 PnL отчет 78
2.6.5 Управленческий баланс 81

© 2026 ООО «Лайтстат». Все права защищены.

1 ВВЕДЕНИЕ

1.1 Назначение и область применения

Настоящее руководство предназначено для пользователей сервиса финансовой аналитики ПО «**Лайтстат**» (далее система, сервис), содержит описание функциональности и порядок действий при работе с системой.

Документ поможет:

- освоить интерфейс сервиса Лайтстат;
- интерпретировать полученные результаты и применять их для принятия управленческих решений;
- эффективно использовать функционал платформы для оптимизации ассортимента, управления запасами и повышения прибыльности.

Руководство адресовано:

- владельцам бизнеса и коммерческим директорам;
- менеджерам по ассортименту и категорийным менеджерам;
- аналитикам и специалистам по управлению товарными запасами;
- сотрудникам торговых сетей.

1.2 Краткое описание возможностей сервиса

Сервис **Лайтстат** включает два основных функциональных блока:

1. **Управление магазинами** — блок для оперативного управления торговой деятельностью:
   - мониторинг ключевых показателей магазинов в режиме реального времени;
   - анализ продаж по периодам, магазинам, категориям и товарам;
   - выполнение ABC-анализа для оптимизации товарного портфеля;
   - экспорт данных для дальнейшего анализа во внешних системах.
2. **Управленческая отчётность** — блок для стратегического анализа и принятия решений:
   - формирование комплексных отчётов по финансовым и операционным показателям;
   - сравнение периодов и анализ динамики;
   - визуализация данных в виде графиков и диаграмм;
   - экспорт данных для дальнейшего анализа во внешних системах.

1.3 Уровень подготовки пользователя

Требования к специальным навыкам пользователей для работы с сервисом **Лайтстат** не предъявляются. Пользователям Системы рекомендуется иметь навыки работы с ОС MS Windows, macOS, Android, iOS, ОС Linux и интернет-браузерами – Яндекс Браузер, Google Chrome (версия 90+), Mozilla Firefox (версия 85+), Microsoft Edge (версия 90+), Safari (версия 14+).

1.4 Версия ПО и совместимость

Руководство составлено для актуальной версии сервиса **Лайтстат**.

Для корректной работы с платформой рекомендуется:

© 2026 ООО «Лайтстат». Все права защищены.

- использовать операционные системы: ОС MS Windows, macOS, Android, iOS, ОС Linux, включая отечественные разработки: Astra Linux, Alt Linux, РЕД ОС;
- использовать современные версии браузеров: Яндекс Браузер, Google Chrome (версия 90+), Mozilla Firefox (версия 85+), Microsoft Edge (версия 90+), Safari (версия 14+);
- использовать мессенджеры:
    - Telegram:
        - Telegram Web (веб-версия);
        - Telegram Mini Apps (веб-приложение);
        - Встроенный браузер Telegram.
    - MAX:
        - MAX Web (веб-версия);
        - MAX Mini Apps (веб-приложение).
- обеспечить стабильное интернет-соединение не менее 5 Мбит/сек.

© 2026 ООО «Лайтстат». Все права защищены.

2 ОПИСАНИЕ РАБОТЫ

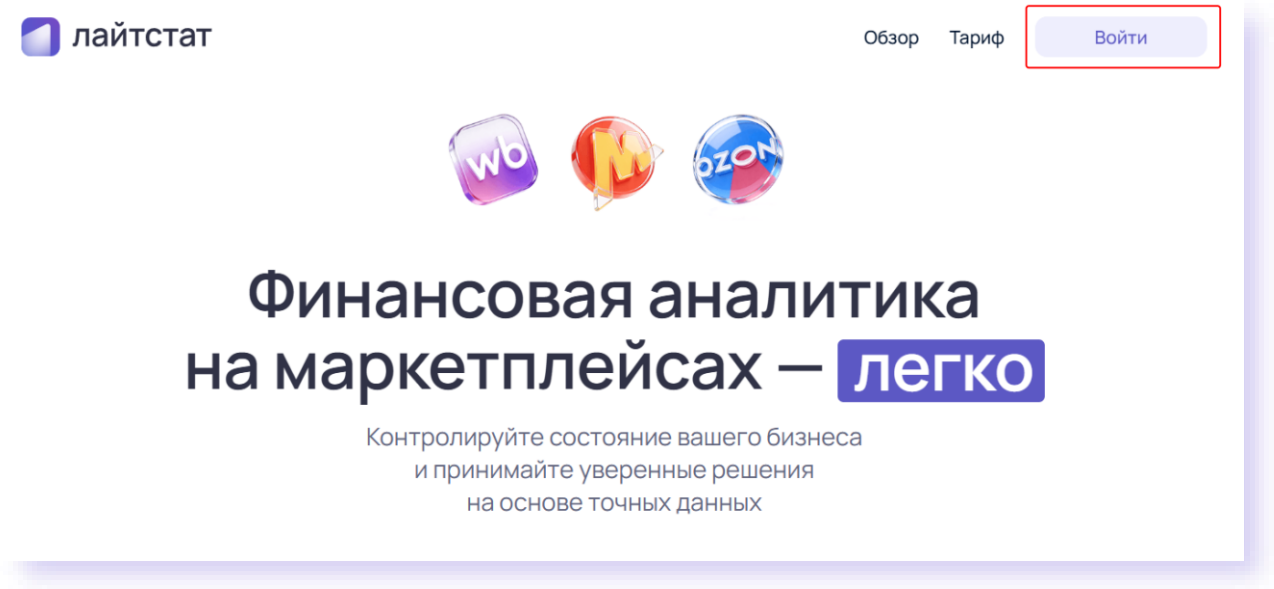
2.1 Вход в Систему

2.1.1 Регистрация

Для начала работы с сервисом **Лайтстат** необходимо зарегистрироваться.

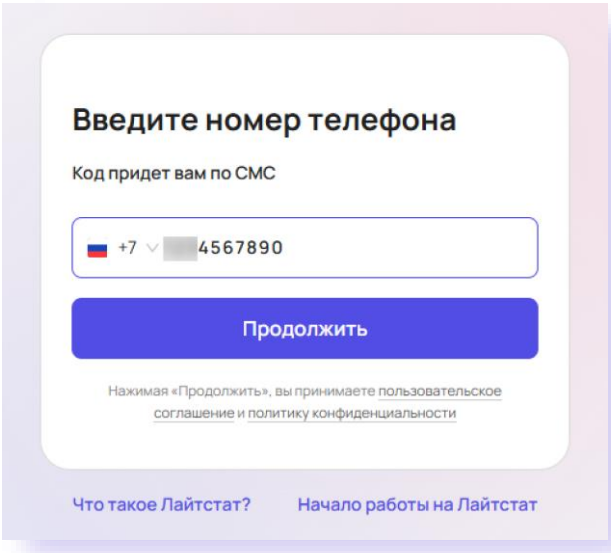
Шаг 1. Откройте стартовую страницу

1. Откройте веб-браузер на вашем устройстве.
2. Введите в адресной строке URL сервиса: https://litestat.io.
3. В правом верхнем углу экрана нажмите **Войти,** откроется форма регистрации.



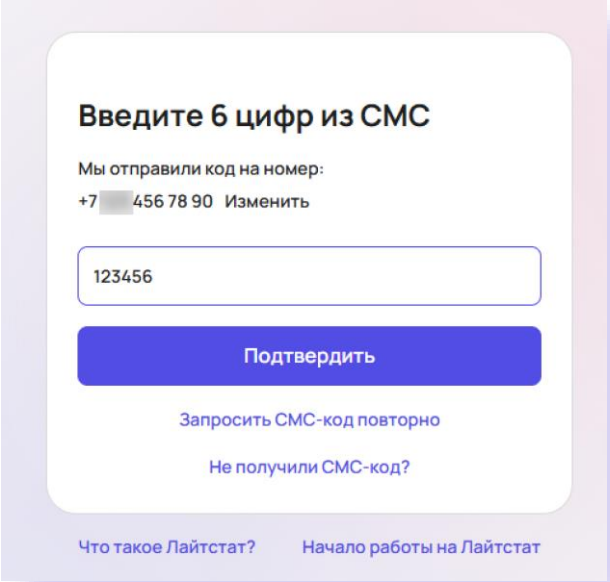
Шаг 2. Зарегистрируйтесь по номеру телефона

1. Введите в поле для ввода номер мобильного телефона в международном формате.
2. Нажмите **Продолжить**.



© 2026 ООО «Лайтстат». Все права защищены.

3. Дождитесь SMS-сообщения с одноразовым кодом подтверждения.
4. Введите полученный код в появившемся окне.
    - Код состоит из шести цифр.
    - Если код не пришёл в течение двух минут, нажмите **Запросить СМС-код повторно**.
5. Нажмите **Подтвердить**.



2.1.2 Подключение магазина

Шаг 1. Выберите платформу, которую хотите подключить:

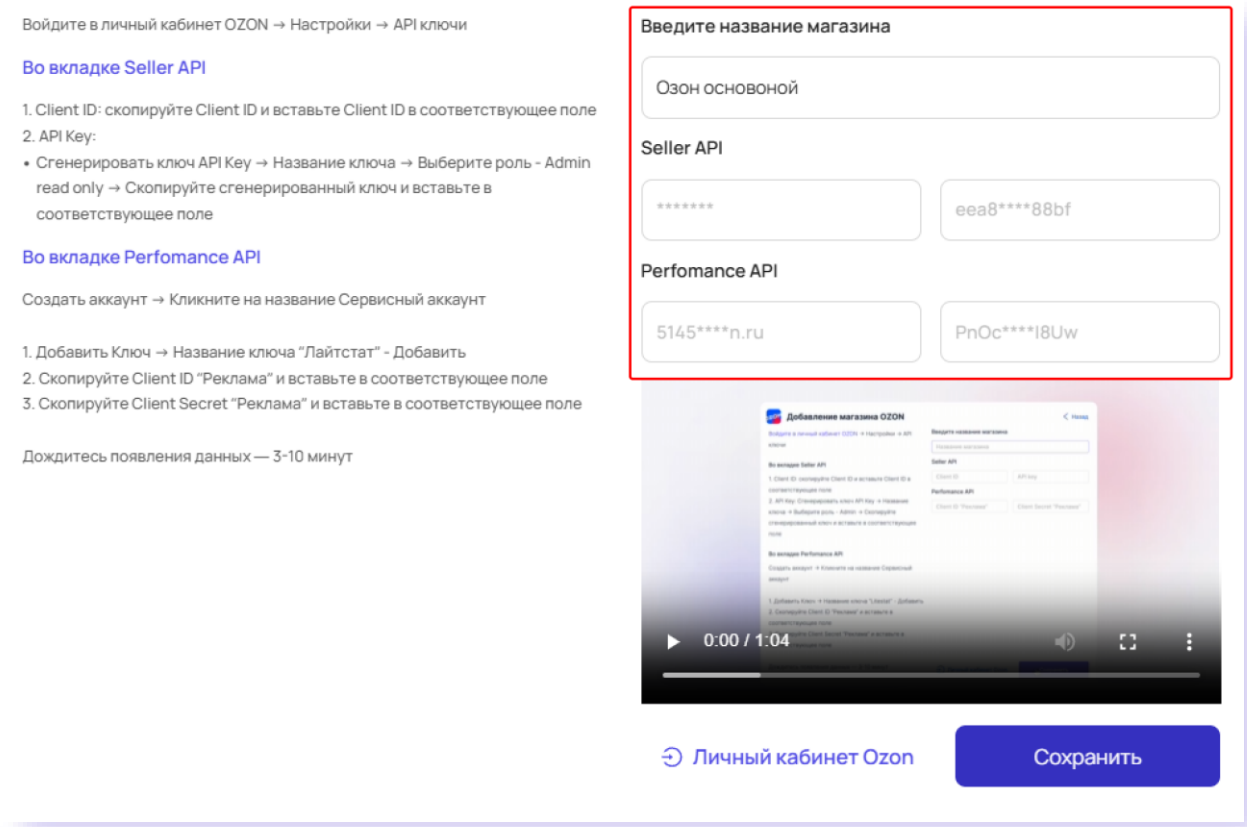
- **Добавить магазин OZON**;
- **Добавить магазин WB**;
- **Добавить магазин Яндекс**.

Шаг 2. Добавьте магазин

После выбора платформы откроется форма настройки подключения. Слева размещена инструкция по заполнению полей для каждого магазина, слева — поля, которые необходимо заполнить. В поле **Название магазина** введите имя магазина, которое будет отображаться в интерфейсе **Лайтстат**.

Для добавления магазина **OZON** войдите в личный кабинет → Настройки → API ключи.

© 2026 ООО «Лайтстат». Все права защищены.



Во вкладке **Seller API**:

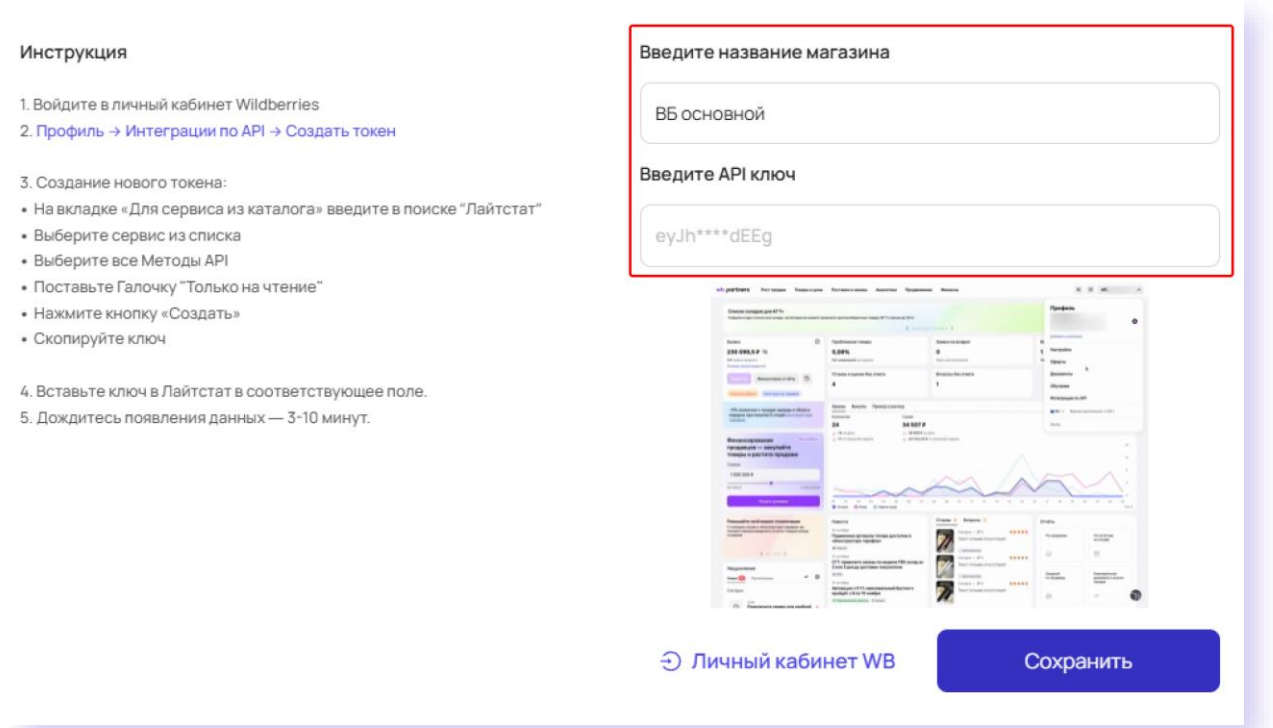
1. **Client ID** — скопируйте Client ID и вставьте Client ID в соответствующее поле.
2. **API Key** — нажмите **Сгенерировать ключ API Key**, введите название ключа, в списке типов токенов выберите роль **Admin read only**, нажмите **Сгенерировать**. Скопируйте сгенерированный ключ и вставьте в соответствующее поле.

Во вкладке **Perfomance API** нажмите **Создать аккаунт**, нажмите на номер созданного аккаунта, в открывшемся окно нажмите **Добавить ключ**, введите название ключа и нажмите **Добавить**.

1. **Client ID Реклама** — скопируйте Client ID и вставьте в соответствующее поле.
2. **Client Secret Реклама** — скопируйте Client Secret и вставьте в соответствующее поле.

Для добавления магазина **Wildberries** войдите в личный кабинет → Профиль → Интеграции по API → Создать токен.

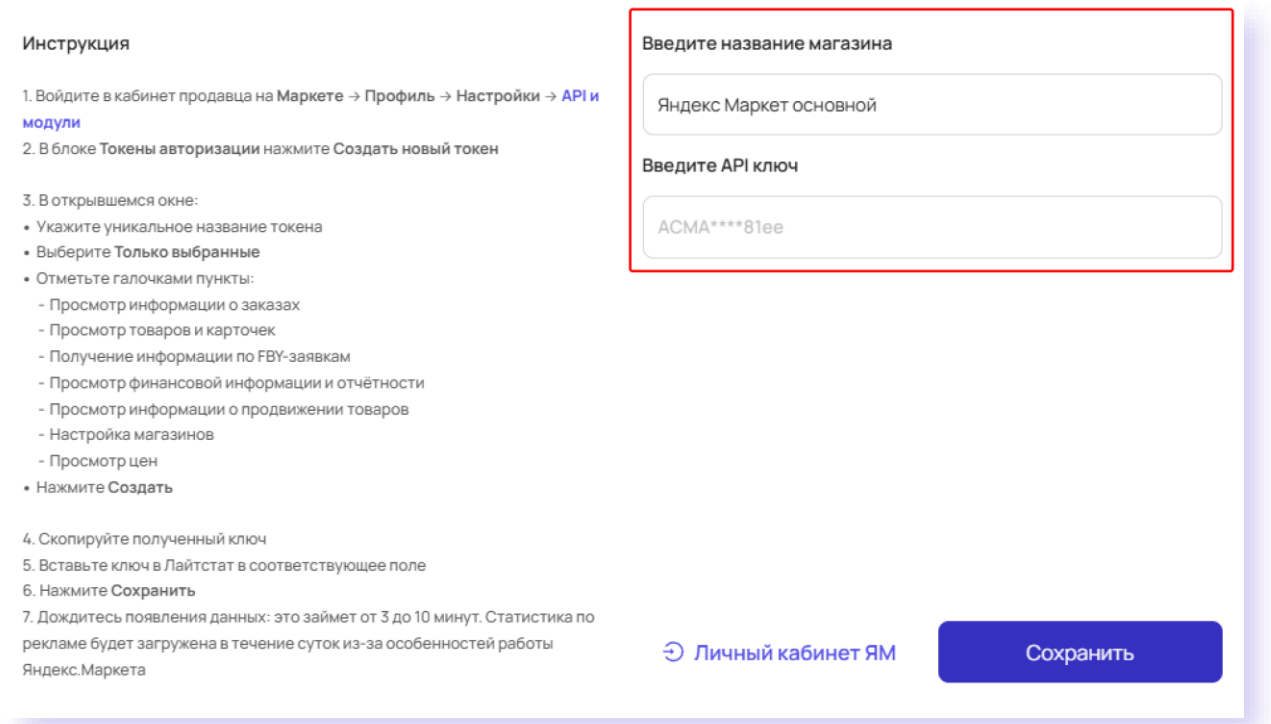
© 2026 ООО «Лайтстат». Все права защищены.



1. Во вкладке **Для сервиса из каталога** введите в поисковой строке «Litestat» и выберите сервис из списка.
2. В блоке **К каким категориям будет доступ** выберите все категории, в блоке **Уровень доступа к данным**» выберите **Только чтение**. В блоке **Комментарий** в поле для ввода введите название токена и нажмите **Создать**.
3. Нажмите **Скопировать и завершить** и вставьте сгенерированный API-ключ соответствующее поле.

Для добавления магазина **Яндекс Маркет** войдите в личный кабинет → Профиль → Настройки → API и модули.

© 2026 ООО «Лайтстат». Все права защищены.



1. В блоке **Токены авторизации** нажмите **Создать новый токен**.
2. В открывшемся окне введите название токена в поле для ввода.
3. В блоке **Какие доступы предоставить?** выберите **Только выбранные** и отметьте пункты:
    - Просмотр информации о заказах.
    - Просмотр товаров и карточек.
    - Получение информации по FBY-заявкам.
    - Просмотр финансовой информации и отчётности.
    - Просмотр информации о продвижении товаров.
    - Настройка магазинов.
    - Просмотр цен.
4. Нажмите **Создать** и вставьте сгенерированный API-ключ соответствующее поле.

Шаг 3. Сохраните магазин

1. Нажмите **Сохранить**. На экране появится индикатор выполнения – прогресс-бар и сообщение «Теперь важно дождаться загрузки данных. Время ожидания 3-10 минут».
2. Дождитесь завершения синхронизации. Время ожидания зависит от объёма данных:
    - для нового магазина с небольшим ассортиментом — 1–3 минуты;
    - для крупного магазина с тысячами товаров — до 10 минут.

По завершении синхронизации в списке подключённых магазинов появится новая запись с названием, которое вы указали.

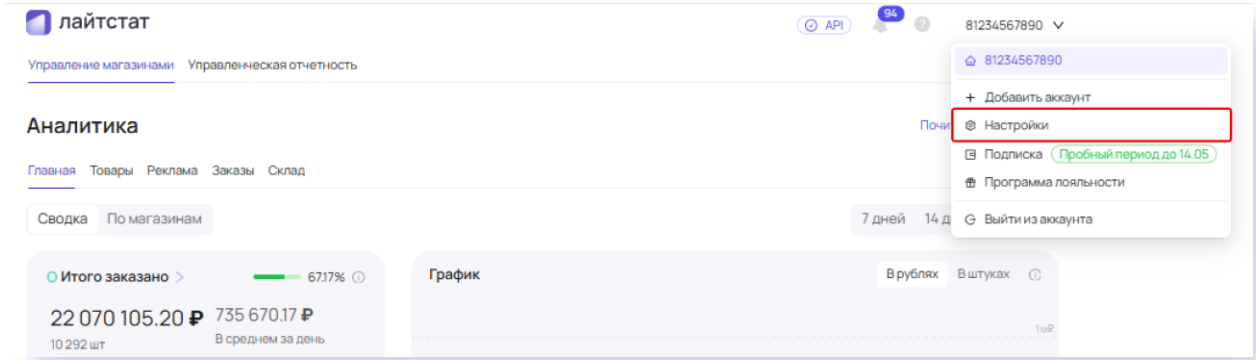
Проверьте корректность загрузки данных: перейдите в раздел **Товары** или **Аналитика** и убедитесь, что информация по магазину отображается.

© 2026 ООО «Лайтстат». Все права защищены.

2.2 Настройки

Раздел **Настройки** — это централизованная панель управления учётными данными и параметрами компании.

Для входа в раздел, на **Главной** странице сервиса нажмите на номер мобильного телефона, который расположен в правом верхнем углу и выберите **Настройки**.

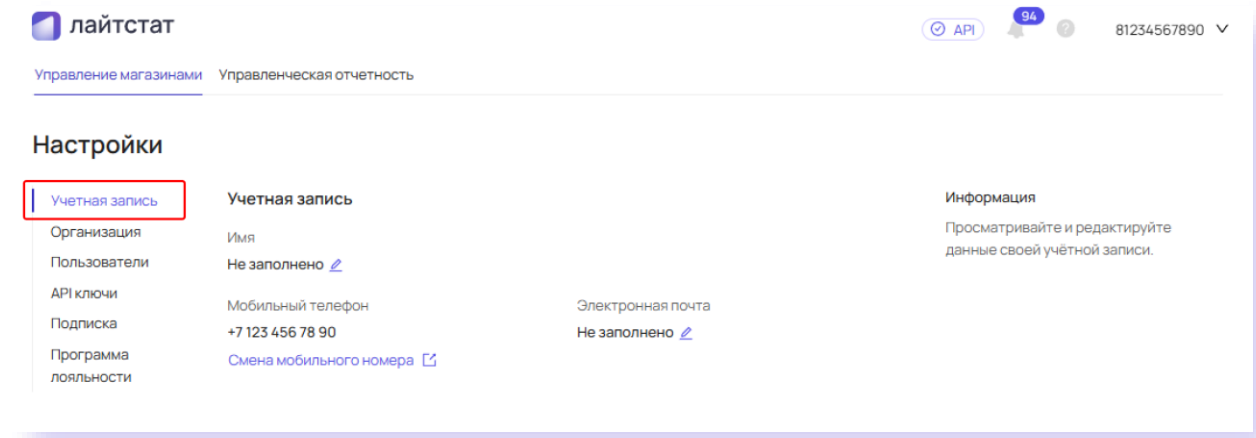


В разделе **Настройки** содержатся:

- Данные учетной записи.
- Данные организации.
- Список пользователей организации.
- API ключи.
- Данные о текущей подписке.
- Программа лояльности.

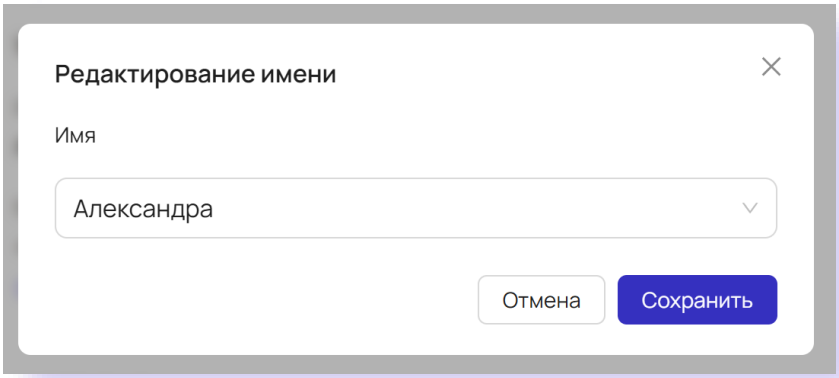
2.2.1 Учетная запись

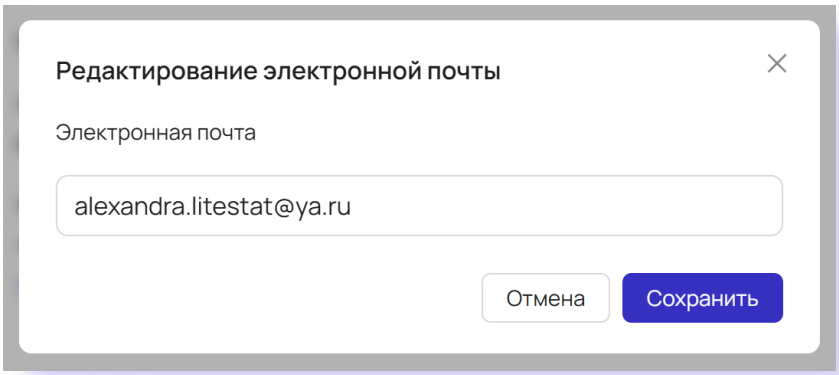
Вкладка **Учетная запись** содержит личный данные пользователя: имя, номер мобильного телефона и адрес электронной почты.



Для редактирования имени и адреса электронной почты нажмите , внесите необходимые изменения и нажмите **Сохранить**.

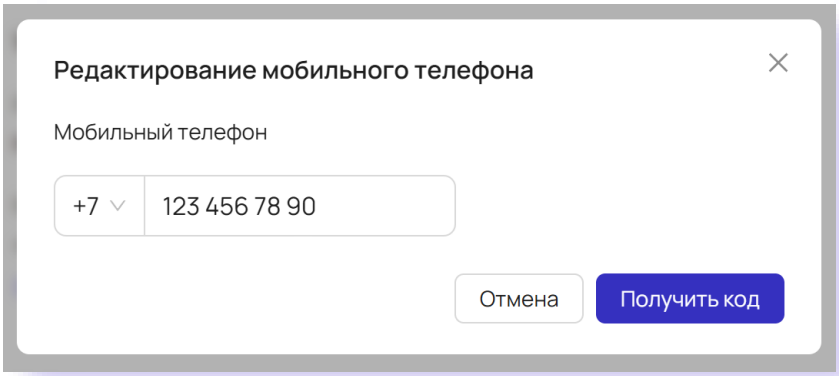
© 2026 ООО «Лайтстат». Все права защищены.





На электронную почту придет письмо со ссылкой. Перейдите по ссылке для подтверждения привязки электронной почты к учётной записи.

Для смены номера мобильного телефона нажмите **Смена мобильного номера**, введите новый номер и нажмите **Получить код**.

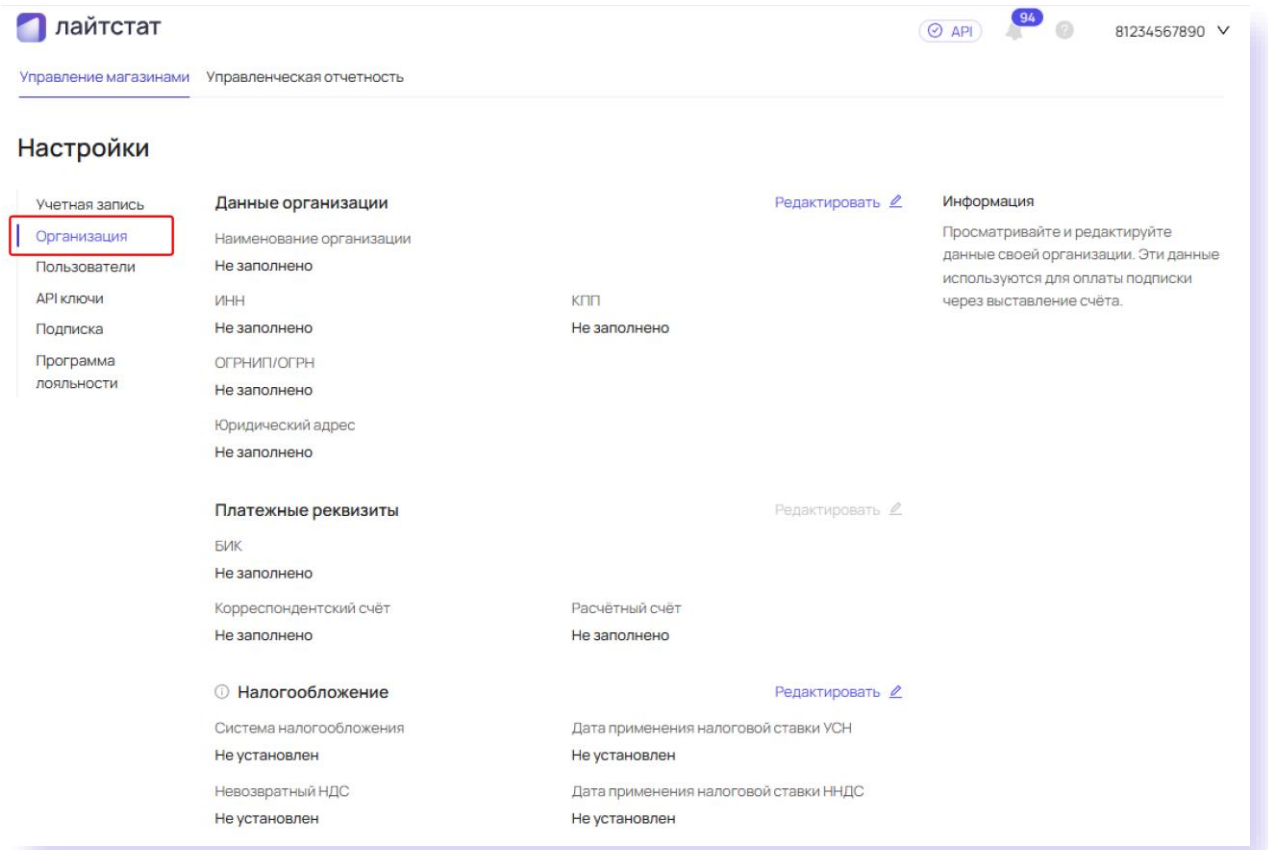


2.2.2 Организация

Вкладка **Организация** состоит из трех блоков:

- Данные организации.
- Платежные реквизиты.
- Налогообложение.

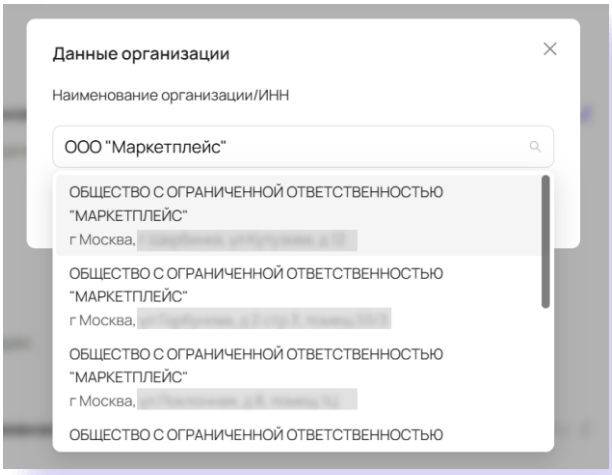
© 2026 ООО «Лайтстат». Все права защищены.



Для внесения изменений выберите блок и нажмите **Редактировать**.

1. Блок **Данные организации:**

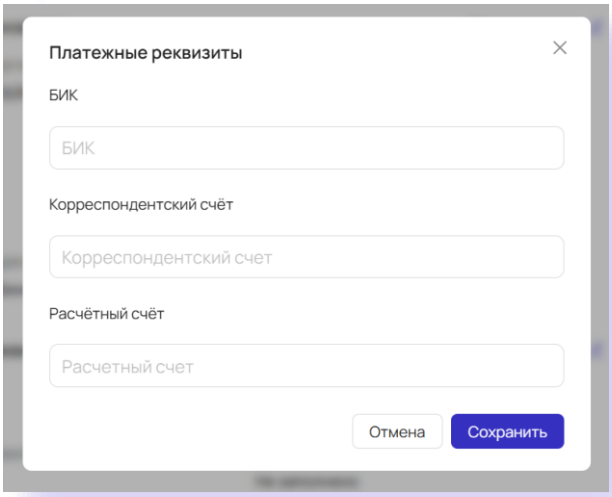
Начните вводить наименование организации или ИНН в проле для ввода, выберите организацию из выпадающего списка и нажмите **Сохранить**.



2. Блок **Платежные реквизиты**:

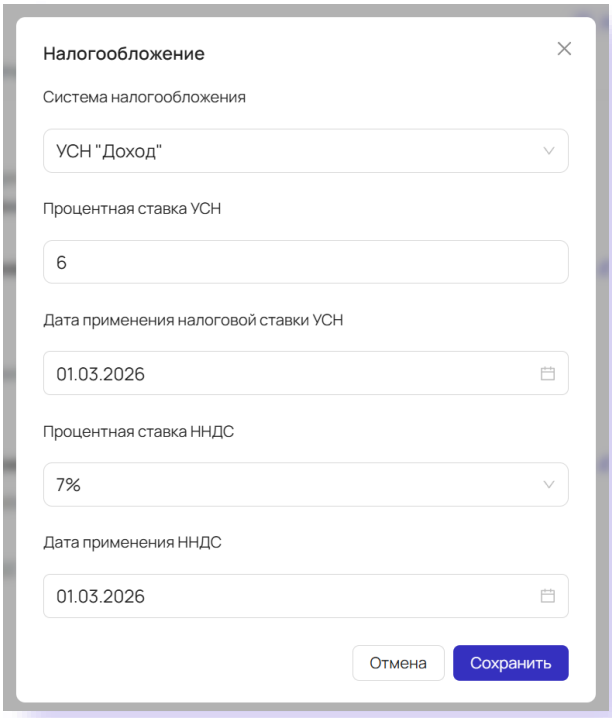
Внесите все необходимые данные: БИК, корреспондентский счёт и расчётный счет и нажмите **Сохранить**.

© 2026 ООО «Лайтстат». Все права защищены.



3. Блок **Налогообложение**:

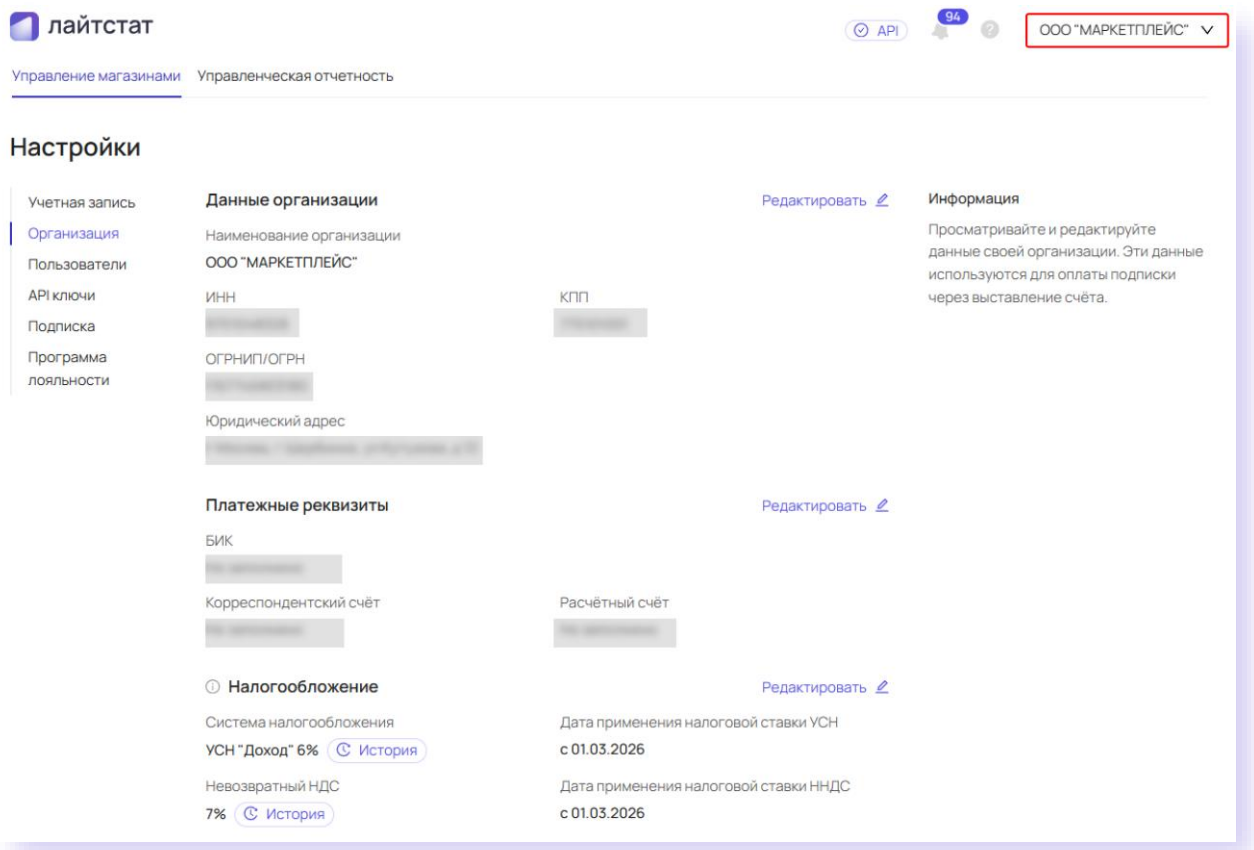
Выберите систему налогообложения из выпадающего списка, введите процентную ставку УСН и ННДС, отметьте в календаре даты начала применения налоговых ставок и нажмите **Сохранить**.



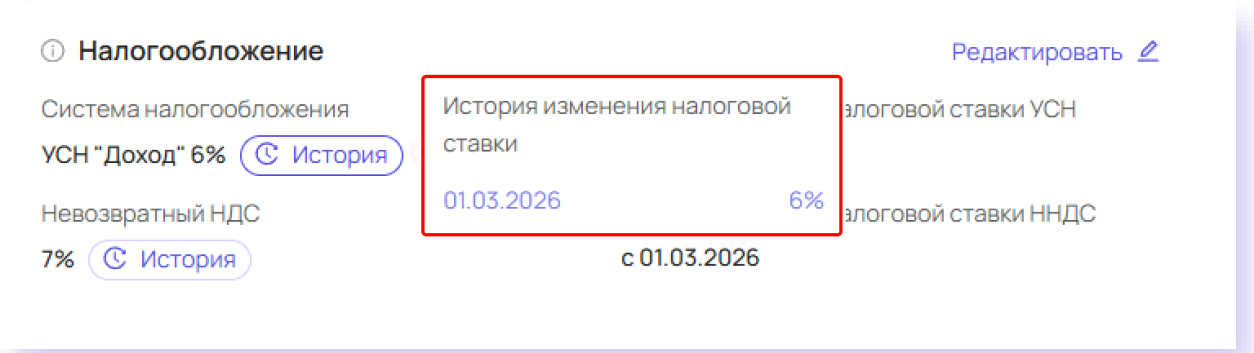
📌 **Обратите внимание:** В сервисе **Лайтстат** реализован расчет для УСН (доход), и учет невозвратного НДС. Для корректного расчёта налога укажите значения налоговых ставок. При расчете налогов учитываются даты, с которых действуют указанные налоговые ставки.

После редактирования блоков в правом верхнем углу будет отображаться наименование юридического лица организации.

© 2026 ООО «Лайтстат». Все права защищены.



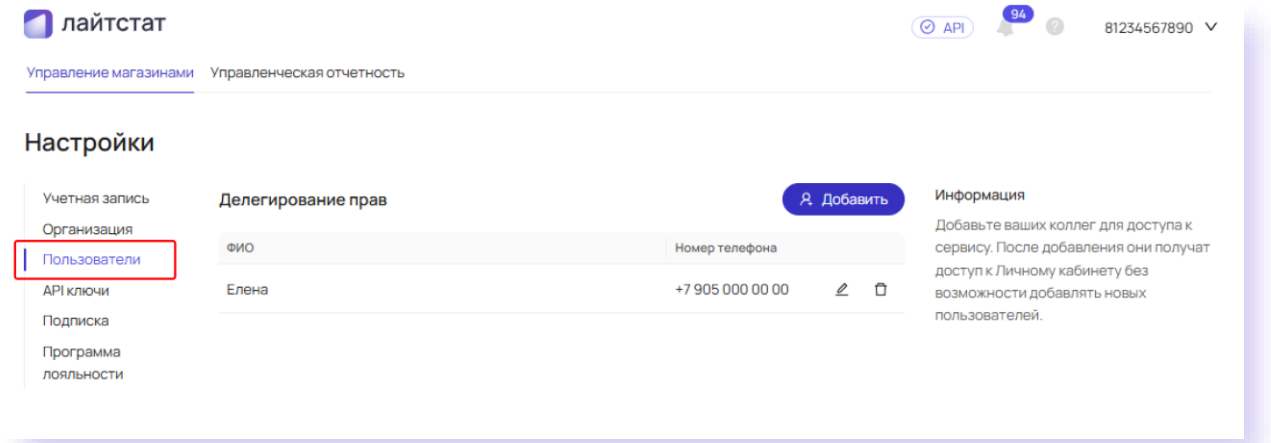
Для просмотра истории изменений налоговой ставки нажмите **История** рядом с соответствующей ставкой. Во всплывающем окне отобразится дата начала периода и процент ставки за этот период.



2.2.3 Пользователи

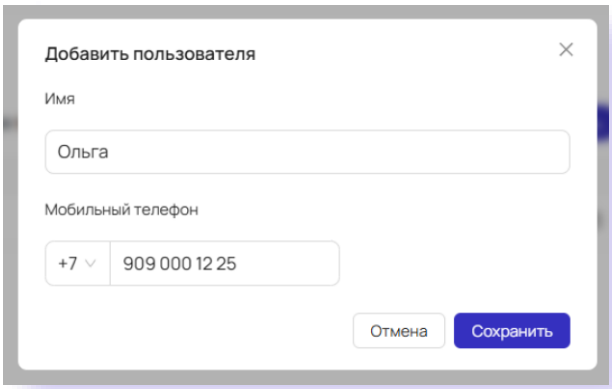
Вкладка содержит данные о пользователях организации, которым предоставлен доступ в личный кабинет.

© 2026 ООО «Лайтстат». Все права защищены.



Как добавить нового пользователя?

1. Нажмите **Добавить**.
2. Введите имя пользователя, номер мобильного телефона.
3. Нажмите **Сохранить**. Добавленный пользователь появится в таблице.



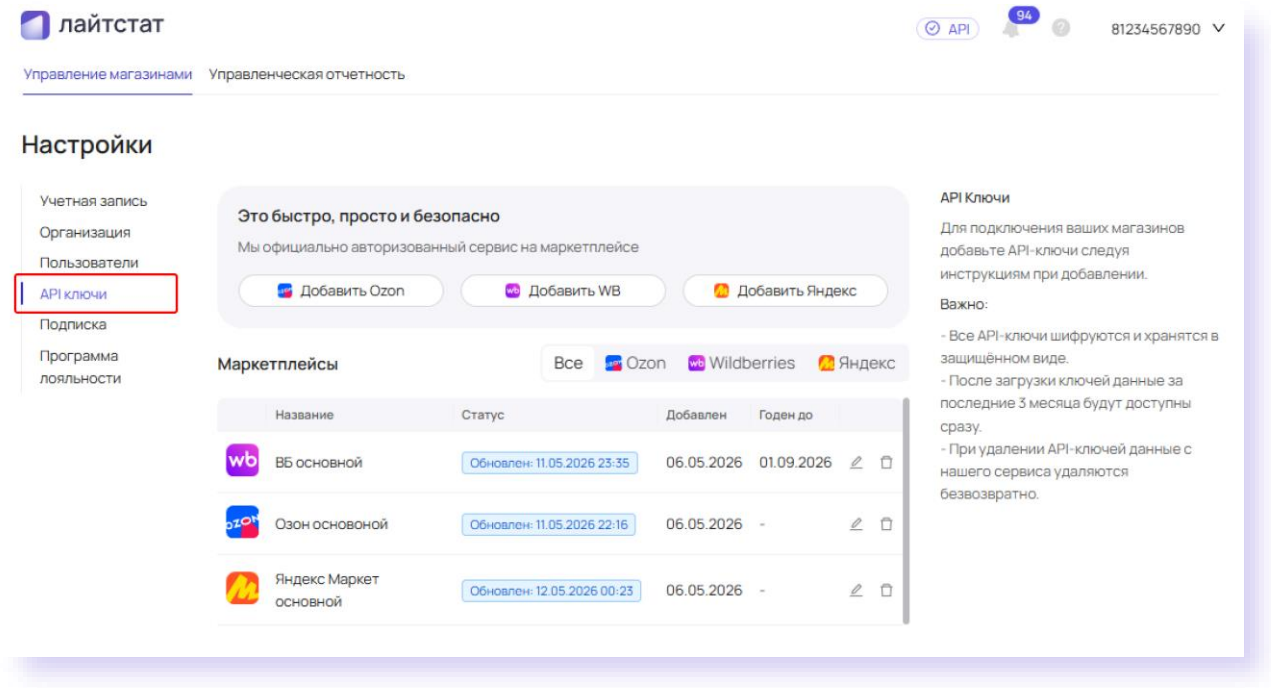
📌 Обратите внимание: Добавленные пользователи получат полный доступ к личному кабинету, но не смогут добавить новых пользователей.

2.2.4 API ключи

Вкладка содержит информацию о магазинах, представленную в виде таблицы:

- Иконка маркетплейса.
- Наименование магазина;
- **Статус** — дата последнего обновления данных о магазине;
- **Добавлен** — дата добавления магазина в сервис;
- **Годен до** — срок актуальностиAPI ключа (по истечении срока запросы будут отклоняться):
  - **Для OZON** настраивается в ЛК маркетплейса (опционально);
  - **Для Wildberries** формируется в ЛК маркетплейса уже с учетом срока;
  - **Для Яндекс** возможность отсутствует.
- **Редактировать** — для редактирования карточки магазина;
- **Удалить** — для удаления магазина из сервиса.

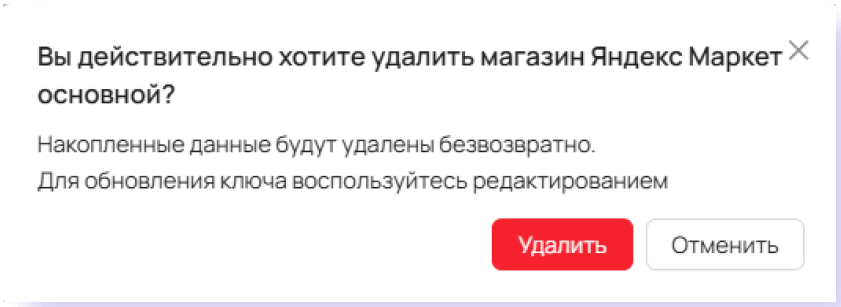
© 2026 ООО «Лайтстат». Все права защищены.



Для добавления нового магазина выберите соответствующий маркетплейс и следуйте инструкции из п. ***Подключение магазина***.

Для редактирования магазина нажмите  и следуйте инструкции из п. ***Подключение магазина***.

Для удаления магазина нажмите , появится окно подтверждения. Для продолжения нажмите **Удалить**.

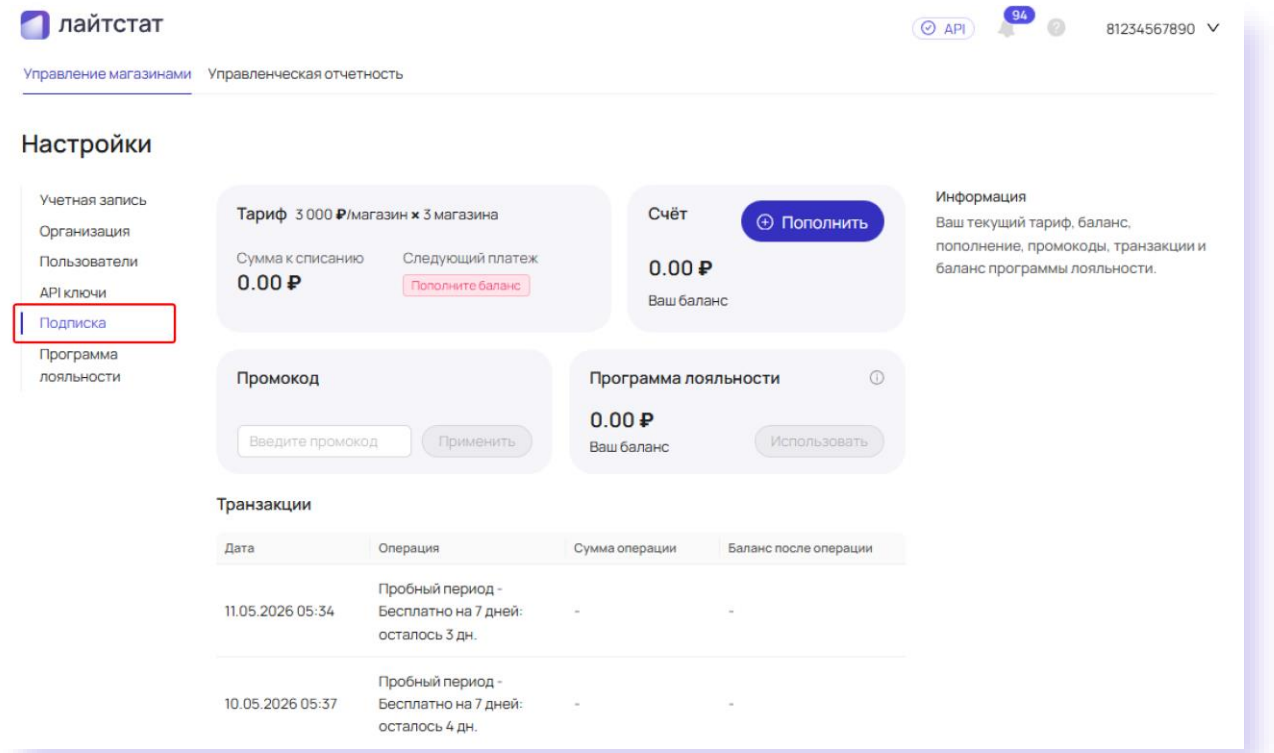


📌 Обратите внимание: При удалении API-ключей данные магазина удалятся из сервиса безвозвратно.

2.2.5 Подписка

Вкладка содержит информацию о текущей подписке в виде виджетов с информацией:

© 2026 ООО «Лайтстат». Все права защищены.



- Тариф – текущий тариф в формате «сумма/магазин × количество магазинов», сумма к списанию и сумма следующего платежа. При нехватке средств на счету отобразится сообщение «Пополните баланс».
- Счёт – текущий баланс средств и кнопка **+Пополнить**.
- Промокод – поле для ввода промокода.
- Программа лояльности – текущий баланс средств в программе лояльности (сумма бонусов реферальной программы, подробнее см. п. ***Программа лояльности)*** и кнопка **Использовать**

Ниже расположена таблица текущих транзакций, которая содержит дату последней транзакции в формате ДД.ММ,ГГГГ ММ:ЧЧ, название операции, сумму операции и баланс после операции.

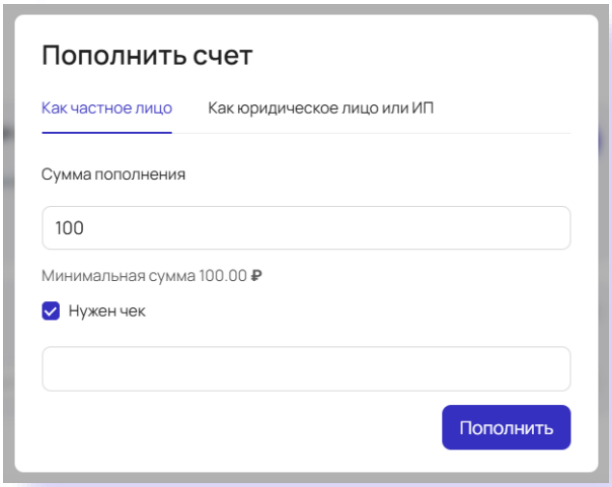
2.2.5.1 Пополнение баланса

Для пополнения баланса нажмите **+Пополнить**.

Как физическое лицо:

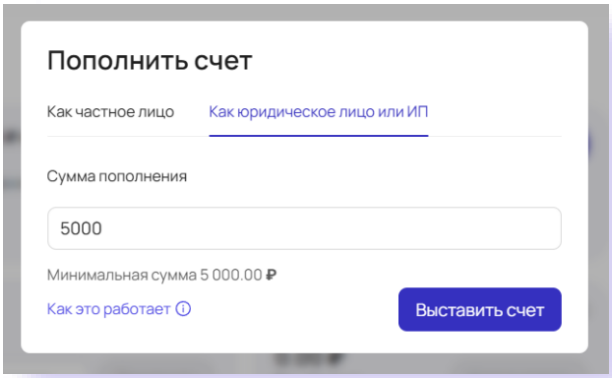
1. Введите сумму пополнения (не менее 100,00 руб.).
2. Если необходим чек об оплате, отметьте чекбокс «Нужен чек» и введите электронную почту, на которую нужно направить чек, в поле для ввода.
3. Нажмите **Пополнить**. Система автоматически перенаправит вас на T-Pay для оплаты.

© 2026 ООО «Лайтстат». Все права защищены.



Как юридическое лицо:

1. Введите сумму пополнения (не менее 5 000,00 руб.).
2. Нажмите **Выставить счёт**.
3. Оплатите полученный счёт-договор.



📌 Обратите внимание: Счёт-договор будет отправлен на подтверждённую электронную почту. После поступления средств и пополнения баланса на электронную почту будут отправлены закрывающие документы. Зачисление средств занимает один рабочий день. Оплата в выходные и праздники зачисляется в первый рабочий день.

2.2.5.2 Получение закрывающих документов по ЭДО

Получить закрывающие документы по ЭДО в СБИС можно двумя способами:

1. Найдите **ООО «Лайтстат»** в системе **СБИС** и отправьте приглашение.
- Идентификатор ООО «Лайтстат» в СБИС: **2BE710a333de49e48dba295e7ab6845981b**
2. Отправьте письмо на buh@litestat.io с темой «Закрывающие документы».

Реквизиты компании для выставления счёта:

ООО «ЛАЙТСТАТ»

ИНН: **1685012165**

ОГРН: **1231600032938**

© 2026 ООО «Лайтстат». Все права защищены.

Банк: **АО “ТИНЬКОФФ БАНК”**

БИК: **044525974**

Р/с: **40702810310001431830**

К/с: **30101810145250000974**

Закрывающие документы будут отправлены после зачисления средств.

2.2.6 Программа лояльности

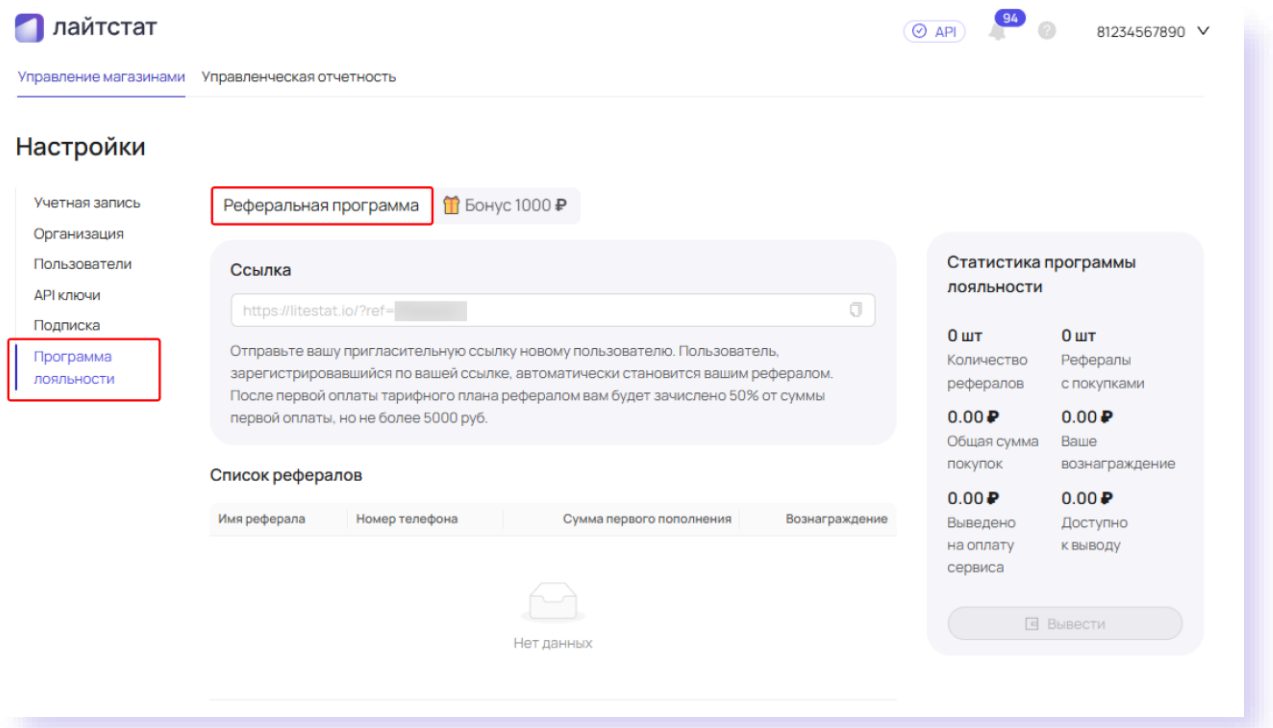
Вкладка содержит информацию о программе лояльности сервиса **Лайтстат**.

Реферальная программа — это возможность получать вознаграждение за приглашение новых пользователей в сервис.

Как это работает?

1. Нажмите  и скопируйте персональную пригласительную ссылку.
2. Отправьте ссылку потенциальному пользователю — партнёру или клиенту, который ещё не зарегистрирован в сервисе **Лайтстат**.
3. Новый пользователь регистрируется по ссылке. В момент регистрации система автоматически фиксирует, что он является вашим рефералом.
4. Реферал выбирает и оплачивает тарифный план на платформе **Лайтстат**.
5. После оплаты на ваш счёт автоматически начисляется вознаграждение: 50 % от суммы первой оплаты реферала, но не более 5 000 руб.

Вкладка **Реферальная программа** содержит информационные блоки:



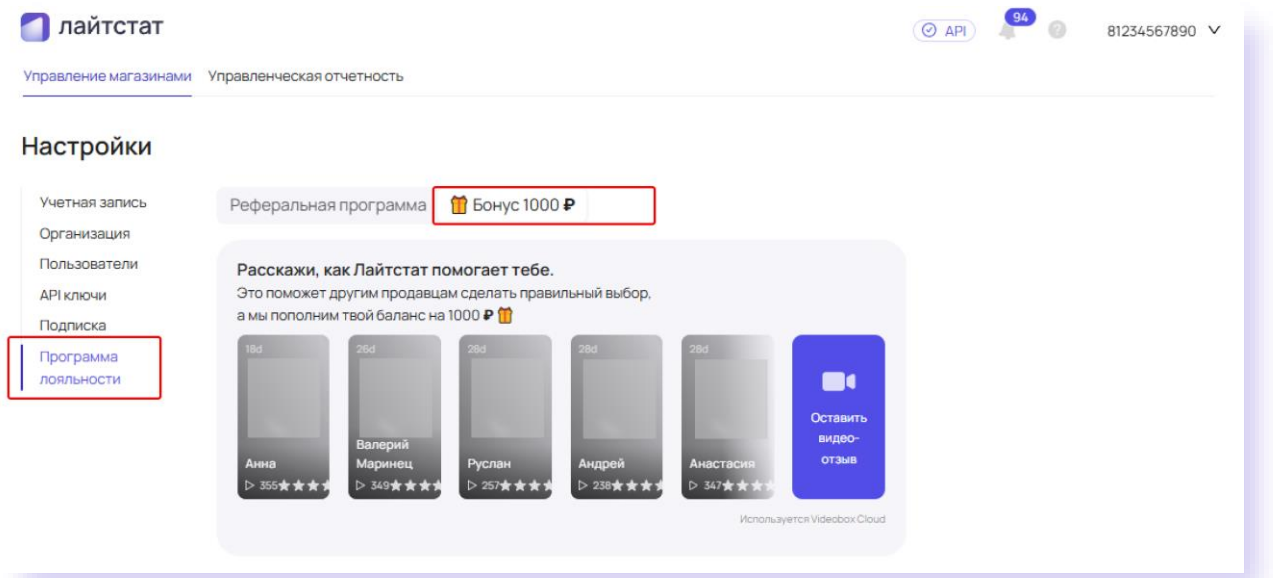
- Блок с реферальной ссылкой.
- Статистика программы лояльности — содержит информацию о рефералах, вознаграждении и сумме бонусов, доступных к выводу.

© 2026 ООО «Лайтстат». Все права защищены.

- Список рефералов — таблица с данными рефералов: имя, номер мобильного телефона, сумма первого пополнения и полученное вознаграждение.

Вкладка **Бонус**:

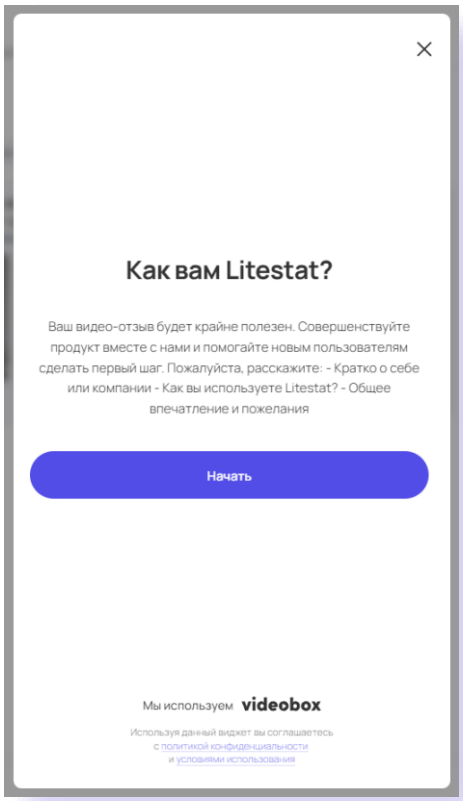
Бонус — это возможность пополнить свой баланс на 1 000 руб. за отзыв о работе сервиса **Лайтстат**.



Как получить бонус?

1. Нажмите **Оставить видео-отзыв**.
2. В открывшемся окне нажмите **Начать**.

© 2026 ООО «Лайтстат». Все права защищены.



3. Разрешите доступ к камере.
4. Запишите видеообращение о сервисе **Лайтстат**.
5. После модерации отзыва бонус будет зачислен на ваш баланс.

В отзыве можно рассказать:

- какие задачи вы решаете с помощью платформы (анализ продаж, управление ассортиментом, формирование отчётности и т.д.);
- какие возможности сервиса оказались наиболее полезными;
- какой эффект вы получили (экономия времени, рост прибыли, улучшение аналитики и т.п..).

2.3 Блок Управление магазинами

Блок **Управление магазинами** — это инструмент для анализа и управления всеми магазинами в режиме реального времени.

Он состоит из шести разделов:

- Главная.
- Товары.
- Реклама.
- Заказы.
- Склад.
- Аналитика карточки товара.

Каждый радел выполняет свою задачу, помогая детально анализировать различные аспекты бизнеса.

© 2026 ООО «Лайтстат». Все права защищены.

2.3.1 Главная

Раздел **Главная** представляет собой аналитическую панель, предназначенную для мониторинга и управления магазинами. В разделе агрегируются ключевые бизнес-показатели по всем подключённым магазинам, включая данные о продажах, расходах, рентабельности, эффективности рекламных кампаний и состоянии складских остатков.

Что можно делать?

- Осуществлять контроль выполнения плановых показателей и вносить коррективы в стратегии продаж.
- Оперативно выявлять товарные позиции с низкой эффективностью (например, характеризующиеся низкой выкупаемостью или высоким уровнем возвратов).
- Анализировать результативность рекламных кампаний и оптимизировать распределение рекламного бюджета.
- Управлять складскими запасами с целью оптимизации процессов логистики и закупок.

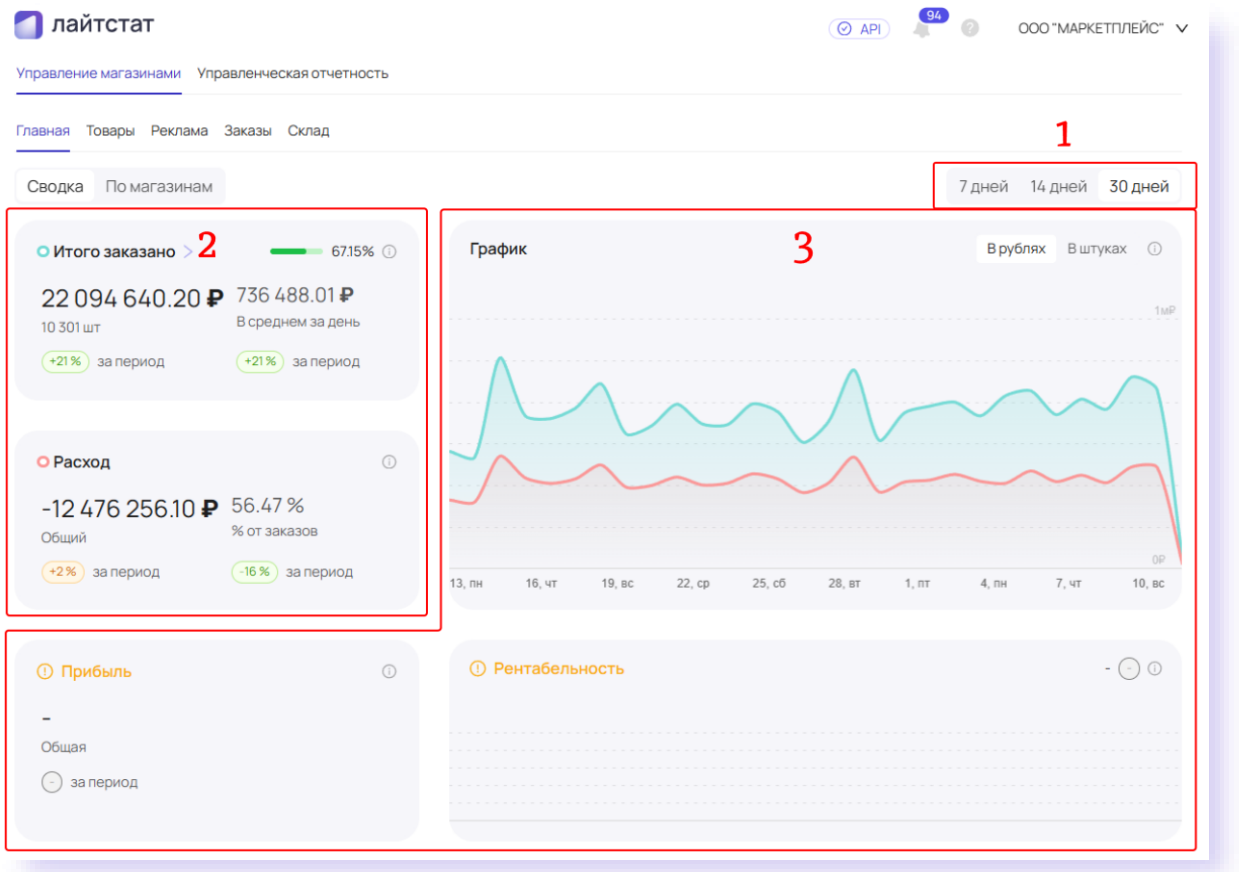
Раздел **Главная** включает два подраздела:

1. **Сводка** — общий отчет по всем магазинам за выбранный период (7, 14 или 30 дней).
2. **По магазинам** — детализация данных с разбиением по каждому магазину.

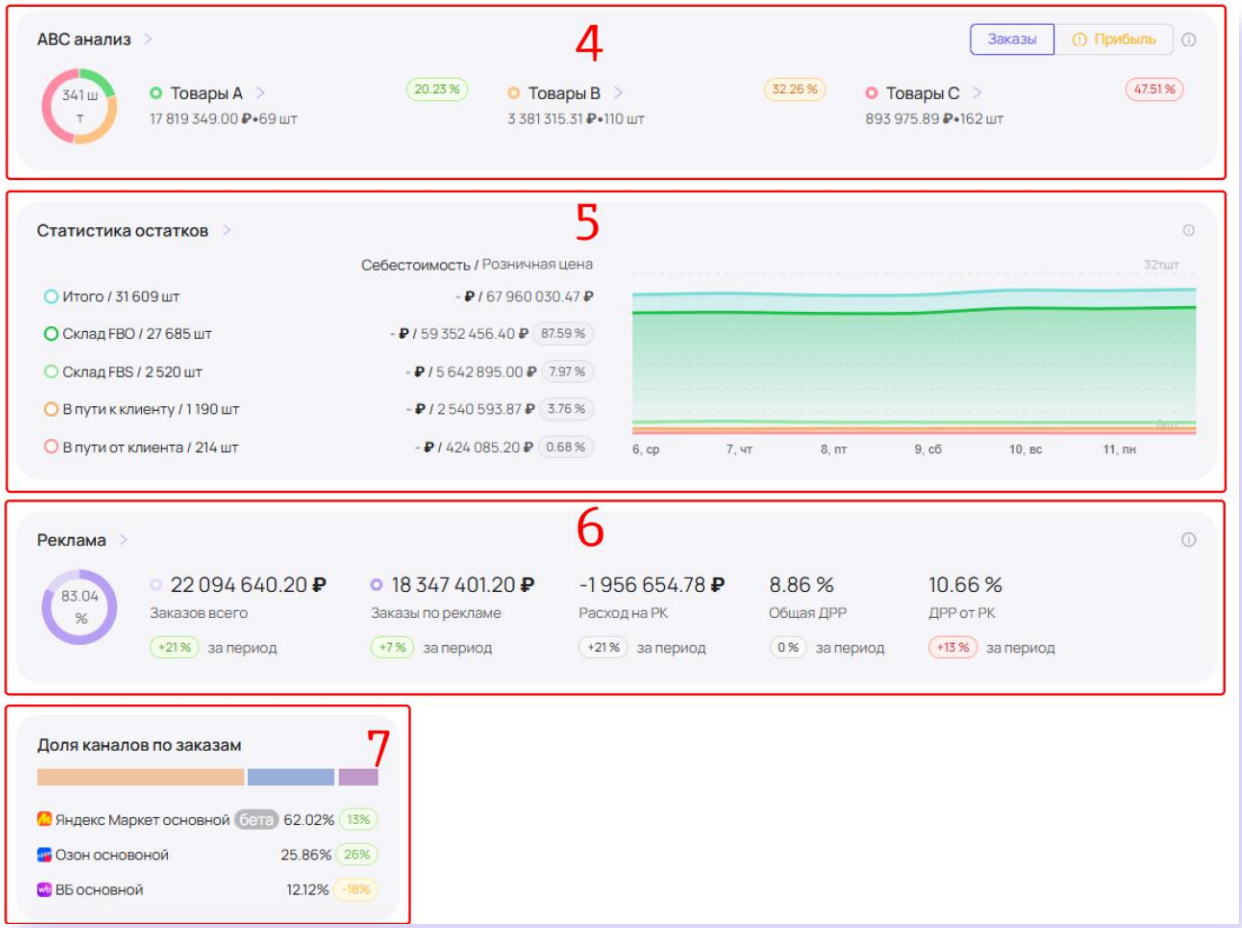
2.3.1.1 Сводка

Подраздел **Сводка** объединяет данные по всем магазинам, представляя их в наглядной и структурированной форме для быстрого анализа ключевых показателей.

Элементы интерфейса



© 2026 ООО «Лайтстат». Все права защищены.



1. **Фильтр по периодам**: 7/14/30 дней.
2. **Ключевые показатели за период**
   - Отображает важные метрики: заказы, расходы, прибыль и рентабельность.
   - Возможность выбора периода анализа: 7, 14 или 30 дней.
   - Сравнение с аналогичным периодом прошлого месяца для выявления тенденций.
3. **Графики динамики показателей**
   - Визуализация изменений по ключевым метрикам: заказы, прибыль, расходы, рентабельность, остатки на складе.
   - Гибкость в выборе параметров для анализа.
4. **АВС-анализ**
   - Разделение товаров по прибыльности и количеству заказов:
     - **Товары А** — самые прибыльные.
     - **Товары В** — товары со средней доходностью.
     - **Товары С** — наименее прибыльные.
   - Помогает оптимизировать ассортимент и управлять ценовой политикой.
5. **Общая оценка склада**
   - Информация об остатках на складах (FBO, FBS, в пути).
   - Себестоимость и розничная стоимость запасов.
   - Помогает избежать дефицита товаров или избыточных запасов.
6. **Анализ рекламных расходов**
   - Данные по заказам, привлеченным через рекламу и по органике.
   - Отображение рекламных затрат и доли рекламных расходов (ДРР):

© 2026 ООО «Лайтстат». Все права защищены.

- Общая ДРР — доля рекламных расходов от общей суммы заказов.
- ДРР от РК — доля рекламных расходов от заказов, сделанных через рекламу.

7. **Доля каналов по заказам**
   - Данные по общему объему заказов по всем магазинам.

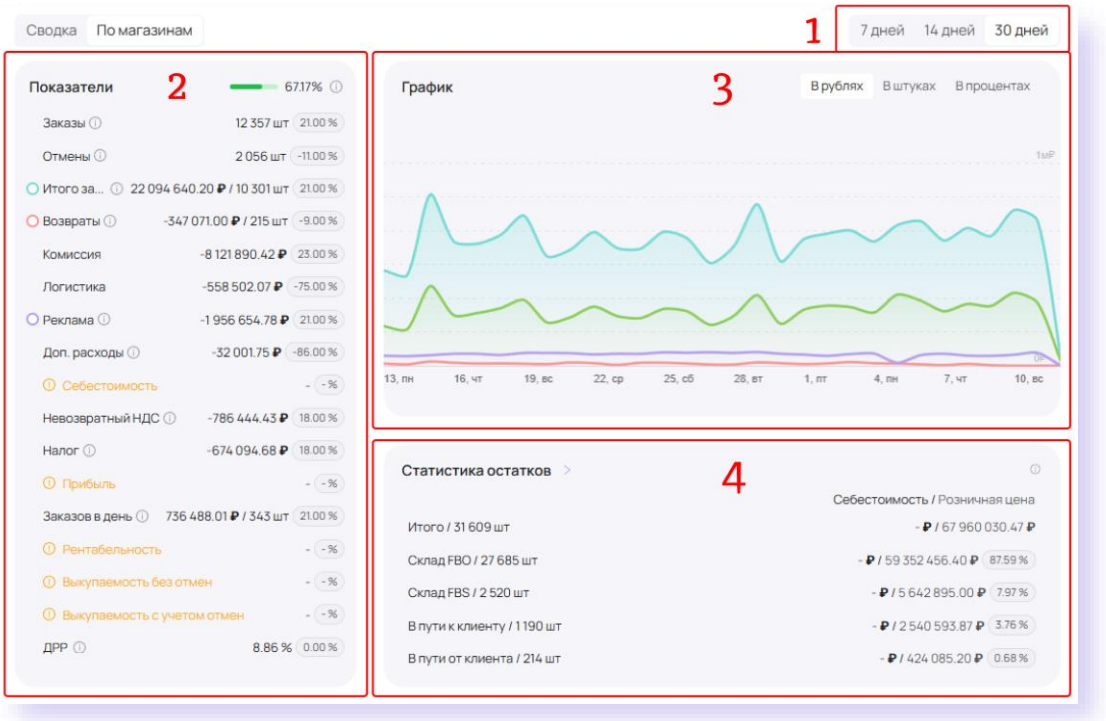
2.3.1.2 По магазинам

Подраздел **По магазинам** предоставляет детализированную аналитику по каждому отдельному магазину — можно сравнивать показатели и оперативно реагировать на изменения.

Какие показатели можно анализировать?

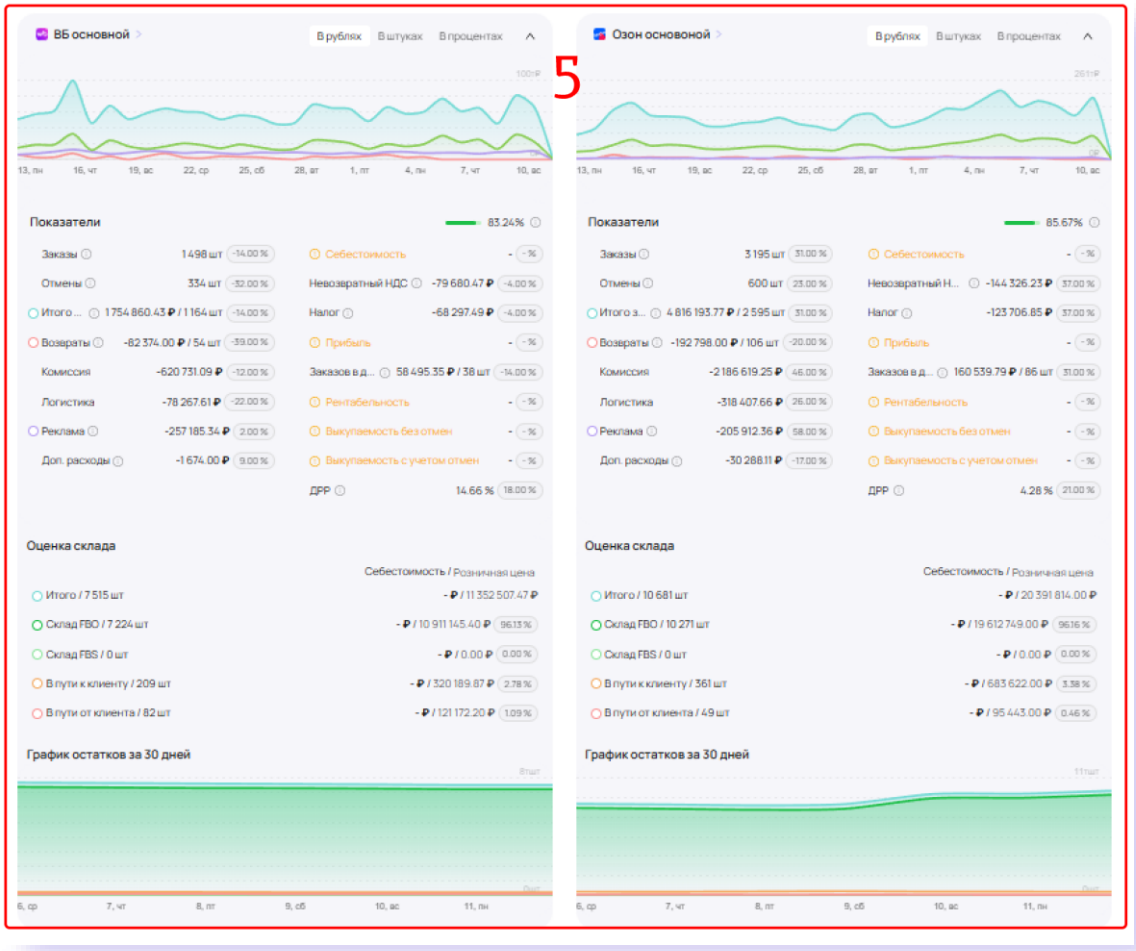
- **Заказы** — стоимость и количество после вычета отменённых товаров.
- **Отмены** — количество отмененных товаров).
- **Возвраты** — сумма и количество возвращенных товаров.
- **Комиссия маркетплейса за заказы**.
- **Логистические расходы**.
- **Рекламные затраты**.
- **Дополнительные расходы** — штрафы на **Wildberries**, эквайринг, бонусы продавца и звездные товары на **Ozon**.
- **Себестоимость товаров**.
- **Налоги** — расчет в зависимости от системы налогообложения.
- **Прибыль** — с учетом всех затрат.
- **Среднее количество заказов в день**.
- **Рентабельность** — отношение прибыли к заказам.
- **Выкупаемость** — доля успешно завершенных заказов.
- **ДРР** — доля рекламных расходов от суммы заказов.

Элементы интерфейса



© 2026 ООО «Лайтстат». Все права защищены.

1. **Общая статистика по всем магазинам**
   - Отображение ключевых показателей с динамикой изменений.
2. **Графики динамики показателей**
   - Визуализация изменений по ключевым метрикам: заказы, возвраты, реклама, прибыль.
   - Гибкость в выборе параметров для анализа.
3. **Детализация складских запасов**
   - Разделение остатков по типам складов (FBO, FBS, товары в пути).
   - Оценка стоимости запасов по каждому магазину.
   - Переключение режимов отображения: в рублях, штуках или процентах.
4. **Разбивка показателей по магазинам**
   - Детальная информация по каждому магазину.
   - Графики динамики ключевых метрик (заказы, прибыль, расходы, остатки).



2.3.2 Товары

Раздел **Товары** предоставляет инструменты для комплексного анализа и управления ассортиментом на маркетплейсах и состоит из четырех подразделов:

1. ABC-анализ.
2. Средние данные.
3. Средняя себестоимость.
4. Архив.

© 2026 ООО «Лайтстат». Все права защищены.

Что можно делать?

- **Оптимизировать ассортимент с помощью ABC-анализа** — выделять ключевые позиции по объёму продаж и прибыли.
- **Оценивать прибыльность и рентабельность товаров** — видеть, какие позиции приносят наибольшую выгоду.
- **Анализировать динамику продаж и выявлять тренды** — отслеживать изменения спроса, сезонность и реакцию на маркетинговые активности.
- **Управлять себестоимостью** — оперативно корректировать закупочные цены, логистические издержки и другие параметры для поддержания маржинальности.
- **Контролировать ассортимент** — следить за наличием товаров, их актуальностью и соответствием рыночному спросу.

2.3.2.1 ABC-анализ

ABC-анализ помогает классифицировать товары по их значимости для бизнеса, основываясь на продажах и прибыли. Значимость товаров рассчитывается с учетом ключевых метрик, таких как общий объем продаж, доля товара в общей выручке, частота заказов и уровень рентабельности. Эти показатели позволяют определить, какие товары приносят наибольшую прибыль и какие требуют пересмотра стратегии продаж.

В разделе доступны два режима анализа:

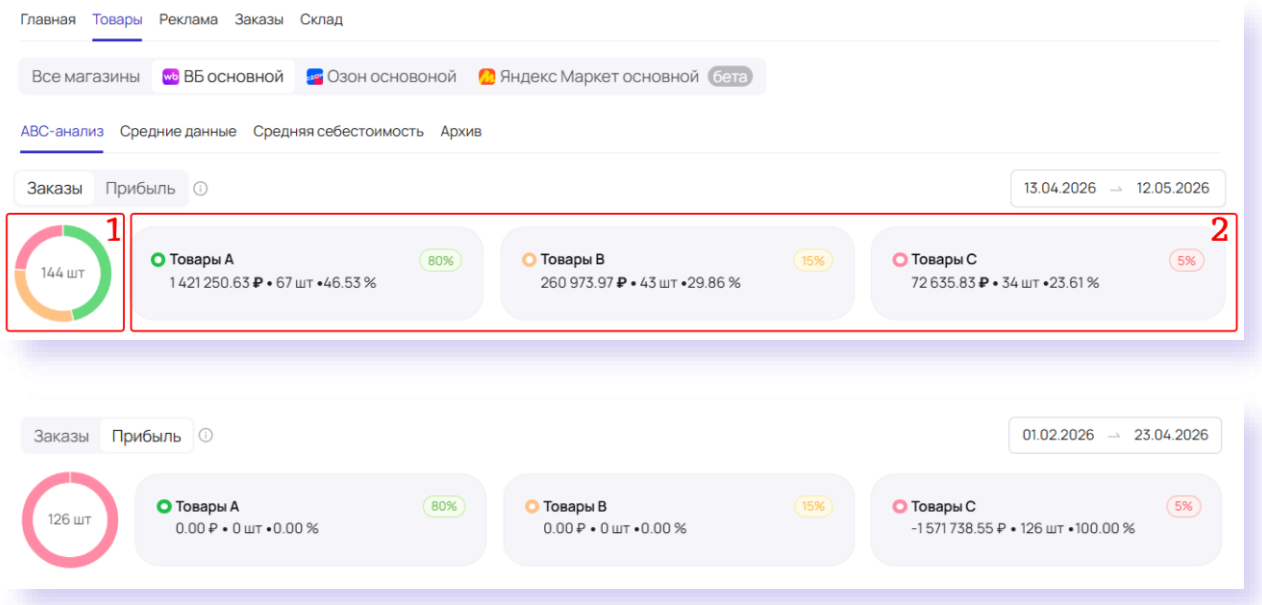
1. По заказам.
2. По прибыли.

Группы товаров:

- **Товары A** — ключевые товары, которые формируют 80% продаж/прибыли.
- **Товары B** — товары средней значимости (15%).
- **Товары C** — наименее прибыльные товары (5%).

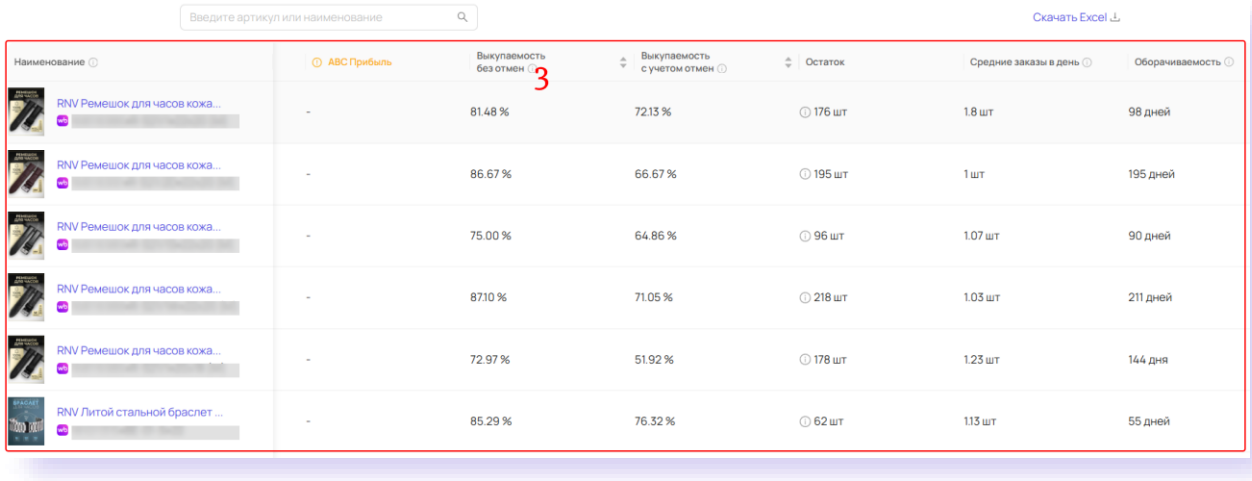
По каждой группе товаров отображаются: общая сумма заказов или прибыли, количество товаров и процент от общего числа товаров.

Элементы интерфейса



© 2026 ООО «Лайтстат». Все права защищены.

1. **Визуализация данных** — круговая диаграмма показывает распределение товаров по категориям (A, B, C) с возможностью переключения между анализом по заказам и прибыли.
2. **Фильтрация данных** — виджет ABC-анализа можно использовать как фильтр для таблицы товаров.



3. **Таблица ABC-анализа** — включает показатели: наименование, категория, схема отгрузки (FBO/FBS), сумма заказов, количество заказов, прибыль, выкупаемость, остаток, среднее количество заказов в день и оборачиваемость.

В таблице доступен поиск по наименованию или артикулу товара и фильтр по остаткам, прибыли и рентабельности. Так же таблицу можно скачать в формате **.XLSX**.

Стратегия **ABC-анализа:**

- Сфокусируйтесь на товарах **группы A**, чтобы поддерживать их высокий уровень продаж.
- Работайте с товарами **группы B** для повышения их значимости.
- Пересмотрите стратегию продаж или ликвидируйте товары **группы C**.

2.3.2.2 Средние данные

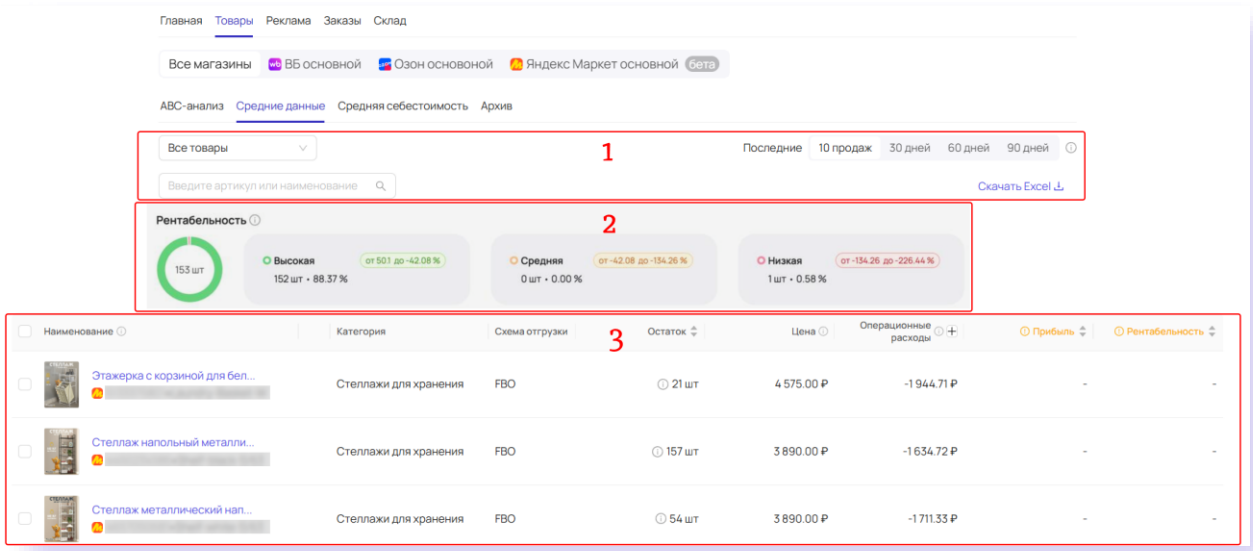
Подраздел помогает анализировать показатели рентабельности и прибыльности товаров, основываясь на их продажах за определенный период.

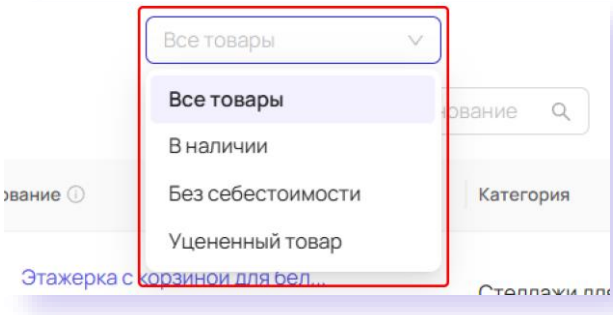
Что можно делать?

- **Оценивать** финансовые показатели товаров, включая рентабельность и прибыль.
- **Быстро выявлять** нерентабельные товары и корректировать стратегию.
- **Прогнозировать** будущие продажи на основе данных за последние 10 продаж.
- **Отслеживать** динамику рентабельности за выбранный период (30, 60, 90 дней).

Элементы интерфейса

© 2026 ООО «Лайтстат». Все права защищены.



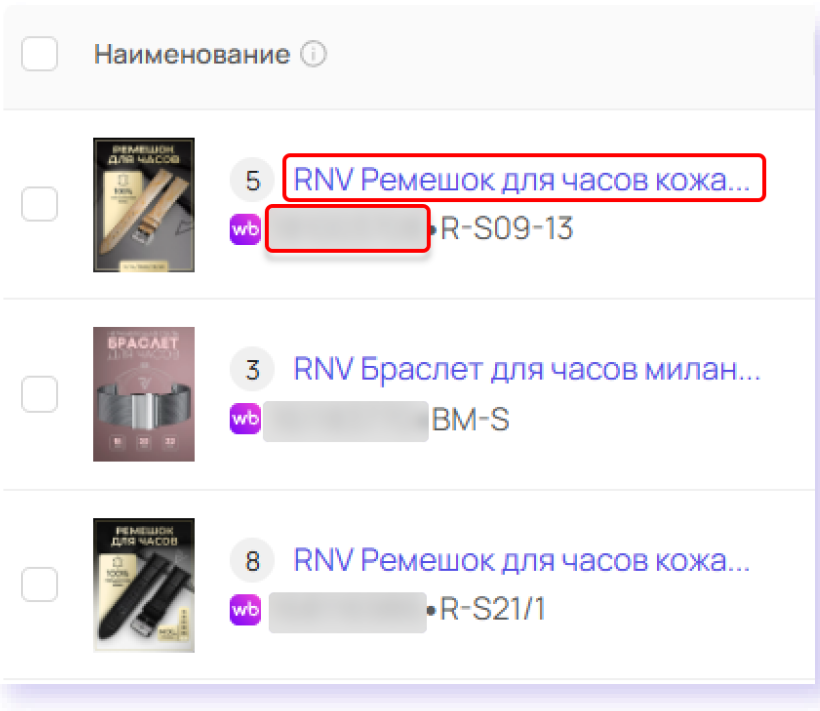


1. **Фильтры и поиск**
   - Выбор отображаемых товаров: все товары, в наличии, без себестоимости, уценённый товар.
   - Выбор отображаемых данных: последние 10 продаж или за 30/60/90 дней.
   - Поиск по артикулу или наименованию.
2. **Показатели рентабельности**
   - Группировка товаров по уровню рентабельности: высокая, средняя, низкая.
   - Визуализация распределения товаров с указанием их количества и доли в общем ассортименте.
3. **Таблица товаров**
   - Ключевые показатели: артикул, наименование, категория, остатки, цены, операционные расходы (комиссия, логистика, реклама, доп. расходы, себестоимость, налог), прибыль, рентабельность.
   - Возможность фильтрации по остаткам, прибыли и рентабельности.
   - Доп. расходы включают штрафы для Wildberries, а также эквайринг, звездные товары и бонусы продавца для Ozon.
   - Возможность выгрузки данных в формате **.XLSX**.
   - Возможность отправить товар в **Архив (см. п. *Архив*)**:

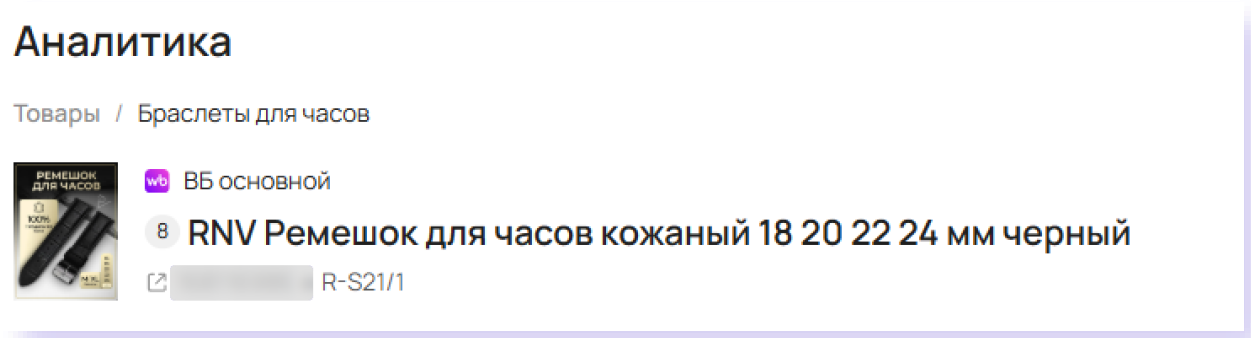
Навигация по товарам

Клик по артикулу ведет к карточке товара на маркетплейсе:

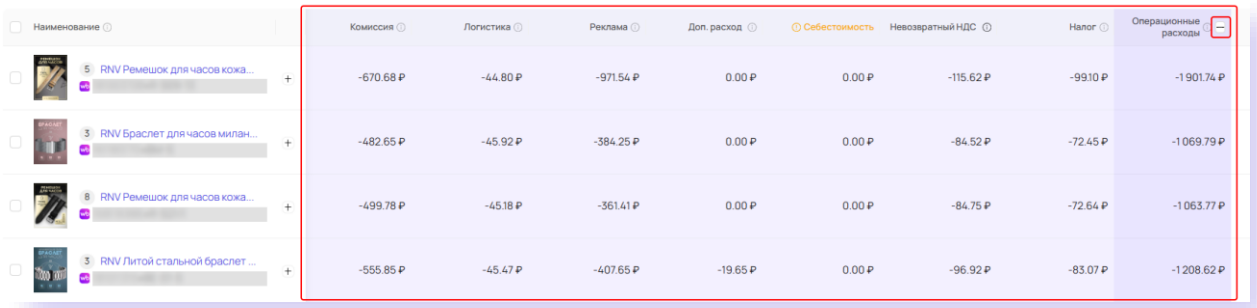
© 2026 ООО «Лайтстат». Все права защищены.



Клик по названию товара открывает детальную аналитику карточки товара (***Аналитика карточки товара***):

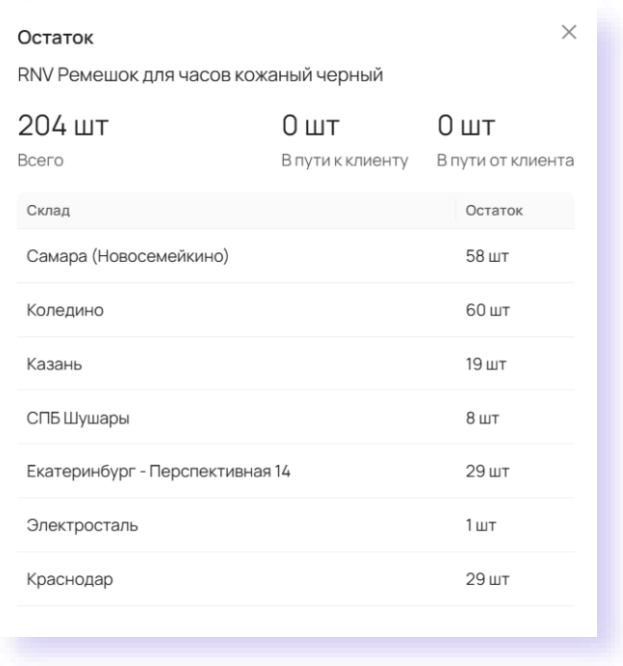


Клик по **+** в колонке **Операционные расходы** раскрывает данные о комиссии, логистике, рекламе, доп. расходах, налогах и себестоимости:



Клик по ⓘ рядом с количеством в колонке **Остаток** показывает детализацию остатков по складам.

© 2026 ООО «Лайтстат». Все права защищены.



📌 Обратите внимание:

Фильтр «Последние 10 продаж» автоматически рассчитывает среднюю прибыль по товару. Логика расчёта зависит от наличия данных о завершённых заказах.

Если завершённых заказов нет:

- комиссия принимается как 23 % для **Wildberries** и 26 % для **Ozon**;
- затраты на логистику принимаются как 10 % от стоимости товара;
- на основе этих стандартных значений рассчитывается средняя прибыль.

Если есть завершённые заказы с отчётом:

- система использует фактические данные по комиссии и логистике из последних 10-ти завершённых заказов;
- вычисляются средние значения комиссии и затрат на логистику;
- средняя прибыль рассчитывается на основе этих фактических средних значений.

Данные обновляются автоматически каждый час, для расчёта всегда используются только последние 10 завершённых заказов по товару, даже если их больше.

2.3.2.3 Средняя себестоимость

Средняя себестоимость — это стоимость товара для владельца магазина, базовое значение, необходимое для корректного расчёта прибыли и рентабельности, которое используется в качестве ретроспективной базы при первичной настройке и «резервной» стоимости, если для заказа не удаётся определить себестоимость по поставке. Не забывайте своевременно актуализировать данные.

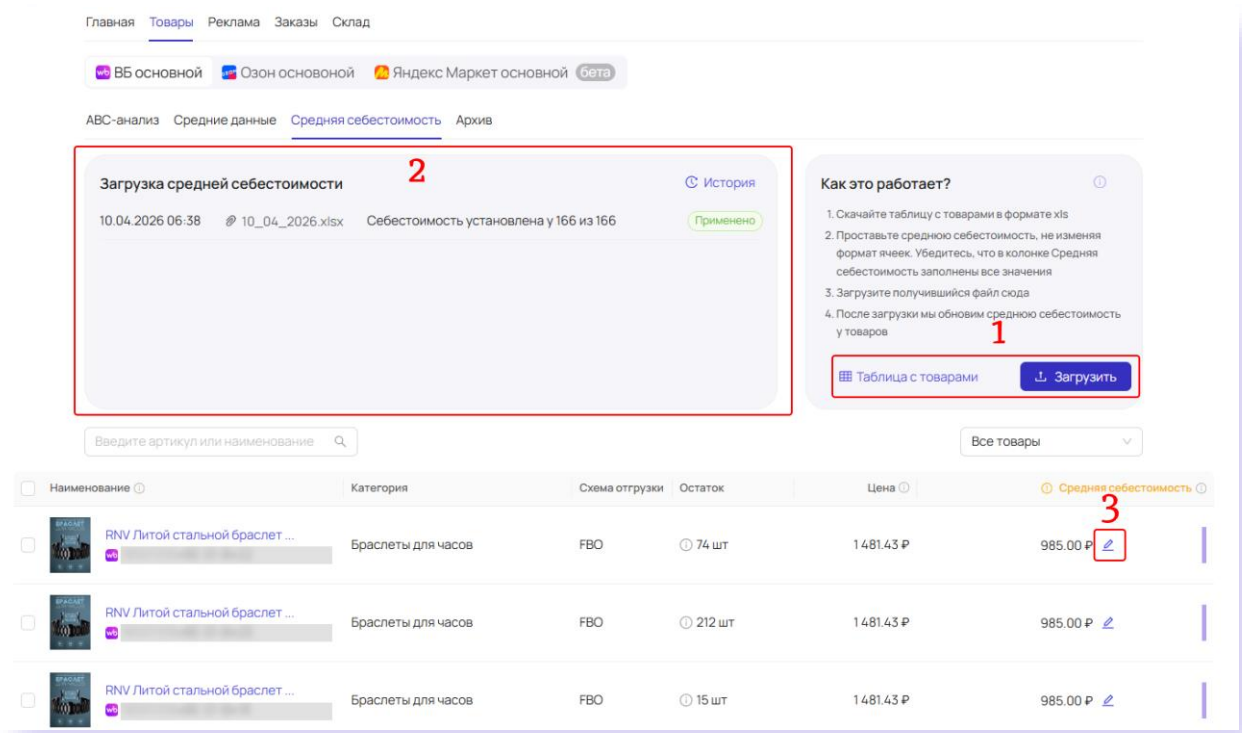
Принцип работы:

1. **Первичная загрузка** — при первом указании средней себестоимости система автоматически применяет её ретроспективно к транзакциям за последние 3 месяца (на основе данных, выгруженных по API маркетплейсов). Это гарантирует, что стартовые отчёты будут актуальными.

© 2026 ООО «Лайтстат». Все права защищены.

2. **Дальнейшее использование** — после первичной загрузки изменение средней себестоимости не влияет на расчёты по прошлым периодам, новое значение применяется только к новым заказам.
3. **Приоритет данных о себестоимости** — себестоимость каждого заказа рассчитывается по следующему правилу:
   - если заказ содержит номер поставки и в разделе **Склад** → **Поставки** для этой поставки указана себестоимость, то используется стоимость из поставки;
   - если номер поставки отсутствует или для поставки не задана цена, то применяется средняя себестоимость.

Элементы интерфейса:



1. **Загрузка таблицы** товаров в формате **XLSX** — средняя себестоимость товаров по выбранному магазину заполняется вручную и загружается в сервис.
2. **История изменений** — список всех изменений средней себестоимости товаров с указанием даты загрузки файла и статуса применения.
3. **Ручное редактирование** — среднюю себестоимость по каждому товару в магазине можно редактировать прямо в интерфейсе **Лайтстат**. Если средняя себестоимость редактировались вручную в интерфейсе **Лайтстат**, в таблице будет отображаться история изменений данных по выбранному товару.

📌 Обратите внимание: в таблице отображаются только товары выбранного магазина.

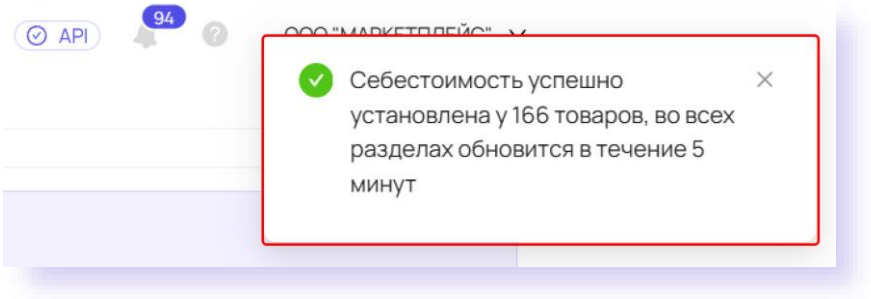
Добавление средней себестоимости:

1. Выберите магазин.
2. Нажмите **Таблица с товарами** и скачайте таблицу в формате **XLSX**.
3. Отредактируйте таблицу — заполните колонку **Средняя себестоимость**, не изменяя заданный формат ячеек. Убедитесь, что в колонке заполнены все значения, сохраните таблицу.

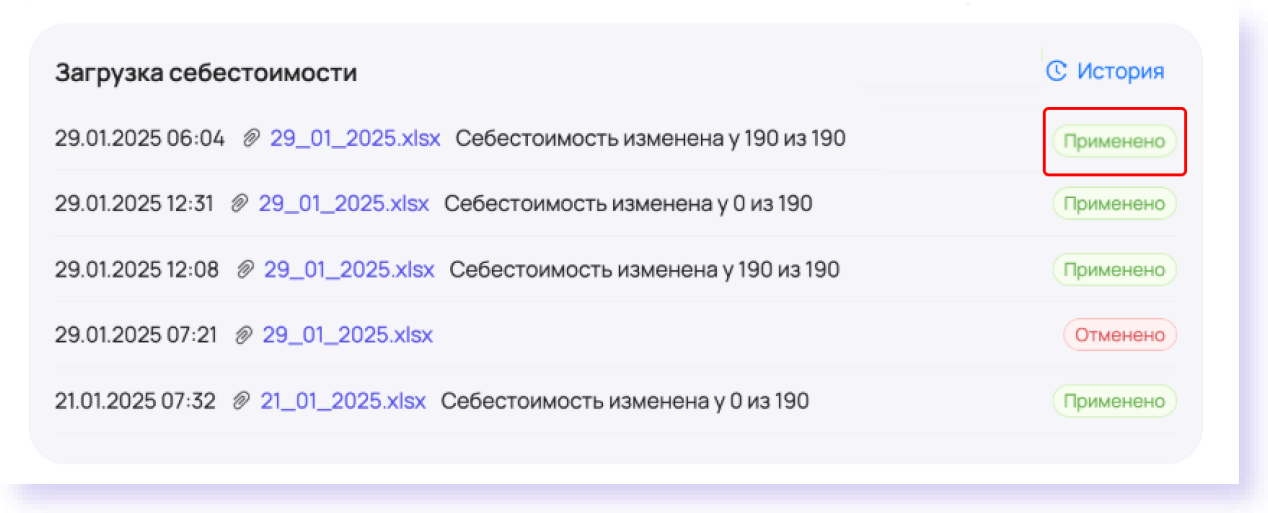
© 2026 ООО «Лайтстат». Все права защищены.

- Заполните среднюю себестоимость всех товаров, включая временно отсутствующие — возвраты и поздние выкупы должны считаться корректно.
- При изменении закупочных условий не откладывайте обновление средней себестоимости, чтобы избежать перекосов в будущих периодах.

4. Нажмите **Загрузить,** выберите отредактированную таблицу на устройстве, нажмите **Открыть** и дождитесь загрузки таблицы. После успешной загрузки таблицы в правом верхнем углу экрана появится информационное сообщение:



5. Дождитесь обновления данных в блоке **Загрузка средней себестоимости** и колонки **Средняя себестоимость** в таблице товаров, расположенной под блоком. Загруженный файл должен иметь статус «Применено»:



Если статус загрузки «Отменено», это означает, что произошла ошибка. В таком случае обратитесь в техническую поддержку.

📌 **Важно**!

Если часть товаров не загрузилась:

1. Скачайте таблицу еще раз.
2. Проверьте колонку «Средняя себестоимость» — возможно, остались значения 0.
3. Исправьте ошибки и повторите загрузку.

Не оставляйте среднюю себестоимость 0 рублей.

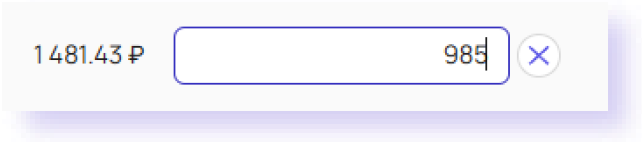
- Проверяйте данные перед загрузкой, особенно если впервые вносите среднюю себестоимость. Эти значения повлияют на расчеты за последние 3 месяца.

© 2026 ООО «Лайтстат». Все права защищены.

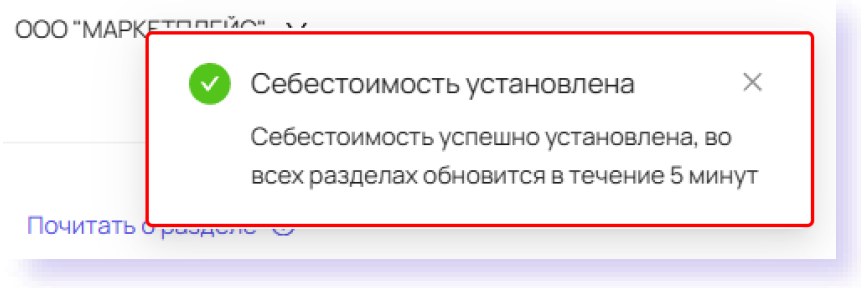
- Не редактируйте структуру таблицы, так как это может привести к ошибке при загрузке.
- Всегда скачивайте актуальный файл, так как данные в интерфейсе **Лайтстат** регулярно обновляются, и старые файлы могут работать не корректно.

Изменение себестоимости товара вручную:

1. Нажмите  рядом со стоимостью в таблице.
2. Ведите в поле новое значение:

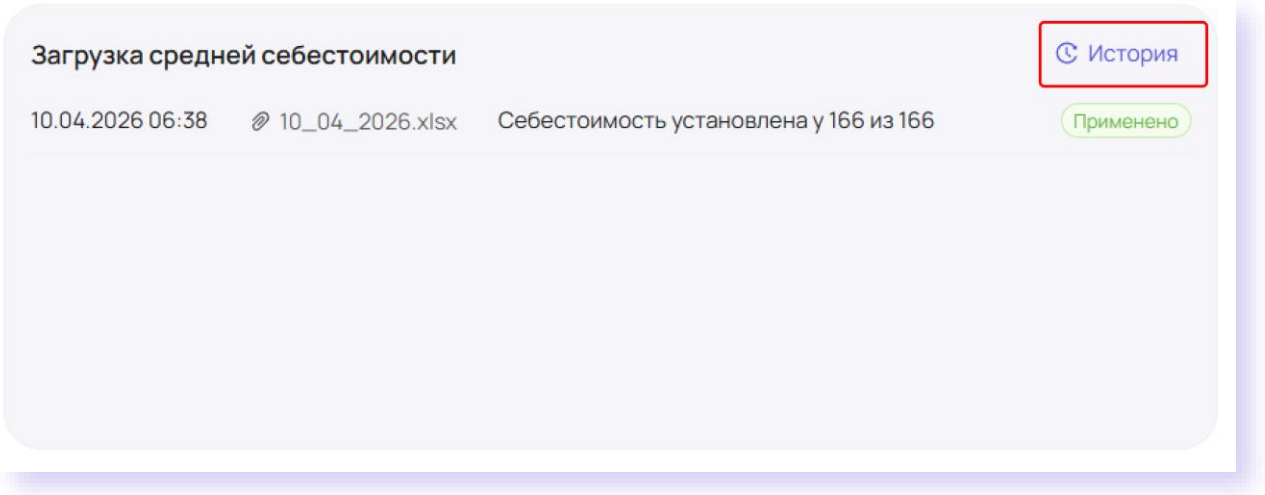


3. Нажмите **Enter**. После редактирования в правом верхнем углу появится информационное сообщение:



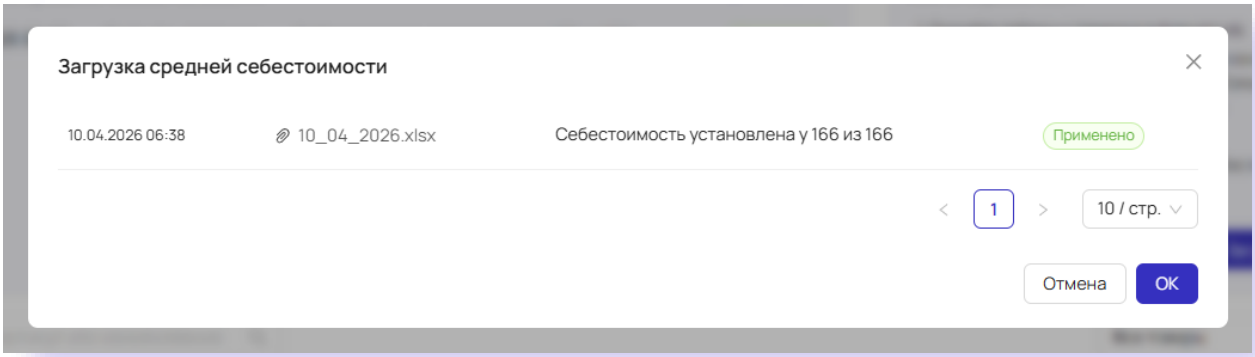
4. Дождитесь обновления данных и проверьте их корректность.

Для просмотра всей истории изменений средней себестоимости нажмите **История**:



В открывшемся окне отобразятся данные за весь период:

© 2026 ООО «Лайтстат». Все права защищены.



Особенности работы со средней себестоимостью

1. Изменение средней себестоимости не влияет на прошлые периоды:
   - Новая себестоимость применяется только к новым заказам.
   - Заказы, оформленные ранее, сохраняются с себестоимостью, действовавшей на момент их совершения.

Пример:

Если у вас на складе 100 единиц товара с себестоимостью 100 рублей, а затем поступает новая партия из 100 единиц по 150 рублей, то для корректного учета укажите среднюю себестоимость:

Средняя себестоимость = (100 × 100 + 100 × 150) ÷ 200 = 125 рублей

Это поможет корректно рассчитать прибыль и рентабельность.

2. Привязка себестоимости к поставке — себестоимость можно указать в разрезе конкретной поставки и товара, что обеспечивает максимальную точность расчетов. Указать себестоимость по поставкам можно в разделе **Склад** → **Поставки**.

📌 Обратите внимание: Без заданной средней себестоимости назначить себестоимость в поставке нельзя.

3. Если товар временно отсутствует — укажите себестоимость и уберите товар в **Архив**, чтобы избежать ошибок при расчёте средней себестоимости. Когда товар появится в продаже, не забудьте убрать его их архива.

2.3.2.4 Архив

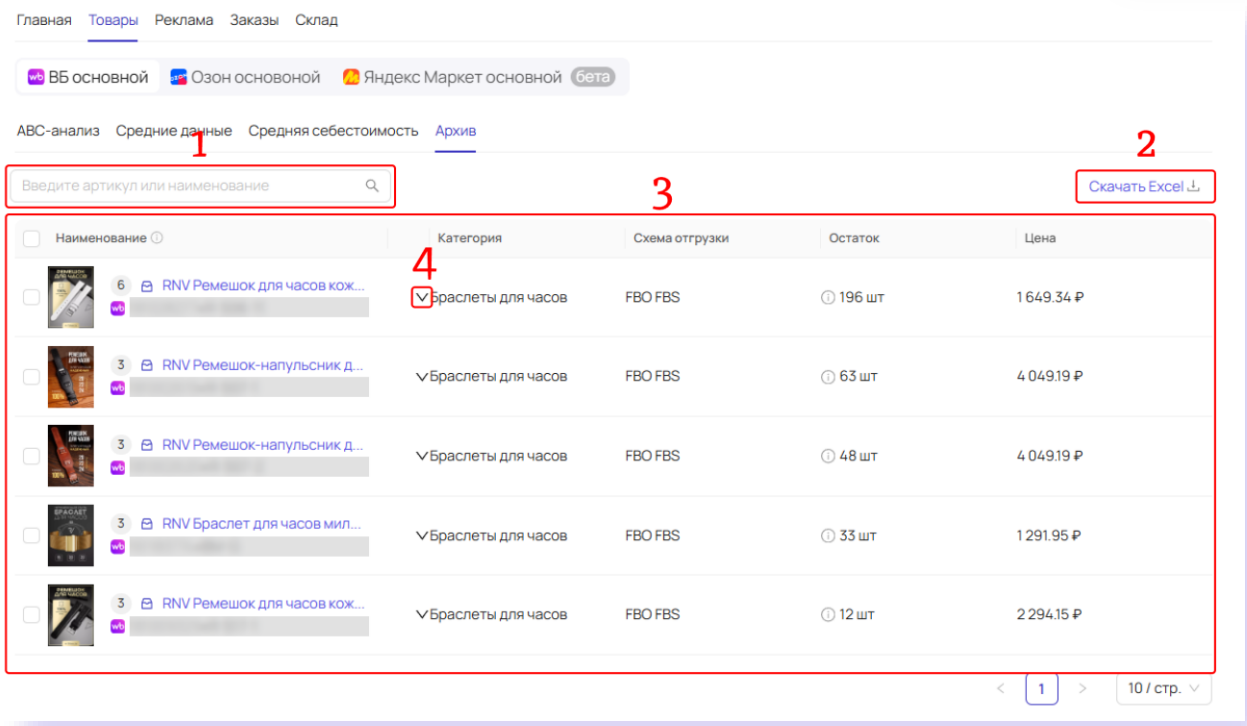
Подраздел **Архив** позволяет управлять товарами, которые временно исключены из ассортимента.

При добавлении API-ключей маркетплейсы передают все товары, когда-либо заведённые в аккаунте продавца, в том числе даже те, что уже давно не продаются. Для удобства работы с товарами и уменьшения визуального шума, переместите такие товары в **Архив,** они сохранятся в системе и их можно будет вернуть в работу в любой момент.

Переместить товары в **Архив** можно из подразделов **Средние данные** и **Себестоимость**.

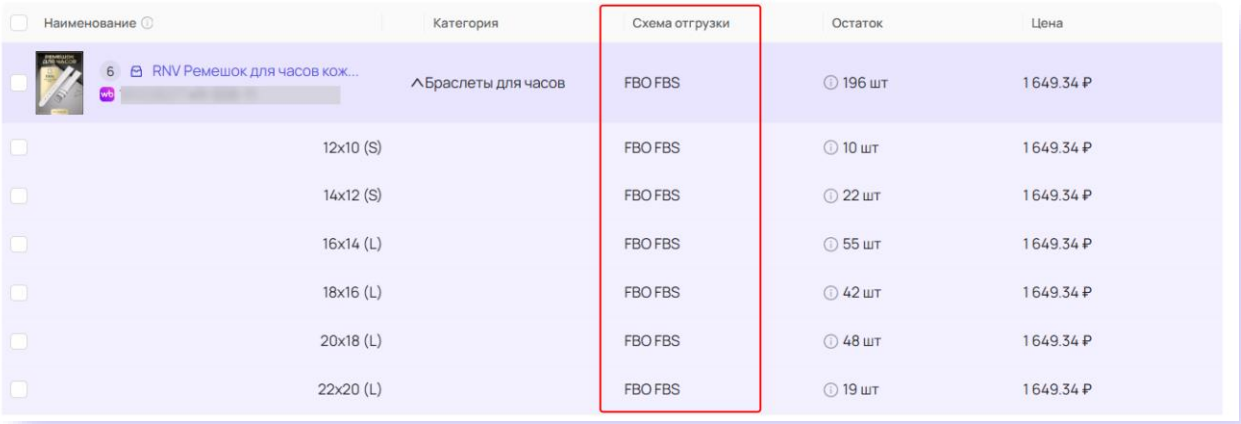
Элементы интерфейса

© 2026 ООО «Лайтстат». Все права защищены.



1. **Поиск** — поиск товара по наименованию или артикулу.
2. **Экспорт данных** — можно скачать архивные данные в формате **XLSX**.
3. **Таблица архивных товаров** — содержит данные о товарах, их остатках, ценах и категориях.
4. **Информация о складах** — детализация остатков на FBO и FBS-складах

Для просмотра детализации остатков на складах нажмите стрелку в колонке «Категория»:

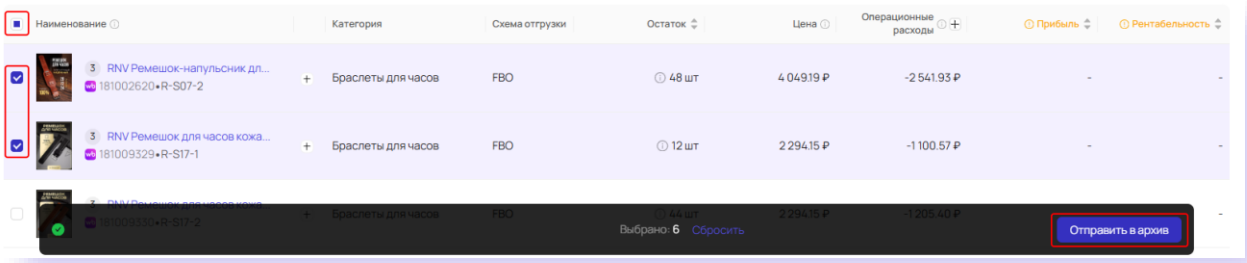


Переместить товары в **Архив** можно из подразделов **Средние данные** и **Себестоимость**.

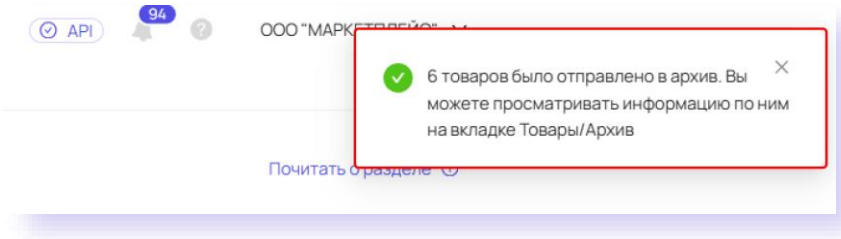
Перемещение товара в **Архив**:

1. Выберите товар в таблице и нажмите на чекбокс напротив иконки товара. Для выбора всех товаров нажмите на чекбокс в колонке **Наименование**.
2. Нажмите **Отправить в архив**.

© 2026 ООО «Лайтстат». Все права защищены.

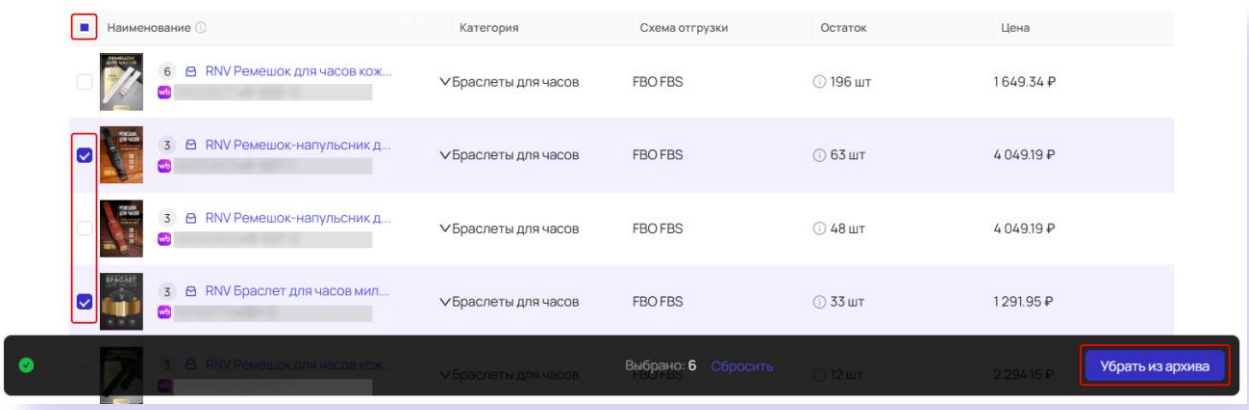


3. В правом верхнем углу экрана появится информационное сообщение:

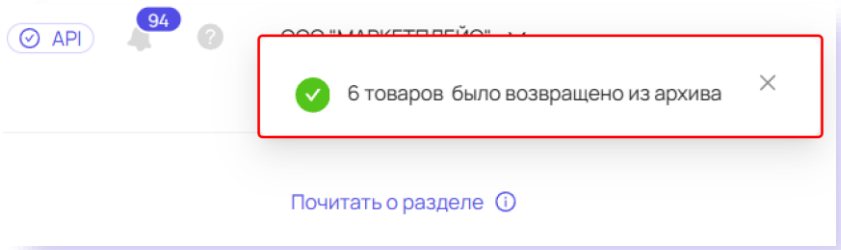


Возврат товаров из Архива:

1. Выберите товар в таблице и нажмите на чекбокс напротив иконки товара. Для выбора всех товаров нажмите на чекбокс в колонке **Наименование**.
2. Нажмите **Убрать из архива**.



3. В правом верхнем углу экрана появится информационное сообщение:



Отображение архивных товаров:

© 2026 ООО «Лайтстат». Все права защищены.

Раздел	Отображение
Средние данные	**Нет**, если выбран фильтр **«10 продаж»** **Да**, если выбран фильтр **30/60/90 дней**, и в этот период были продажи
Себестоимость	Да
ABC-анализ	Нет
Архив	**Да**, отображается полный список архивных товаров
Заказы	**Да**, если архивный товар участвовал в заказах за выбранный период. (Помечается иконкой архива)
Реклама	**Да**, если архивный товар участвовал в рекламных кампаниях.

📌 Обратите внимание: Для корректного расчёта основных показателей, в т.ч. прибыли и рентабельности, обязательно указывать себестоимость всех товаров, в т.ч. тех, которые находятся в архиве. Если на момент добавления товаров в архив нет возможности указать точные данные, можно временно указать условную себестоимость, например 2 руб. Это не повлияет на аналитику, если товар больше не продаётся.

2.4 Реклама

Раздел **Реклама** — это удобный инструмент для отслеживания и анализа рекламных кампаний на маркетплейсах. С его помощью можно, насколько эффективно работают рекламные вложения, и решить, какие кампании стоит развивать, а какие оптимизировать или отключать.

Что можно делать в разделе?

- оценивать результативность рекламных кампаний за выбранный период;
- анализировать рентабельность рекламных вложений;
- выявлять наиболее эффективные форматы и стратегии продвижения;
- оптимизировать рекламный бюджет на основе фактических данных;
- принимать обоснованные управленческие решения по корректировке рекламных стратегий.

Раздел состоит из двух подразделов — они дополняют друг друга и дают данные разного уровня детализации:

1. **Сводный отчёт** — предоставляет агрегированные данные по всем магазинам и всем активным рекламным кампаниям за выбранный пользователем период.
2. **Рекламные кампании** — отображает детализированные показатели по каждой отдельной рекламной кампании.

2.4.1 Сводный отчёт

Подраздел показывает общие результаты всех рекламных кампаний с возможностью фильтрации:

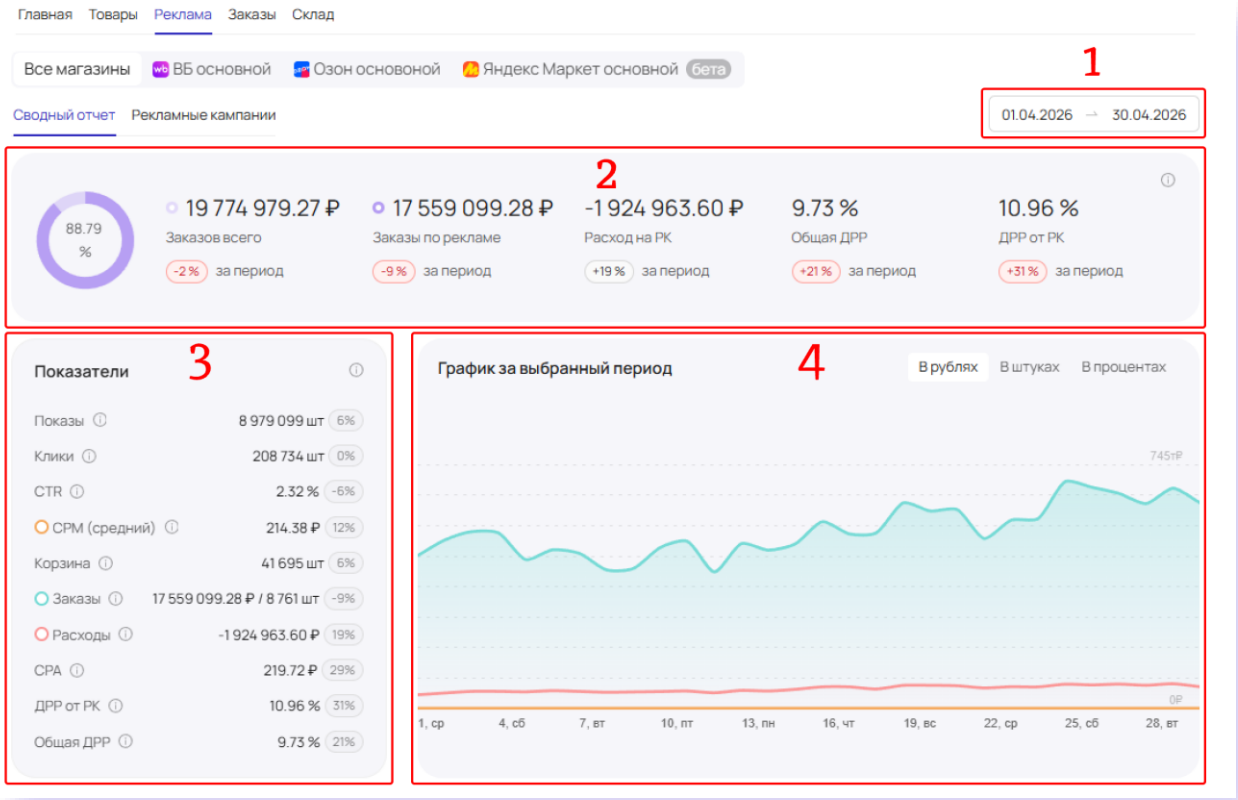
- по датам (периоду);
- по маркетплейсу;
- по названию кампании.

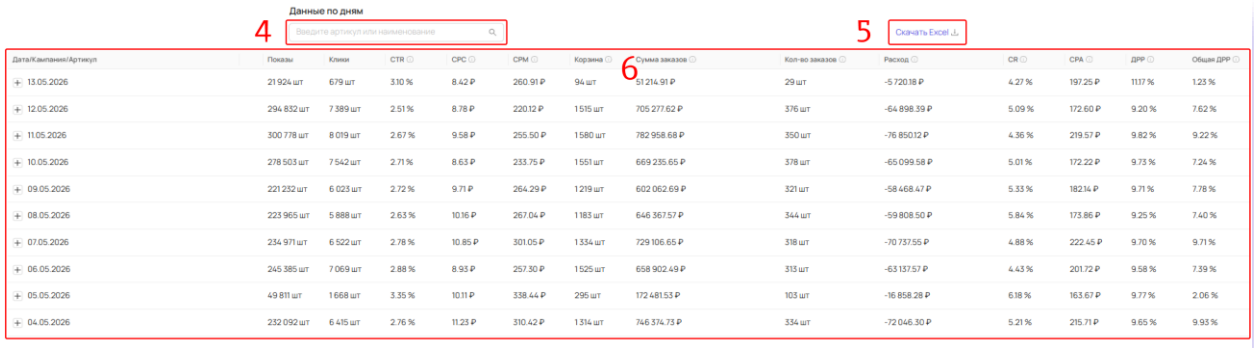
Какие показатели можно анализировать?

© 2026 ООО «Лайтстат». Все права защищены.

- **Показы** — общая сумма показов по рекламным кампаниям.
- **Клики** — общая сумма кликов по рекламным кампаниям.
- **CTR** — доля кликов от общего числа показов.
- **CPM** — стоимость тысячи показов.
- **Корзина** — количество товаров, добавленных в корзину по рекламе.
- **Заказы** — количество товаров, оформленных по рекламным компаниям.
- **Расходы** — сумма рекламных расходов.
- **CPA** — средняя стоимость одного заказ по рекламе.
- **ДРР от РК** — доля рекламных расходов от суммы заказов по рекламе.
- **Общая ДДР** — доля рекламных расходов от всех заказов.

Элементы интерфейса





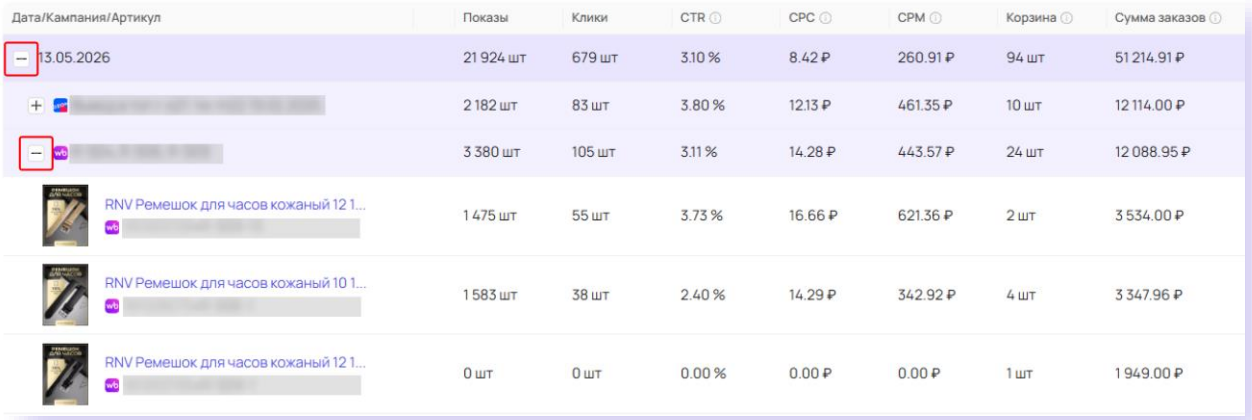
1. **Фильтр по периоду** — задается произвольный промежуток дат через календарь.

© 2026 ООО «Лайтстат». Все права защищены.

2. **Затраты на рекламу** — диаграмма, отображающая соотношение общей суммы заказов и заказов по рекламным кампаниям, общий расход на рекламу, ДРР и ДРР от РК за выбранный период.
3. **Показатели** — ключевые количественные метрики рекламной кампании за выбранный период. Динамика изменений в сравнении с прошлым периодом отображается в % по каждому показателю.
4. **График за выбранный период** — визуализирует ключевые показатели рекламной кампании с фильтром. В зависимости от выбора режиме на графике отображаются:
   - в рублях: CPM, заказы, расходы;
   - в штуках: показы, клики, корзина, заказы;
   - в процентах: CTR, ДРР о РК, общая ДРР.
5. **Поиск** — доступен поиск по наименованию или артикулу товара.
6. **Экспорт данных** — можно скачать архивные данные в формате **XLSX**.
7. **Данные по дням** — таблица, показывающая ежедневные изменения показателей с детализацией по каждой компании:
   - Показы.
   - Клики.
   - Корзина.
   - Заказы.
   - Расходы.
   - CTR/CPC/CPM/CR/CPA.
   - ДРР и Общая ДРР.

Просмотр данных по дням:

1. Нажмите **+** напротив выбранной даты.
2. Нажмите **+** напротив выбранной рекламной кампании.



2.4.1.1 Ассоциированные заказы

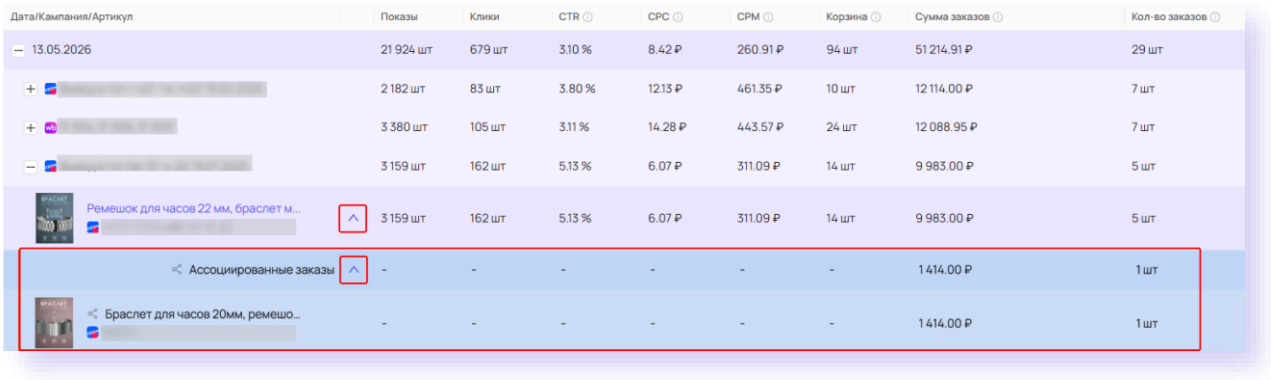
Ассоциированные заказы — это заказы товаров, не учувствовавших в рекламной компании, на которые покупатель перешел из карточки рекламируемого товара. Рядом с наименованием такого товара в таблице появляется стрелка.

Просмотр данных по ассоциированному заказу:

1. Нажмите **+** напротив выбранной даты.
2. Нажмите **+** напротив выбранной рекламной кампании.
3. Нажмите стрелку справа от выбранного товара.

© 2026 ООО «Лайтстат». Все права защищены.

4. Нажмите стрелку справа от «Ассоциированные заказы»



Пример заказа:

Покупатель зашёл в карточку кроссовок по рекламе, перешёл в блок «С этим покупают», кликнул на носки и купил носки. Заказ носков будет считаться ассоциированным заказом для рекламной кампании кроссовок.

Лайтстат отображает данные ассоциированных заказов, так как **Ozon** включает такие заказы в общую статистику рекламной кампании.

Пример расчета:

- Расходы на кампанию: 200 руб.
- Заказов рекламируемого товара: 4 шт.
- Ассоциированных заказов: 6 шт.

Расход «на один заказ» считается следующим образом:

- без ассоциированных заказов → 200 / 4 = 50 руб.
- с ассоциированными заказами → 200 / 10 = 20 руб.

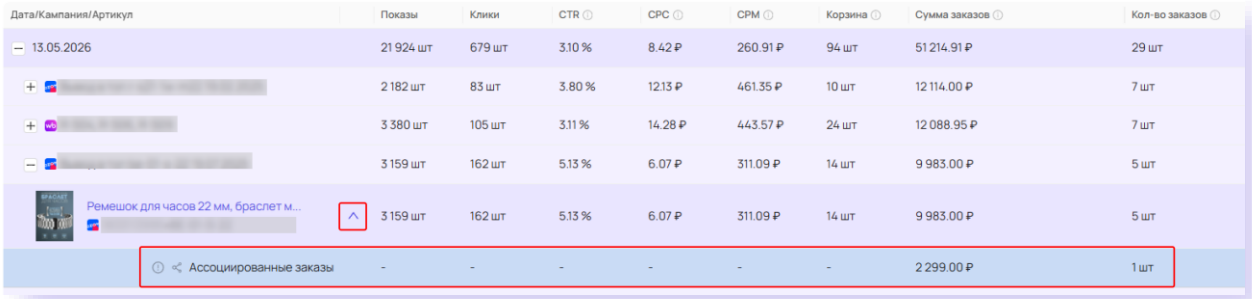
📌 **Важно:** Информация об ассоциированных заказах доступна только для рекламных кампаний типа «Продвижение в поиске»:

- строка «Ассоциированные заказы» раскрывается.
- отображается список товаров, которые были куплены как ассоциированные;
- для каждого ассоциированного товара отображаются только количество и сумма заказов.
- Прочие показатели не рассчитываются, так как расходов по этим товарам нет.

Для остальных типов кампаний:

- нет детализации по товарам;
- показывается только общее количество и сумма ассоциированных заказов:

© 2026 ООО «Лайтстат». Все права защищены.



Дата/Кампания/Артикул	Показы	Клики	CTR	CPC	CPM	Корзина	Сумма заказов	Кол-во заказов
13.05.2026	21 924 шт	679 шт	3.10 %	8.42 ₽	260.91 ₽	94 шт	51 214.91 ₽	29 шт
[redacted]	2 182 шт	83 шт	3.80 %	12.13 ₽	461.35 ₽	10 шт	12 114.00 ₽	7 шт
[redacted]	3 380 шт	105 шт	3.11 %	14.28 ₽	443.57 ₽	24 шт	12 088.95 ₽	7 шт
[redacted]	3 159 шт	162 шт	5.13 %	6.07 ₽	311.09 ₽	14 шт	9 983.00 ₽	5 шт
Ремешок для часов 22 мм, браслет м... [redacted]	3 159 шт	162 шт	5.13 %	6.07 ₽	311.09 ₽	14 шт	9 983.00 ₽	5 шт
Ассоциированные заказы	-	-	-	-	-	-	2 299.00 ₽	1 шт

2.4.2 Рекламные кампании

В подразделе **Рекламные кампании** отображаются детализированные показатели по каждой отдельной рекламной кампании.

Компании, отображаемые в разделе:

- активные;
- приостановленные;
- завершённые.

Какие ключевые показатели можно анализировать?

- ID — уникальный идентификатор каждой рекламной кампании.
- Маркетплейс.
- Статус — текущий статус рекламной кампании.
- Тип кампании — фильтр по типу рекламной кампании.
- Наименование — фильтр по наименованию рекламной кампании.
- Создано — дата создания рекламной кампании.
- Изменение — дата внесения изменений в рекламную компанию.
- Сумма заказов — сумма всех заказов по рекламной кампании.
- Кол-во заказов — количество всех заказов по рекламной кампании.
- Расход — расходы на рекламную компанию.
- ДРР — доля рекламных расходов на компанию.

При клике на кампанию вы открываете детальный сводный отчёт с графиком и данными по товарам.

📌 Важно!

Скорость обновления данных

Данные в **Лайтстат** обновляются не мгновенно, так как маркетплейсы передают их с задержкой:

- **Ozon**: по параметру «Оплата за заказ» данных за текущий день не будет, они появятся только на следующий день, это особенность работы площадки.
- **Wildberries**: в течение текущего дня маркетплейс зачастую предоставляет неполный набор данных. Полная статистика по показателям рекламной кампании (включая заказы, клики, расходы и т.д.) поступает с задержкой.

Отображение товаров

Отображение товаров в ассоциированных заказах зависит от типа рекламной кампании:

- Кампания «Продвижение в поиске»:

© 2026 ООО «Лайтстат». Все права защищены.

    - список товаров
    - количество заказов;
    - сумма заказов.
- Прочие кампании:
    - общее количество ассоциированных заказов;
    - общую сумму по этим заказам.

2.4.3 Заказы

Раздел **Заказы** — удобный инструмент для анализа данных о заказах от отслеживания в режиме реального времени до детального анализа после завершения цикла заказа, что позволяет оперативно реагировать на изменения и принимать взвешенные решения для роста прибыли.

Что можно делать?

- **Отслеживать заказы в реальном времени** — какие заказы поступают прямо сейчас, сколько их, из каких магазинов и по каким товарам.
- **Анализировать завершённые заказы** — оценивать итоги после закрытия цикла: сколько заказов выполнено, какая выручка получена, какие товары продались лучше всего.
- **Сравнивать периоды** — сопоставлять показатели за разные дни, недели или месяцы, чтобы увидите динамики и оценить, растёт бизнес или теряет обороты.
- **Фильтровать и сегментировать данные** — отбирать заказы по нужным параметрам: по магазинам, товарам, категориям, площадкам, статусам и т.д.
- **Выявлять тренды и закономерности** — находить сезонные всплески спроса, отслеживать влияние рекламных кампаний на объём продаж.
- **Оперативно реагировать на проблемы** — быстро замечать аномалии: резкое падение заказов, рост возвратов, задержки отгрузок, и вовремя принимать меры.
- **Оптимизировать ассортимент**: корректировать закупки и убрать неликвидные позиции.
- **Контролировать рекламные кампании**: сопоставлять затраты на рекламу с приростом заказов и выручки, перераспределяйте бюджет в пользу самых результативных каналов.
- **Улучшать логистику**: планировать складские запасы и оптимизировать маршруты исходя из данных о географии заказов и сроках доставки.
- **Прогнозировать спрос**: строить прогнозы продаж и готовиться к пиковым нагрузкам на основе исторических данных и текущих трендов.
- **Повышать прибыльность**: искать «узкие места» и увеличивать маржинальность за при помощи комплексного анализа рентабельности и ДРР.

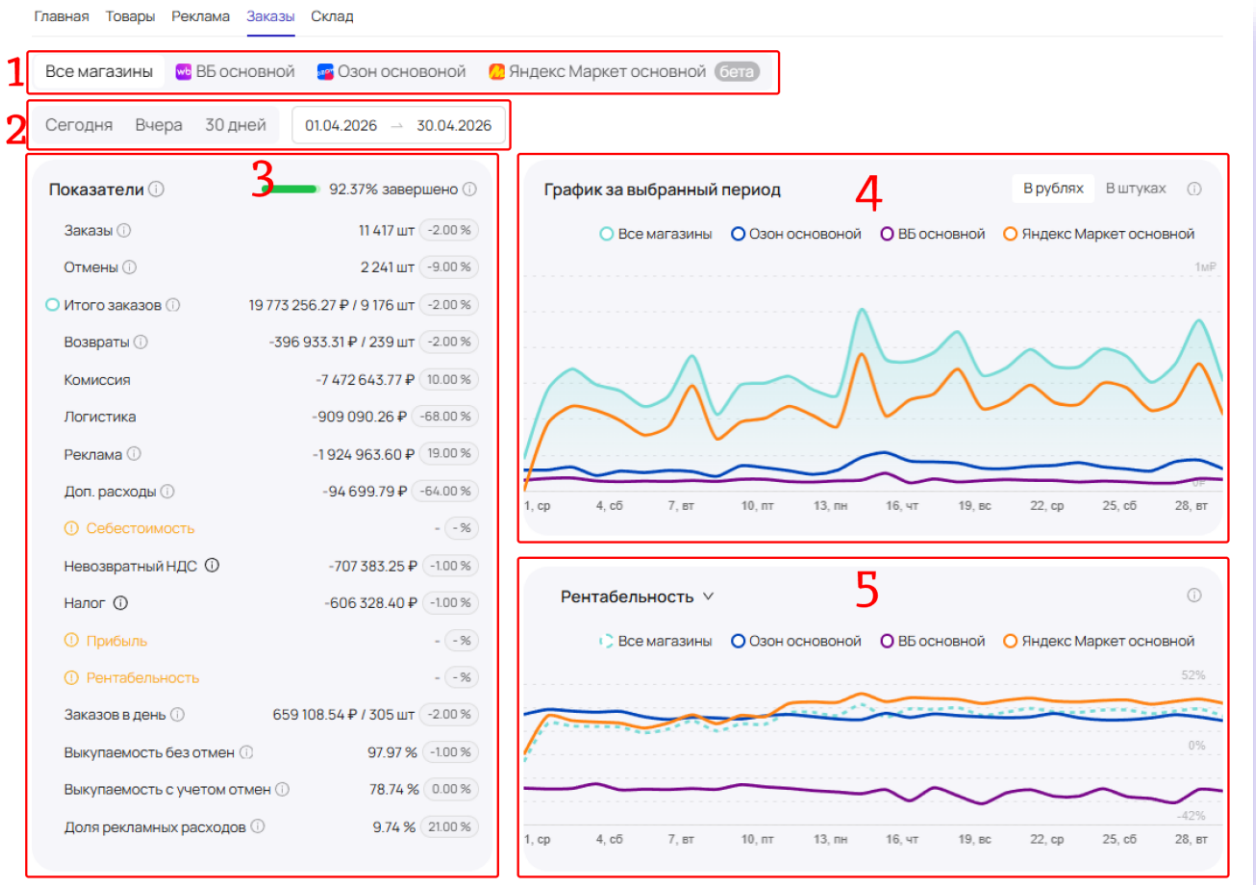
Какие показатели можно анализировать?

- Общую сумму заказов (с учетом отмененных заказов).
- Процент завершенных заказов.
- Количество отмен и сумму возвратов.
- Расходы на логистику, рекламу, себестоимость и дополнительные расходы.
- Сумму налога и прибыль.
- Рентабельность и средний чек.
- Среднее количество заказов в день (в штуках и рублях).
- Выкупаемость, в том числе с учетом отмененных заказов.

© 2026 ООО «Лайтстат». Все права защищены.

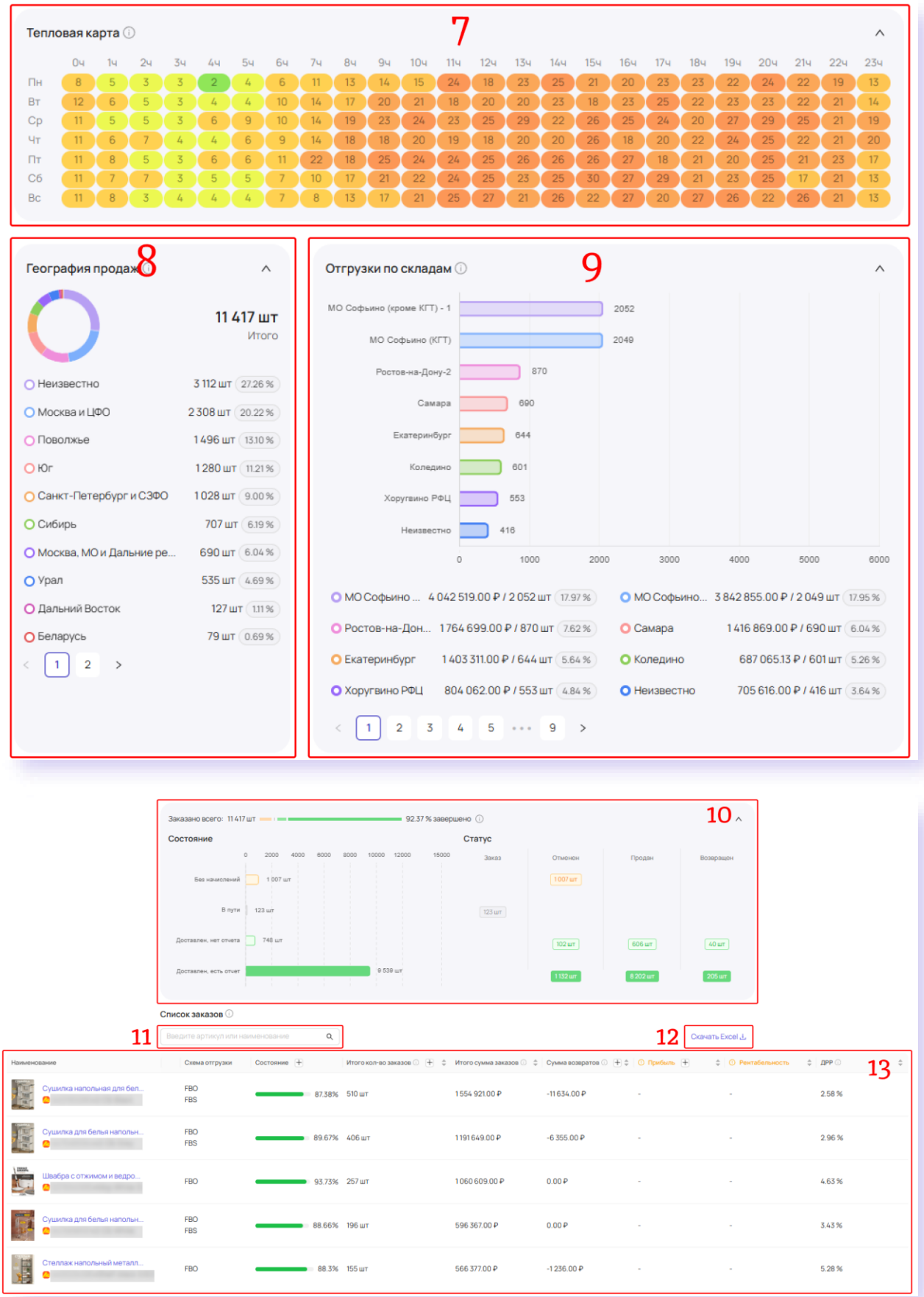
- Долю рекламных расходов (ДРР).
- Выручку.
- Географию заказов.

Элементы интерфейса





© 2026 ООО «Лайтстат». Все права защищены.



1. **Фильтр по магазинам**
   - Все магазины;

© 2026 ООО «Лайтстат». Все права защищены.

- **Ozon**;
- **Wildberries**;
- **Яндекс Маркет**.

2. **Фильтр за период**
   - предустановленный: сегодня, вчера, 30 дней;
   - ручной: задается произвольный промежуток дат через календарь.
3. **Показатели** — ключевые количественные метрики по всем товарам за выбранный период. Динамика изменений в сравнении с прошлым периодом отображается в % по каждому показателю.
4. **График за выбранный период** — отражает динамику заказов за выбранный период по дням или по часам (только если выбран фильтр «сегодня»), имеет предустановленные фильтры:
   - фильтр заказов: в рублях, в штуках;
   - фильтр по магазинам.
5. **Рентабельность** — отображает динамику рентабельности.
6. **Средний чек** — отображает динамику среднего чека.
7. **Тепловая карта** — визуализирует активность заказов по дням недели и времени суток.
8. **География продаж** — отображает статистику по регионам, куда были отправлены заказы.
9. **Отгрузки по складам** — отображает статистику заказов по регионам и складам отгрузки.
10. **Состояние заказов** — отображает текущий статус обработки каждого заказа:
    - **Без начислений** — отменены до сборки. Такие заказы считаются завершёнными.
    - **В пути** — доставка в процессе. Комиссия и логистика рассчитываются по средним значениям.
    - **Доставлено, нет отчёта** — заказ доставлен, но отчёт ещё не получен. Комиссия известна, логистика — средняя.
    - **Доставлено, есть отчёт** — заказ полностью завершён, все данные фактические.
11. **Поиск** — поиск заказов по наименованию или артикулу.
12. **Экспорт данных** — можно скачать данные в формате **XLSX**.
13. **Список заказов** — таблица с детализированными денными по каждому заказу:
    - Фото и наименование товара.
    - Артикул.
    - Схема отгрузки.
    - Состояние:
      - Без начислений;
      - В пути;
      - Доставлено, нет отчёта;
      - Составлено, есть отчёт.
    - Итого количество заказов:
      - Заказано;
      - Отменено.
    - Итого сумма заказов.
    - Сумма возвратов:
      - Выкупаемость с учетом отмен;

© 2026 ООО «Лайтстат». Все права защищены.

  - Выкупаемость без отмен;
  - Кол-во возвратов.
- Прибыль:
  - Комиссия;
  - Логистика;
  - Реклама;
  - Дополнительные расходы;
  - К выплате;
  - Себестоимость;
  - Сумма до НДС;
  - Невозвратный НДС;
  - Налогооблагаемая база;
  - Налог.
- Рентабельность.
- ДРР.

📌 Обратите внимание: Данные на графике отображаются в том же часовом поясе, который установлен на устройстве.

2.4.3.1 Работа с подразделом

1. **Виджет «Состояние заказов»**

📌 Как рассчитывается процент завершения?

В колонке отображается процент завершения заказов для каждой позиции:

(Количество заказов без начислений + Доставлено, есть отчёт) / (Заказано)

Пример расчёта:

По товару «Браслет для часов» было заказано 20 штук:

- 2 — заказы без начислений (отменены до сборки);
- 10 — находятся в пути;
- 3 — доставлены, но нет отчета;
- 5 — доставлены, есть отчет.

Процент завершения = (2 + 5) / 20 = 35%.

📌 Процент завершения помогает быстро понять, насколько полна информация по заказам и сколько ещё находится в пути или ожидает отчётов от маркетплейса.

2. **Виджет «География продаж»**

Что делает?

- визуализирует распределение спроса по географическим зонам в виде диаграммы;
- при выборе конкретного региона:
  - фильтрует данные в таблице заказов: отображаются только заказы, отправленные в выбранный регион, их количество и динамика в сравнении с предыдущим периодом;
  - обновляет данные в виджете «Отгрузки по складам»: отображаются отгрузки только для заказов, направленных в выбранный регион.

Практическая польза:

© 2026 ООО «Лайтстат». Все права защищены.

- анализ регионального спроса;
- оптимизация логистики и маршрутов доставки;
- планирование рекламных кампаний с привязкой к регионам;
- распределение складских запасов с учётом географии спроса.

3. **Виджет «Отгрузки по складам»**

Что делает?

- предоставляет данные по каждому складу: количество отгруженных заказов и их стоимость;
- при выборе конкретного склада:
  - фильтрует данные в таблице заказов: отображаются только заказы, отгруженные с выбранного склада;
  - обновляет данные в виджете «География продаж»: отображаются регионы, куда были отправлены заказы с этого склада.

Практическая польза:

- контроль распределения заказов между складами;
- выявление перегруженных или неэффективно работающих складов;
- оптимизация складских процессов и логистики;
- анализ соответствия расположения складов географии спроса;
- расчёт затрат на доставку в зависимости от склада отгрузки.

Взаимосвязь виджетов:

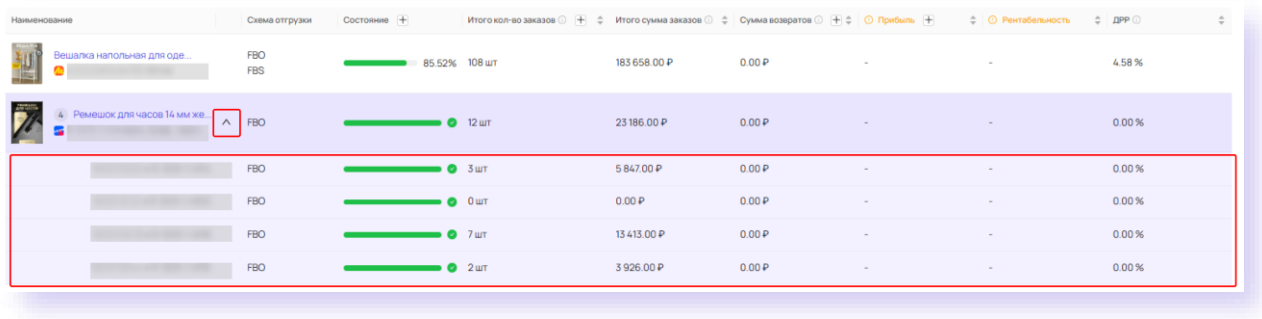
Виджеты «География продаж» и «Отгрузки по складам» связаны двусторонней фильтрацией:

- выбор региона в первом виджете влияет на данные во втором и в таблице заказов;
- выбор склада во втором виджете влияет на данные в первом и в таблице заказов.

Это позволяет быстро анализировать цепочку «регион → склад → заказ» и принимать решения на основе комплексной информации.

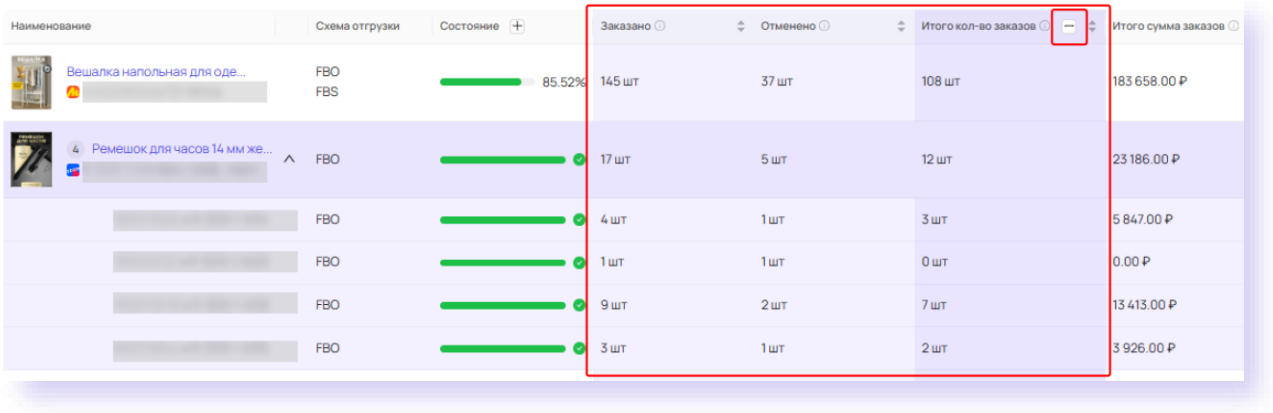
4. **Таблица «Список заказов»**

Для просмотра развернутой информации по заказу нажмите стрелку справа от выбранного заказа:



Для просмотра развернутой информации по колонкам нажмите **+** справа от выбранного параметра:

© 2026 ООО «Лайтстат». Все права защищены.



2.4.4 Склад

Раздел **Склад** предоставляет актуальную информацию о состоянии товарных запасов на маркетплейсах. В нём собраны ключевые данные для эффективного управления остатками, планирования поставок и оптимизации логистики, что позволяет оперативно реагировать на изменения, предотвращать дефицит, оптимизировать запасы и снижать издержки на логистику.

Что можно делать?

- **Своевременно управлять** запасами;
- **Предотвращать** дефицит товаров;
- **Принимать обоснованные решения** для оптимизации логистики.

Раздел состоит из трёх подразделов:

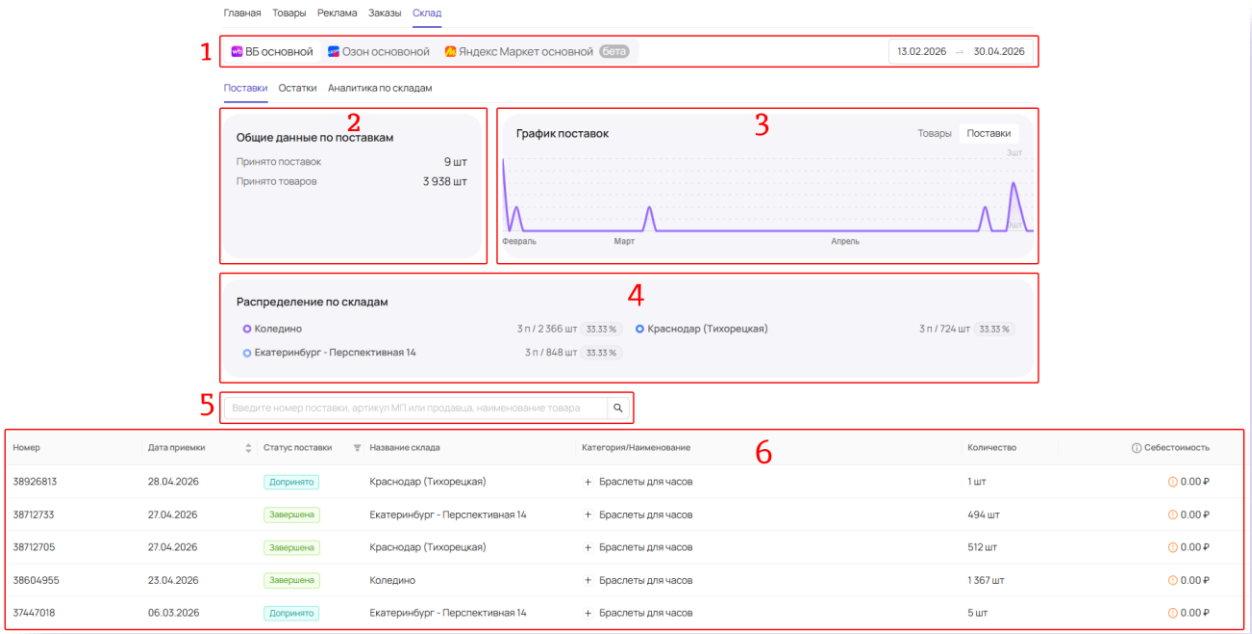
1. Поставки
2. Остатки
3. Аналитика

2.4.4.1 Поставки

Подраздел **Поставки** отображает все поставки, которые маркетплейс принял на склады. В подразделе можно контролировать объём переданных товаров, дату приемки и распределение поставок по складам.

Элементы интерфейса

© 2026 ООО «Лайтстат». Все права защищены.

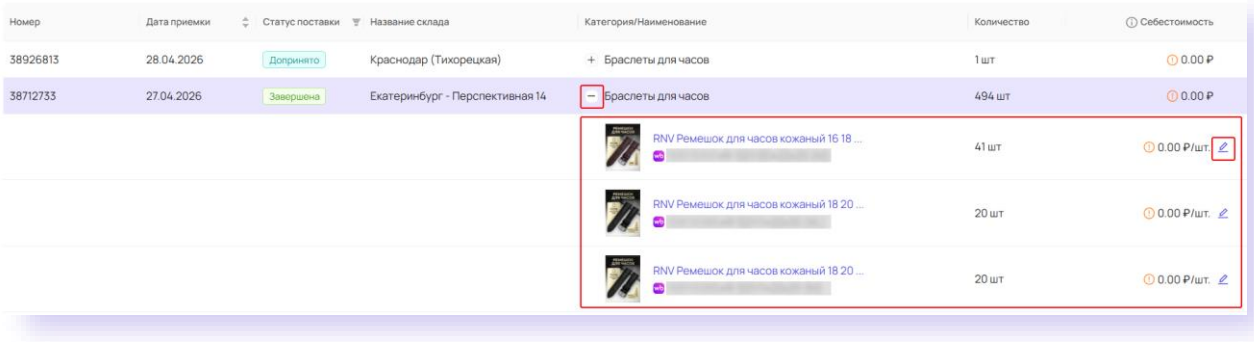


1. **Фильтры:**
   - по магазинам:
     - **Ozon**;
     - **Wildberries**;
     - **Яндекс Маркет**.
   - за период: задается произвольный промежуток дат через календарь.
2. **Общие данные по поставкам** — отображает количество поставок за выбранный период и количество товаров, принятых маркетплейсом.
3. **График поставок** — отображает динамику товаров и поставок по дням, количеству товаров и складу.
4. **Распределение по складам** — отображает склады, на которые были отправлены товары, количество товаров и их долю от общего числа поставок, отправленных на каждый склад.
5. **Поиск** — поиск по наименованию товара, номеру поставки, артикулу маркетплейса или продавца.
6. **Таблица поставок** — отображает параметры по каждой поставке:
   - Номер поставки.
   - Дата приемки.
   - Статус поставки.
   - Название склада.
   - Категория/наименование товара.
   - Количество товаров в поставке.
   - Себестоимость товаров в поставке.

Работа с подразделом

Для просмотра товаров в поставке нажмите + слева от наименования товара или на строку поставки:

© 2026 ООО «Лайтстат». Все права защищены.



📌 Обратите внимание: Себестоимость товара в поставке можно указать в таблице вручную.

2.4.4.2 Остатки

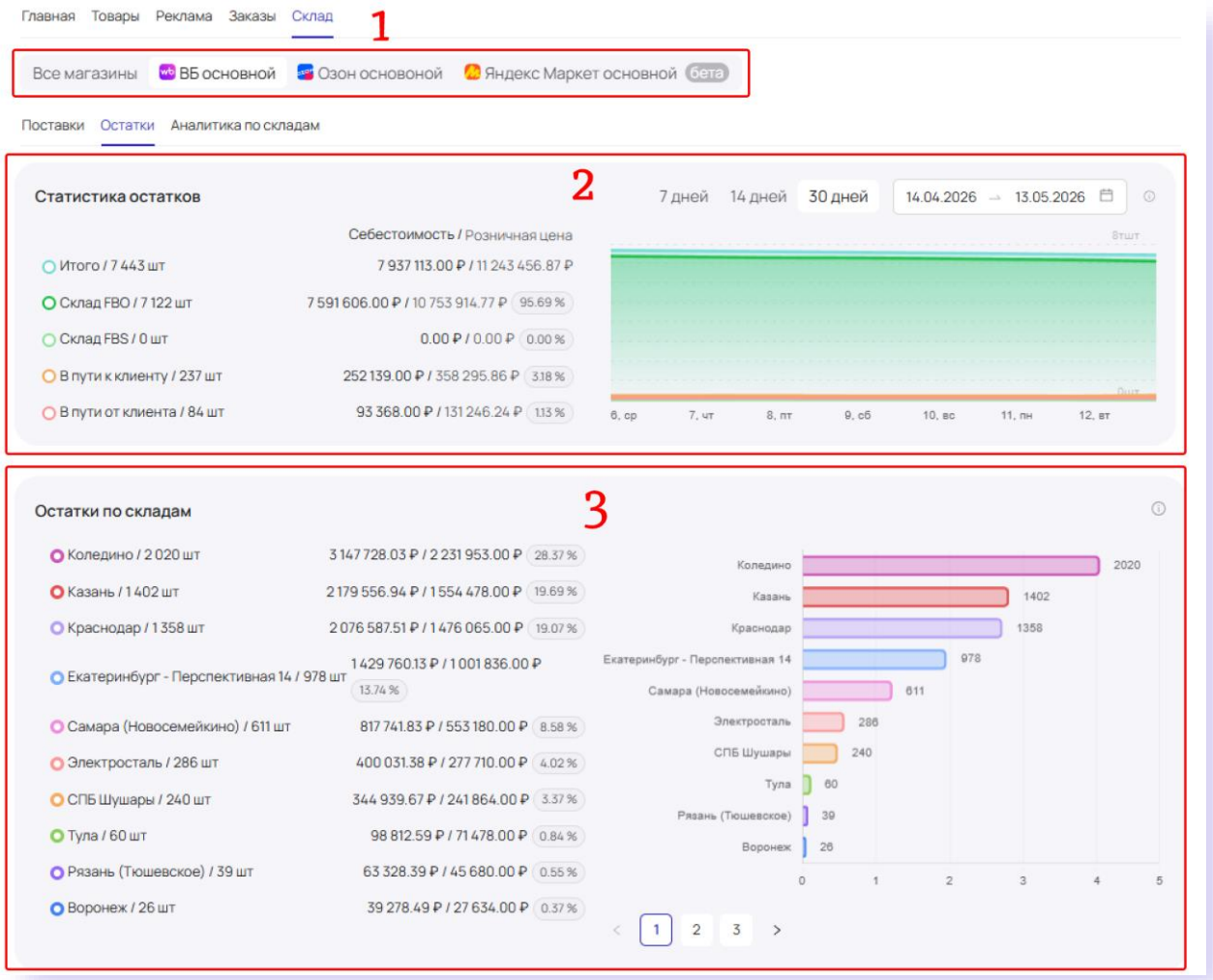
Подраздел **Остатки** позволяет анализировать текущие остатки на складах маркетплейсов, контролировать баланс товаров, планировать их пополнение и анализировать распределение запасов.

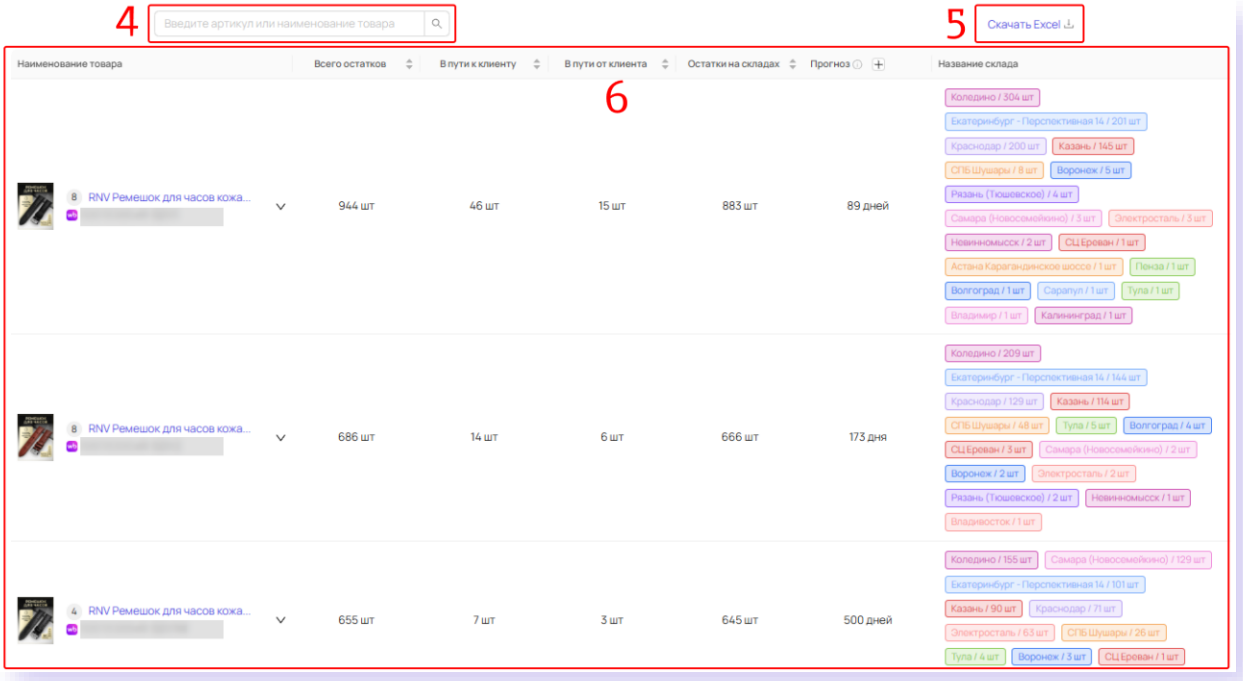
Что можно делать?

- **Получать детализированную информацию о каждом товаре**: его статусе и местоположении.
- **Использовать прогноз остатков**, чтобы избежать дефицита товаров.
- **Оптимизировать логистику** за счёт анализа распределения товаров по складам, снижать издержки и ускорять обработку заказов.
- **Удобно работать с данными**: фильтровать, сортировать и скачивать их для анализа.

Элементы интерфейса

© 2026 ООО «Лайтстат». Все права защищены.





1. **Фильтр по магазинам**
   - Все магазины;

© 2026 ООО «Лайтстат». Все права защищены.

- **Ozon**;
- **Wildberries**;
- **Яндекс Маркет**.

2. **Статистика остатков** — общая оценка склада по параметрам:
   - Общее количество единиц товаров.
   - Себестоимость всех остатков.
   - Розничная стоимость всех товаров.
   - Статусы:
     - Склад FBO;
     - Склад FBS;
     - В пути: к клиенту, от клиента.
3. **Остатки по складам** — распределение товаров по складам на текущую дату, отображает количество единиц товара на складе, себестоимость и розничную стоимость остатков, процентное соотношение запасов на складе от общего объёма. Визуализирует остатки в виде графика с фильтром по складам, отображает динамику за последний месяц.
4. **Поиск** — поиск по артикулу или наименованию товара.
5. **Экспорт данных** — можно скачать данные в формате **XLSX**.
6. **Таблица остатков** — отображает детальную информации об остатках по параметрам:
   - Наименование товара, артикулы поставщика и маркетплейса.
   - Общее количество товара.
   - В пути к клиенту.
   - В пути от клиента.
   - Остатки на складах.
   - Среднее количество заказав за выбранный период с фильтром:
     - 1 неделя;
     - 2 недели;
     - 3 недели;
     - 4 недели.
   - Прогноз текущих остатков исходя из средней скорости продаж и выбранного фильтра по периоду.
   - Название склада.

Как работать с подразделом?

Для просмотра деталей товара нажмите стрелку слева от наименования товара.

Для просмотра прогноза по конкретному товару и складов, на которых он размещен, нажмите + слева от колонки «Прогноз».

© 2026 ООО «Лайтстат». Все права защищены.



2.4.4.3 Аналитика по складам

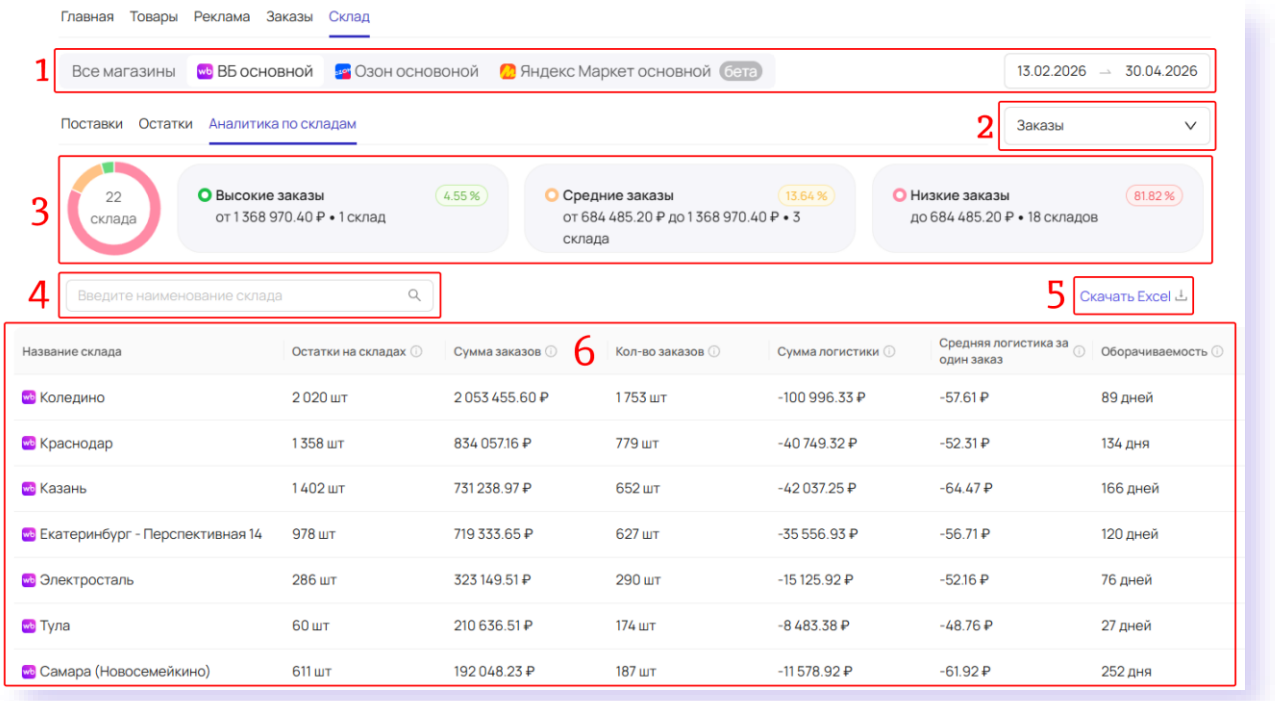
Подраздел **Аналитика по складам** позволяет оценить работу складов, проанализировать заказы, логистику и оборачиваемость остатков по каждому складу, чтобы принимать обоснованные стратегические решения.

Что можно делать?

1. **Выявлять эффективные и неэффективные склады**: склады с высокой оборачиваемостью, недостаточными или избыточными запасами.
2. **Оптимизировать логистику**: сравнивать затраты на доставку с разных складов и принимать более экономичные решения.
3. **Управлять эффективностью**: точнее распределять ресурсы, понимая уровень заказов и логистических затрат по каждому складу.

Элементы интерфейса

© 2026 ООО «Лайтстат». Все права защищены.



1. **Фильтры:**
   - по магазинам:
     - Все магазины;
     - **Ozon**;
     - **Wildberries**;
     - **Яндекс Маркет**.
   - за период: задается произвольный промежуток дат через календарь.
2. Фильтр:
   - Заказы;
   - Средняя логистика;
   - Оборачиваемость.
3. Диаграмма распределения складов по категориям и процентное соотношение по каждой категории:
   - Заказы: высокие, средние, низкие.
   - Средняя логистика: низкие, средние, высокие цены средней логистики.
   - Оборачиваемость: высокая, нормальная, низкая.
4. Поиск — поиск по наименованию склада.
5. **Экспорт данных** — можно скачать архивные данные в формате **XLSX**.
6. Таблица аналитики складов по показателям:
   - Название склада;
   - Остатки на складе;
   - Сумма заказов;
   - Количество заказов;
   - Сумма логистики;
   - Средняя логистика за один заказ;
   - Оборачиваемость.

© 2026 ООО «Лайтстат». Все права защищены.

2.5 Карточка товара

2.5.1 Аналитика карточки товара

Раздел **Аналитика Карточки товара** предназначен для комплексного анализа товарных позиций и предоставляет структурированную аналитику по всем ключевым параметрам товара, позволяет чётко видеть, какие позиции генерируют прибыль, а какие нуждаются в доработке для повышения коммерческой эффективности.

Что можно делать?

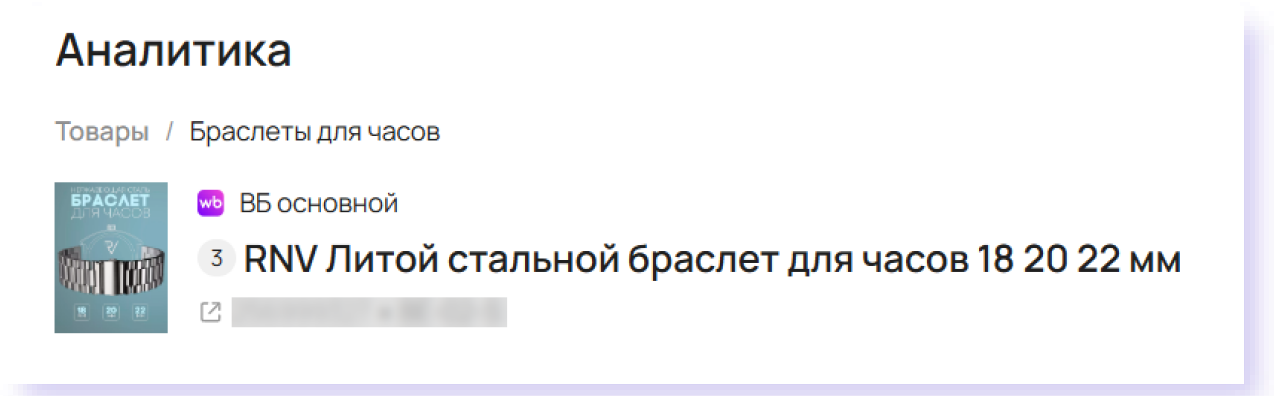
- **Принимать обоснованные управленческие решения** на основе детальных данных по каждому товару.
- **Корректировать стратегии продаж** с опорой на реальные показатели эффективности.
- **Оценивать результативность работы** с отдельными товарами.
- **Выявлять позиции** с максимальной доходностью.
- **Определять товары**, которым требуется оптимизация.
- **Управлять остатками** товаров и оценивать их стоимость.

Раздел состоит из четырёх подразделов:

1. Сводка.
2. Реклама.
3. Заказы.
4. Остатки.

Карточка товара содержит:

- Изображение товара
- Категорию и наименование товара;
- Маркетплейс и название магазина;
- Артикул товара;
- Ссылку на страницу товара на маркетплейсе.



2.5.1.1 Сводка

Подраздел **Сводка** даёт общее представление о ключевых метриках товара.

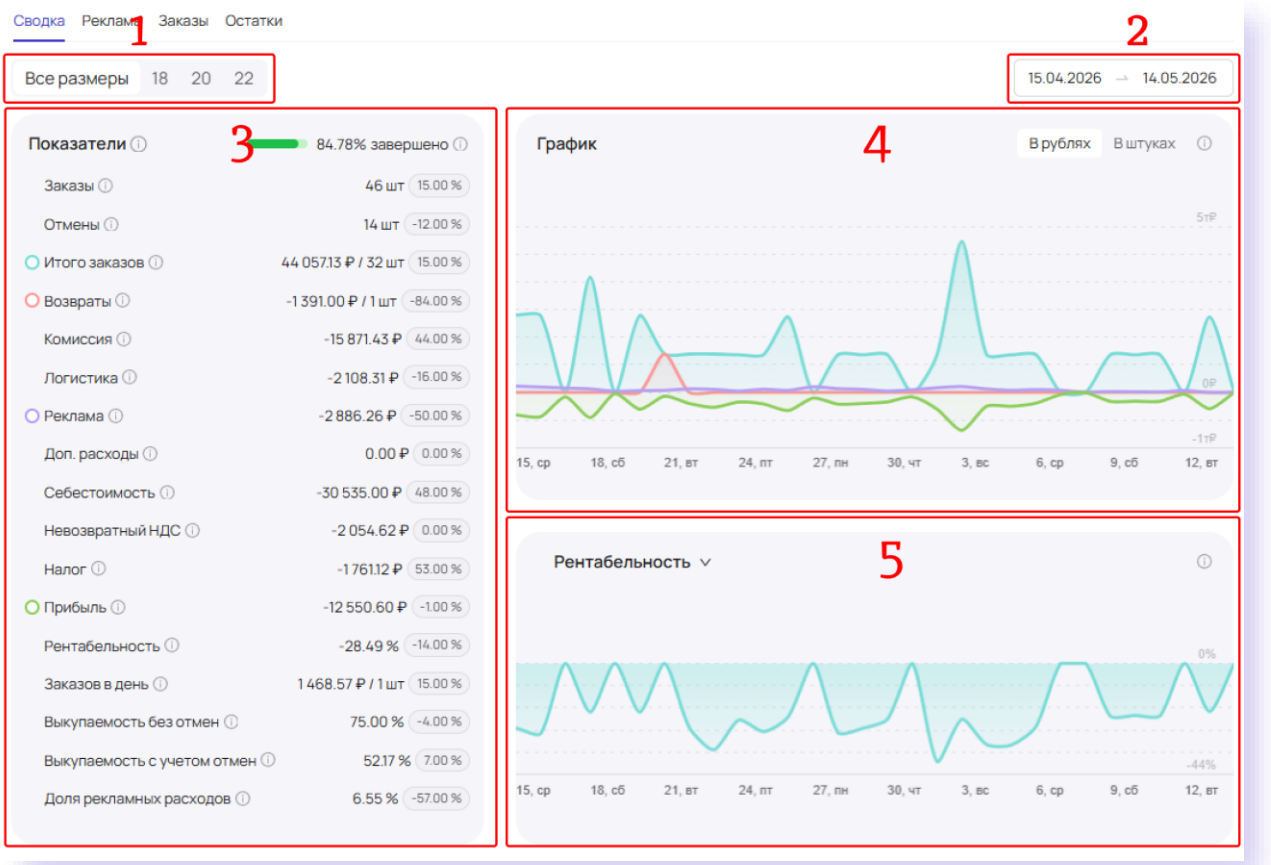
Что можно делать?

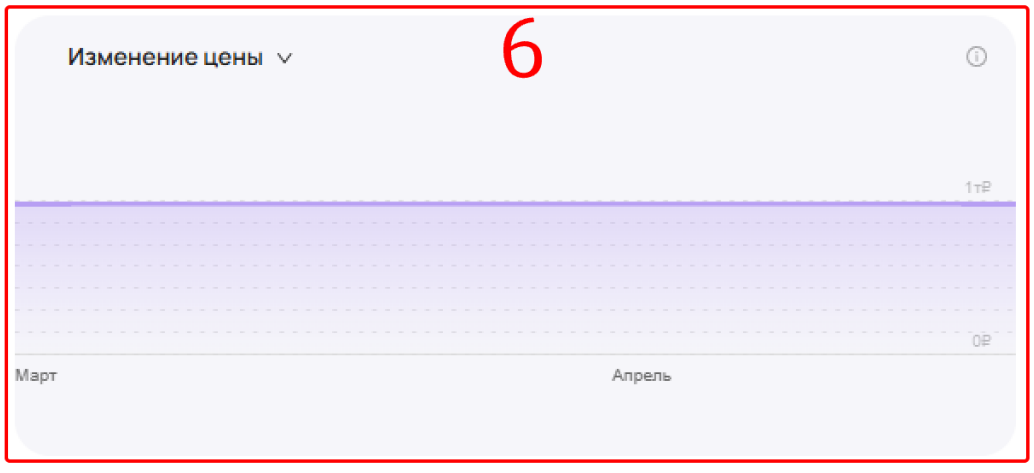
- **Оценивать прибыль:** анализировать показатели прибыли и рентабельности, чтобы определить успешность товара.

© 2026 ООО «Лайтстат». Все права защищены.

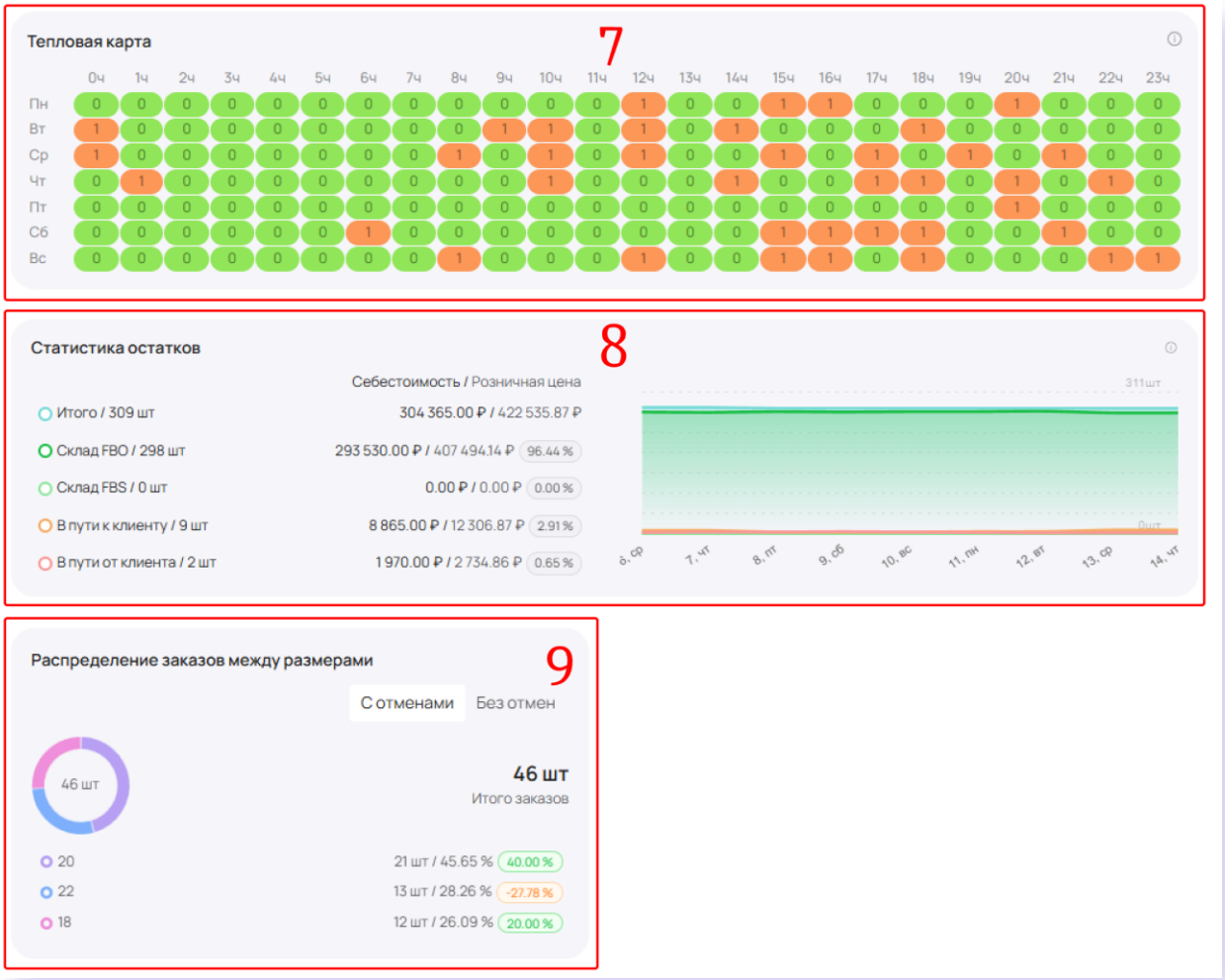
- **Контролировать расходы:** оценить возможность оптимизации затраты на логистику и рекламу.
- **Выявлять тренды** с помощью графиков для анализа динамики продаж и цен.

Элементы интерфейса





© 2026 ООО «Лайтстат». Все права защищены.



1. **Фильтр по параметрам** (размер): 18, 20, 22.
2. **Фильтр за период ручной**: задается произвольный промежуток дат через календарь.
3. **Показатели** — ключевые количественные метрики по товару за выбранный период. Динамика изменений в сравнении с прошлым периодом отображается в % по каждому показателю.
4. **График за выбранный период** — отражает динамику заказов товара за выбранный период по дням или по часам (только если выбран фильтр «сегодня»), имеет предустановленные фильтры:
   - фильтр заказов: в рублях, в штуках;
   - фильтр по параметрам: общее количество заказов, возвраты, реклама, прибыль.
5. **Рентабельность** — отображает динамику рентабельности.
6. **Изменение цены** — отображает динамику цены.
7. **Тепловая карта** — визуализирует активность заказов товара по дням недели и времени суток.
7. **Статистика остатков** — общая оценка остатков товара по параметрам:
   - Общее количество единиц товаров.
   - Себестоимость всех остатков.
   - Розничная стоимость всех товаров.
   - Статусы:
     - Склад FBO;

© 2026 ООО «Лайтстат». Все права защищены.

- Склад FBS;
- В пути: к клиенту, от клиента.

8. **Распределение заказов между размерами** (необязательный параметр, зависит от типа товара) — отображает распределение заказов товара по параметрам (размерам), учитывая общее количество и процентное соотношение параметра (размера) к общему количеству заказов; с фильтром: с отменой, без отмены.

2.5.1.2 Реклама

Вкладка **Реклама** помогает оценить, как платное продвижение влияет на продажи конкретного товара: сколько заказов пришло из рекламы, сколько стоили показы и клики, и какая доля выручки была потрачена на рекламные расходы.

Что можно делать?

1. **Оценить эффективность рекламных компании**, проанализировать окупается ли реклама по этому товару и какие кампании работают лучше.
2. **Оптимизировать бюджет**: снижать или отключать кампании с высоким CPA и ДРР, усиливать те, где реклама даёт заказы по приемлемой стоимости.
3. **Принимать стратегические решения**: оценивать, как меняются CTR, конверсии и ДРР при изменении ставок, креативов, и корректировать стратегию продвижения товара.

Элементы интерфейса





© 2026 ООО «Лайтстат». Все права защищены.

1. **Фильтр по параметрам** (размер): все размеры.
2. **Фильтр за период ручной**: задается произвольный промежуток дат через календарь.
3. **Затраты на рекламу** — диаграмма, отображающая соотношение общей суммы заказов и заказов по рекламным кампаниям, общий расход на рекламу, ДРР и ДРР от РК за выбранный период.
4. **Показатели** — ключевые количественные метрики рекламной кампании за выбранный период. Динамика изменений в сравнении с прошлым периодом отображается в % по каждому показателю.
5. **График за выбранный период** — визуализирует ключевые показатели рекламной кампании с фильтром. В зависимости от выбора режиме на графике отображаются:
   - в рублях: CPM, заказы, расходы;
   - в штуках: показы, клики, корзина, заказы;
   - в процентах: CTR, ДРР о РК, общая ДРР.
6. **Экспорт данных** — можно скачать архивные данные в формате **XLSX**.
7. **Данные по дням** — таблица, показывающая ежедневные изменения показателей с детализацией по каждой компании:
   - Дата/компания/артикул
   - Показы.
   - Клики.
   - Корзина.
   - Заказы.
   - Расходы.
   - CTR/CPC/CPM/CR/CPA.
   - ДРР и Общая ДРР.

Работа с подразделом

Для просмотра детальной информации по параметрам (размерам) нажмите **+** слева от даты рекламной кампании.



Дата/Кампания/Артикул	Показы	Клики	CTR	CPC	CPM	Корзина	Сумма заказов	Кол-во заказов
− 22.04.2026	793 шт	15 шт	1.89 %	8.49 ₽	160.67 ₽	5 шт	1 390.98 ₽	1 шт
[redacted]	0 шт	0 шт	0.00 %	0.00 ₽	0.00 ₽	3 шт	1 390.98 ₽	1 шт
[redacted]	793 шт	15 шт	1.89 %	8.49 ₽	160.67 ₽	2 шт	0.00 ₽	0 шт
+ 21.04.2026	594 шт	9 шт	1.52 %	8.49 ₽	128.59 ₽	5 шт	1 390.98 ₽	1 шт
+ 20.04.2026	458 шт	8 шт	1.75 %	8.30 ₽	144.97 ₽	5 шт	0.00 ₽	0 шт

Для просмотра ассоциированных заказов см. п. ***Ассоциированные заказы***.

2.5.1.3 Заказы

Подраздел **Заказы** показывает детальную предоставляет детальную аналитику по заказам конкретного товара — географию продаж, логистику отгрузок и финансовые результаты по каждой транзакции.

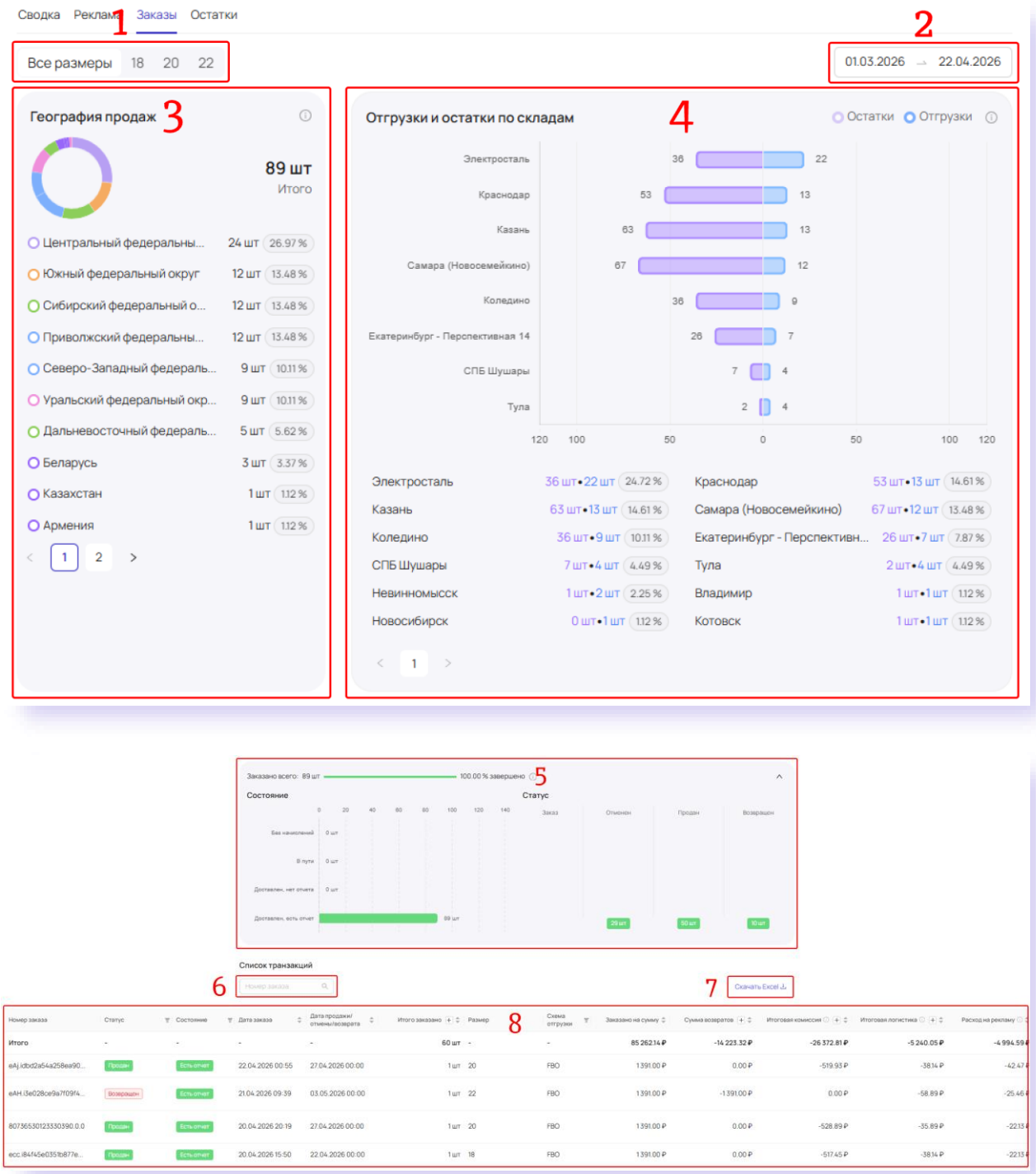
Что можно делать?

- **Анализировать** популярность товара в разных регионах.
- **Оценивать** эффективность работы отдельных складов.
- **Отслеживать** финансовые показатели по всем заказам.

© 2026 ООО «Лайтстат». Все права защищены.

- **Выявлять** закономерности, например, высокие продажи в одних регионах при низкой логистической доступности из-за удалённости складов.
- **Принимать** решения по оптимизации географии поставок и распределению товарных запасов.

Элементы интерфейса



1. **Фильтр по параметрам** (размер): 18, 20, 22.
2. **Фильтр за период ручной**: задается произвольный промежуток дат через календарь.

© 2026 ООО «Лайтстат». Все права защищены.

14. **География продаж** — отображает статистику по регионам, куда были отправлены заказы.
15. **Отгрузки и остатки по складам** — отображает статистику заказов по регионам и складам отгрузки.
16. **Состояние заказов** — отображает текущий статус обработки каждого заказа:
    - **Без начислений** — отменены до сборки. Такие заказы считаются завершёнными.
    - **В пути** — доставка в процессе. Комиссия и логистика рассчитываются по средним значениям.
    - **Доставлено, нет отчёта** — заказ доставлен, но отчёт ещё не получен. Комиссия известна, логистика — средняя.
    - **Доставлено, есть отчёт** — заказ полностью завершён, все данные фактические.
17. **Поиск** — поиск заказов по наименованию или артикулу.
18. **Экспорт данных** — можно скачать данные в формате **XLSX**.
19. **Список заказов** — таблица с детализированными денными по каждому заказу:
    - Фото и наименование товара.
    - Артикул.
    - Схема отгрузки.
    - Состояние:
        - Без начислений;
        - В пути;
        - Доставлено, нет отчёта;
        - Составлено, есть отчёт.
    - Итого количество заказов:
        - Заказано;
        - Отменено.
    - Итого сумма заказов.
    - Сумма возвратов:
        - Выкупаемость с учетом отмен;
        - Выкупаемость без отмен;
        - Кол-во возвратов.
    - Прибыль:
        - Комиссия;
        - Логистика;
        - Реклама;
        - Дополнительные расходы;
        - К выплате;
        - Себестоимость;
        - Сумма до НДС;
        - Невозвратный НДС;
        - Налогооблагаемая база;
        - Налог.
    - Рентабельность.
    - ДРР.
    - Склад отгрузки.

📌 Обратите внимание: Данные на графике отображаются в том же часовом поясе, который установлен на устройстве.

© 2026 ООО «Лайтстат». Все права защищены.

Работа с подразделом

Описание работы с виджетами «Состояние заказов», «География заказов» и «Отгрузки по складам» см. в разделе **Заказы**, п. ***РАБОТА С ПОДРАЗДЕЛОМ***.

1. **Виджет «Отгрузки и остатки по складам»**

Что делает?

Виджет помогает понять, как товар движется на складах маркетплейса.

- «Отгрузки» отображают, с каких складов и в каком объёме отправлялись заказы, а также долю каждого склада в общем объёме отгрузок.
- «Остатки» отображают текущие остатки товара по складам и их долю в общем остатке.

По этому виджету можно оценить:

- какие склады действительно обеспечивают продажи товара;
- где уже сосредоточены запасы, а где их может не хватить, если спрос вырастет.

2.5.1.4 Остатки

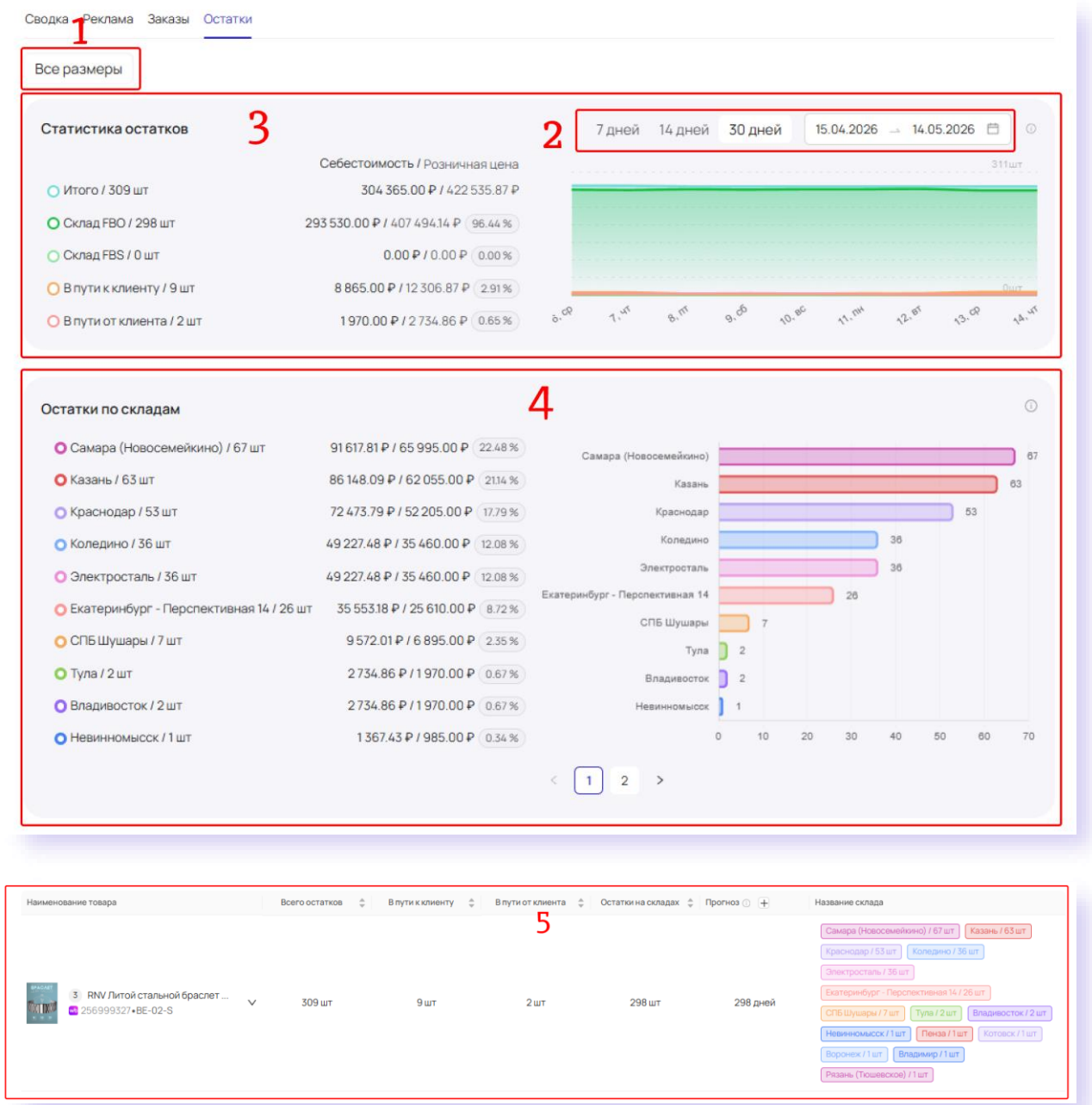
Подраздел Остатки помогает анализировать текущие запасы конкретного товара: где лежат остатки, сколько стоят, как распределены по складам и на сколько их хватит при текущей скорости продаж.

Что можно делать?

- **Контролировать запасы**: оценить, сколько товара лежит на складах, где он находится и хватает ли его для текущего спроса.
- **Планировать закупки**: принимать решения о пополнении запасов или сокращении поставок на основе прогноза и динамики остатков.
- **Оптимизировать складскую логистику**: анализировать распределение товара по складам, чтобы перенаправлять остатки туда, где спрос выше, и снижать риск затоваривания на «слабых» складах.

Элементы интерфейса

© 2026 ООО «Лайтстат». Все права защищены.



1. **Фильтр по параметрам** (размер): все размеры.
2. **Фильтр за период**:
   - предустановленный: 7, 14, 30 дней.
   - ручной: задается произвольный промежуток дат через календарь.
3. **Статистика остатков** — общая оценка склада по параметрам:
   - Общее количество единиц товаров.
   - Себестоимость всех остатков.
   - Розничная стоимость всех товаров.
   - Статусы:
     - Склад FBO;
     - Склад FBS;
     - В пути: к клиенту, от клиента.
4. **Остатки по складам** — распределение товаров по складам на текущую дату, отображает количество единиц товара на складе, себестоимость и розничную

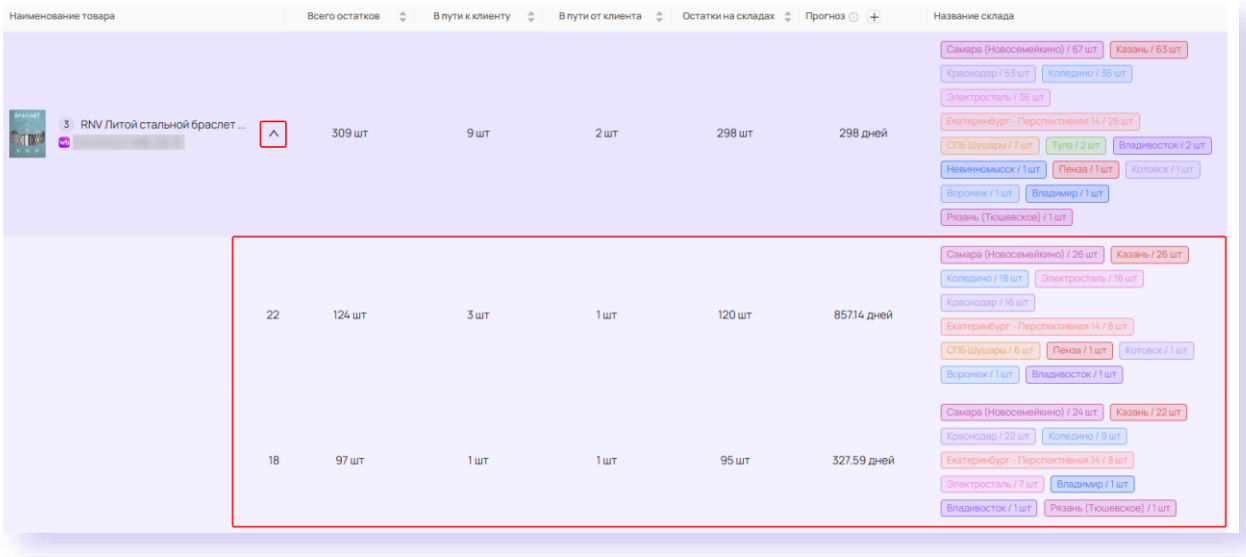
© 2026 ООО «Лайтстат». Все права защищены.

стоимость остатков, процентное соотношение запасов на складе от общего объёма. Визуализирует остатки в виде графика с фильтром по складам, отображает динамику за последний месяц.

8. **Таблица остатков** — отображает детальную информации об остатках по параметрам:
   - Наименование товара, артикулы поставщика и маркетплейса.
   - Общее количество товара.
   - В пути к клиенту.
   - В пути от клиента.
   - Остатки на складах.
   - Среднее количество заказав за выбранный период с фильтром:
     - 1 неделя;
     - 2 недели;
     - 3 недели;
     - 4 недели.
   - Прогноз текущих остатков исходя из средней скорости продаж и выбранного фильтра по периоду.
   - Название склада.

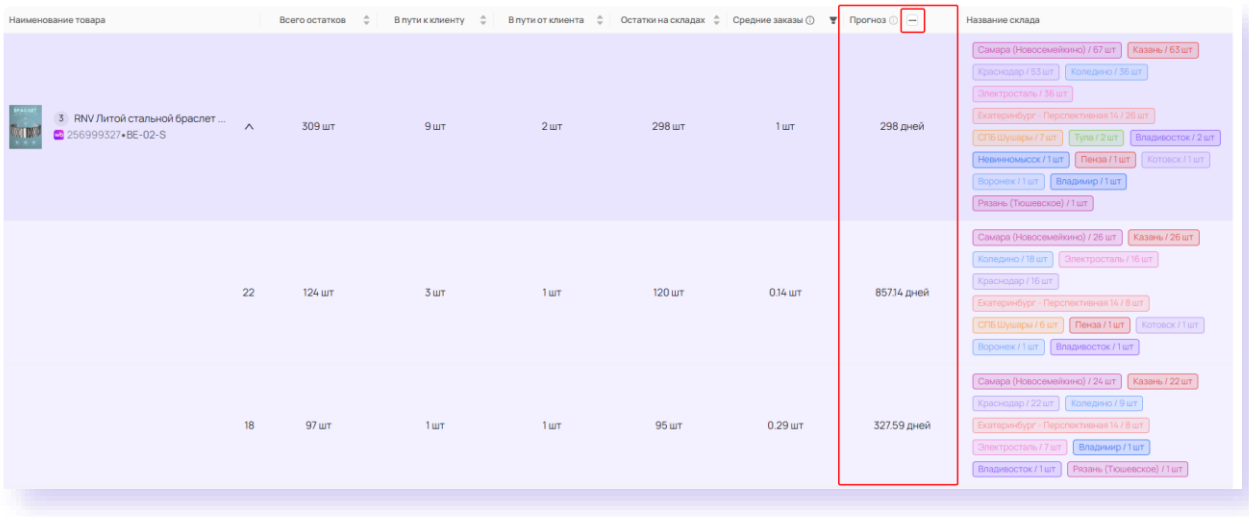
Как работать с подразделом?

Для просмотра деталей товара нажмите стрелку слева от наименования товара.



Для просмотра прогноза по конкретному товару и складов, на которых он размещен, нажмите + слева от колонки «Прогноз».

© 2026 ООО «Лайтстат». Все права защищены.



2.5.2 Объединение карточек товаров

Актуально для **Ozon и Wildberries**

Функциональность «Объединение карточек товаров» автоматизирует аналитику для объединённых карточек **Ozon**, экономит время, даёт полную статистику по вариациям товара и помогает эффективнее управлять продажами. Сервис группирует вариации товара (размеры, цвета, комплектации) по объединённым в **Ozon** карточкам и отображает суммарные показатели по отзывам, продажам и аналитике.

Проблемы, которые решает сервис:

- убирает громоздкость списка товаров в аналитике;
- объединяет отзывы и рейтинги для повышения доверия и конверсии;
- упрощает планирование рекламы (анализ по группам, а не по отдельным SKU);
- улучшает навигацию в данных — все вариации видны в одной карточке.

Лайтстат не меняет данные в аккаунте **Ozon**, а считывает уже созданные вами объединения в личном кабинете и агрегирует статистику по ним. Вы получаете единую картину по всем вариациям без ручного подсчёта.

Как это работает?

1. **Отображение объединённых товаров.**

Пример: В **Ozon** объединены короткие красные и синие шорты размеров (S/M/L) и длинные зеленые шорты размеров (S/M/L) в одну карточку с выбором модели, цвета и размера. В Лайтстат отобразится три отдельные карточки: «короткие синие шорты» (размеры S/M/L), «короткие красные шорты» (размеры S/M/L) и «длинные зеленые шорты» (размеры S/M/L). Таким образом, размеры внутри модели и цвета суммируются, а разные цвета сохраняются отдельными строками.

2. **Единое название и счётчик**.

Объединённая карточка сохраняет наименование одного из товаров и добавляет счётчик, показывающий, сколько SKU входит в группу. При необходимости можно раскрыть карточку и посмотреть каждую вариацию отдельно.

3. **Корректная аналитика**.

© 2026 ООО «Лайтстат». Все права защищены.

В тех разделах, где важно анализировать суммарные показатели (например, **Средние данные**, **Заказы**, **Архив**, остатки в карточке товара и на складах), показатели по объединённым товарам суммируются. Там, где важен анализ каждой SKU (например, **ABC-анализ** или **Себестоимость**), система сохраняет раздельный учёт, чтобы оценивать маржинальность конкретных размеров.

4. **Унификация интерфейса для Ozon и Wildberries**.

Работа с функциональностью

1. **Ничего настраивать не нужно**, группировка включена автоматически. В разделе «Товары», «Заказы», «Склад» карточки **Ozon** будут отображаться с иконкой счётчика, если в группе несколько SKU.
2. **Ориентируйтесь на название и счётчик**: система использует одно из названий товаров и добавляет количество вариаций в группе. Кликните на строку, чтобы раскрыть список и увидеть отдельные SKU.
3. **Проверяйте остатки**: в объединённой карточке отображаются суммарные остатки. Если нужно информация о конкретной вариации, раскройте группу и выберите нужный товар.
4. **Учтите нюансы рекламы**: реклама в **Ozon** настраивается на конкретную SKU, а не на группу. Однако группировка помогает перейти в **Аналитику карточки товара** и увидеть общие данные по всем вариациям.

Как найти объединенную карточку?

Для поиска используйте общую для всех вариаций часть «Артикула поставщика».

Пример: в объединенную карточку включены SKU с артикулами поставщика:

- R-S21-1S-M18;
- R-S21-1S-M20;
- R-S21-1S-M22;
- R-S21-1S-M24.

2.6 Блок Управленческая отчетность

Блок **Управленческая отчетность** — это внутренняя финансовая отчётность бизнеса, необходимая для эффективного управления. Она включает в себя актуальную информацию о положении дел в компании, помогает собственнику оценить её финансовое состояние и грамотно распоряжаться ресурсами.

Блок состоит из пяти разделов:

1. Главная — сводный экран состояния бизнеса за выбранный период.
2. **Отчет маркетплейса** — предназначен для полного раскрытия информации о доходах и расходах, связанных только с продажами на маркетплейсах, чтобы вы могли увидеть, сколько заработали за определённый период по добавленному магазину.
3. **Расходы и доходы** — внешние расходы и доходы бизнеса.
4. **PnL отчет** (прибыли и убытки) - Отчет объединяет данные по всем добавленным магазинам и подтягивает данные из раздела «Внешние расходы и доходы», что помогает видеть полную картину бизнеса за указанный период.
5. **Управленческий баланс** — это внутренний отчет о финансовом состоянии компании, который может составляться 1 раз в неделю/месяц/квартал/год, частота зависит от масштабов организации и целей формирование отчетов.

© 2026 ООО «Лайтстат». Все права защищены.

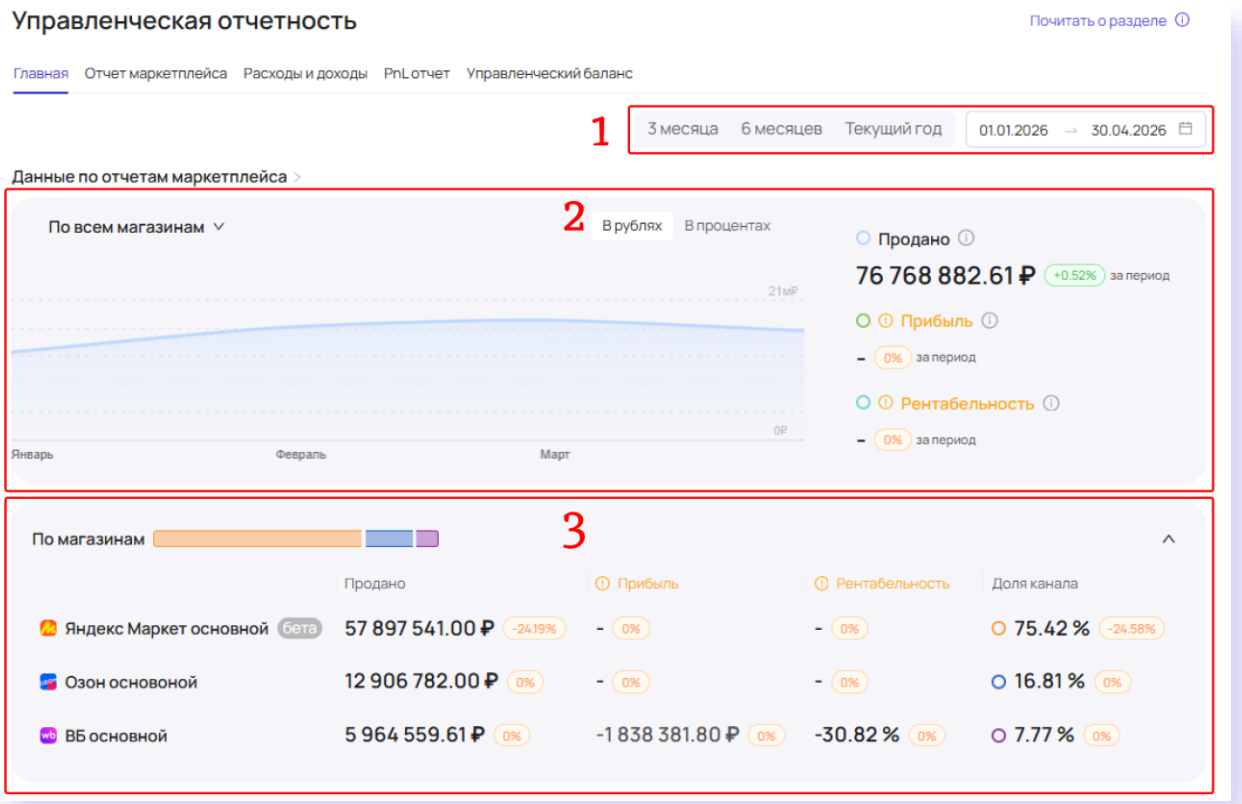
Что можно делать?

- **Контролировать финансовое состояние**:
  - Понимать, получил ли бизнес прибыль или ушел в убыток за выбранный период.
  - Оценка ключевых метрик: продажи, возвраты, расходы на логистику, комиссии и удержания.
- **Анализировать внешние расходы и доходы**:
  - Учет внешних расходов: от затрат на зарплату до аренды офиса.
  - Полный анализ финансовых потоков для выявления издержек и источников прибыли.
- **Формировать отчеты**:
  - Автоматическое формирование отчета маркетплейсов (**Wildberries** и **Ozon**), включая полную прозрачность сформированной прибыли на основе детализации данных и сравнение периодов.
  - Удобный инструмент фиксации внешних расходов и доходов бизнеса
  - Автоматическое создание PnL отчета на основе двух разделов (**Отчет маркеплейса** и **Расходы и доходы**)
  - Балансовый отчет помогают понять структуру активов и пассивов бизнеса.

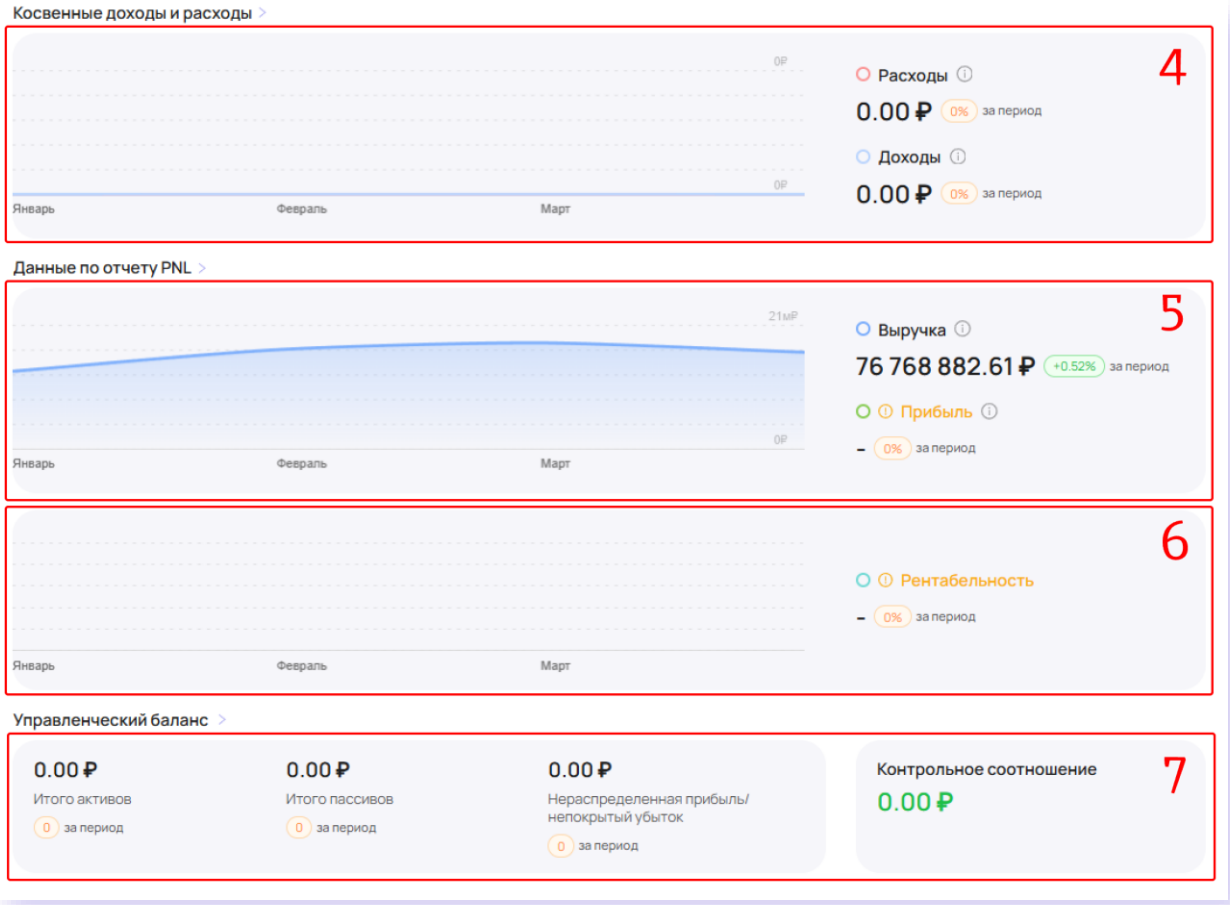
2.6.1 Главная

Раздел **Главная** — это сводный экран для быстрой оценки состояния бизнеса за выбранный период. Здесь собраны ключевые показатели продаж, прибыли, рентабельности, а также блоки с косвенными доходами/расходами, PnL и управленческим балансом.

Элементы интерфейса



© 2026 ООО «Лайтстат». Все права защищены.



1. **Фильтр за период**
   - предустановленный: 3 месяца, 6 месяцев, текущий год;
   - ручной: задается произвольный промежуток дат через календарь.
2. **Данные по отчётам маркетплейса с динамикой за период**:
   - фильтр по магазинам: все магазины, **Ozon**, **Wildberries**, **Яндекс Маркет**.
   - метрики: продано, прибыль, рентабельность.
3. **По магазинам** — разбивка по магазинам по параметрам:
   - Доля в продажах;
   - Продано;
   - Прибыль;
   - Рентабельность.
4. **Косвенные доходы и расходы** — график динамики расходов и доходов, которые вы ведёте в разделе **Расходы и доходы**.
5. **Данные по отчёту PnL** — сводные данные по выручке, прибыли и рентабельности.
6. **Управленческий баланс** — короткий итог по активам, пассивам, нераспределённой прибыли/непокрытому убытку и контрольному соотношению.

2.6.2 Отчет маркетплейса

Раздел **Отчет маркетплейса** предназначен для детального анализа доходов и расходов, связанных с продажами на маркетплейсах. Он отображает, сколько заработано за определенный период согласно отчетам маркетплейсов.

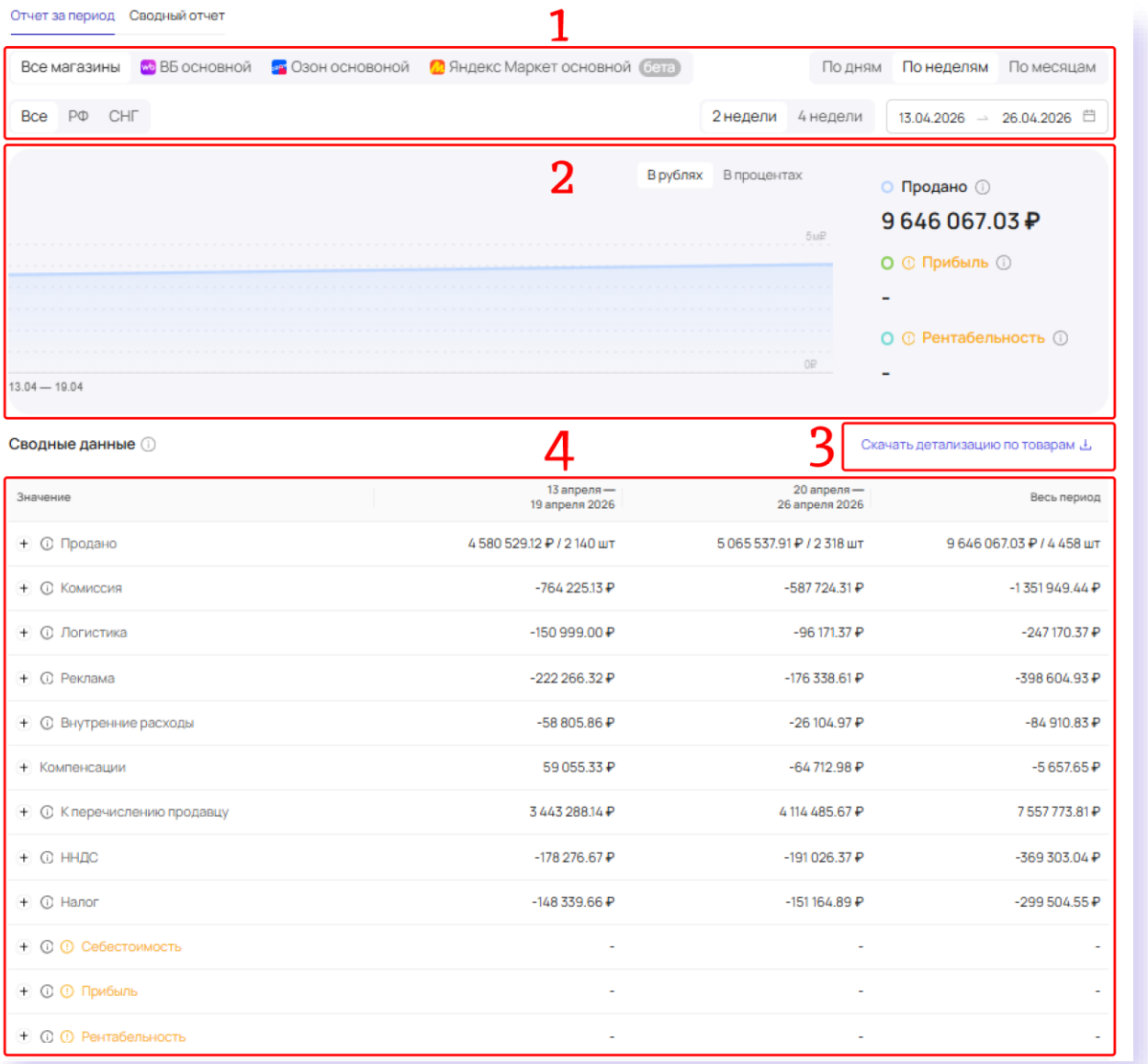
Раздел включает два подраздела:

© 2026 ООО «Лайтстат». Все права защищены.

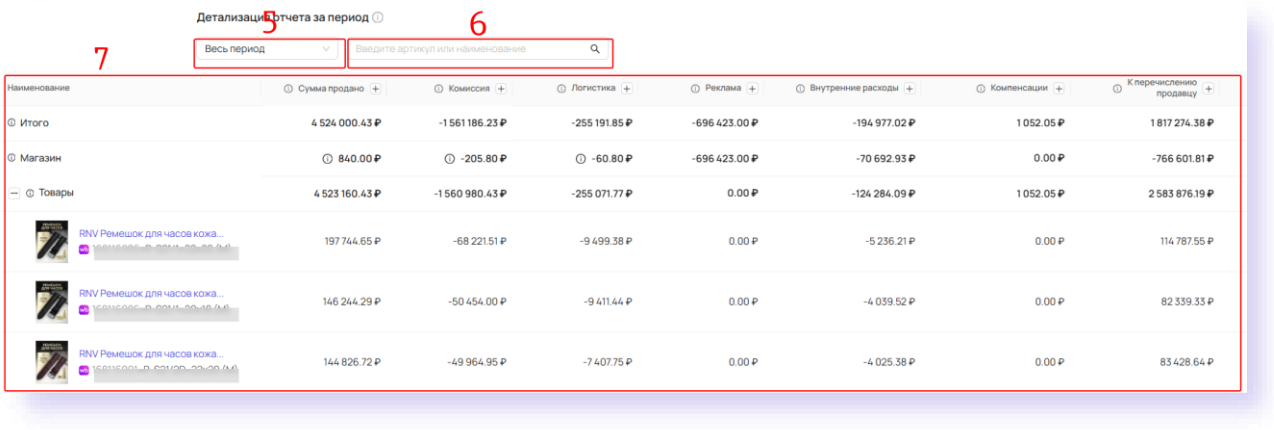
1. **Отчёт за период** — детализированная информация о продажах, возвратах и внутренних расходах за выбранный промежуток времени.
2. **Сводный отчёт** — агрегированные данные по финансовым результатам за месяц или год.

2.6.2.1 Отчёт за период

Подраздел предназначен для оперативного анализа финансовых данных за конкретный период.



© 2026 ООО «Лайтстат». Все права защищены.



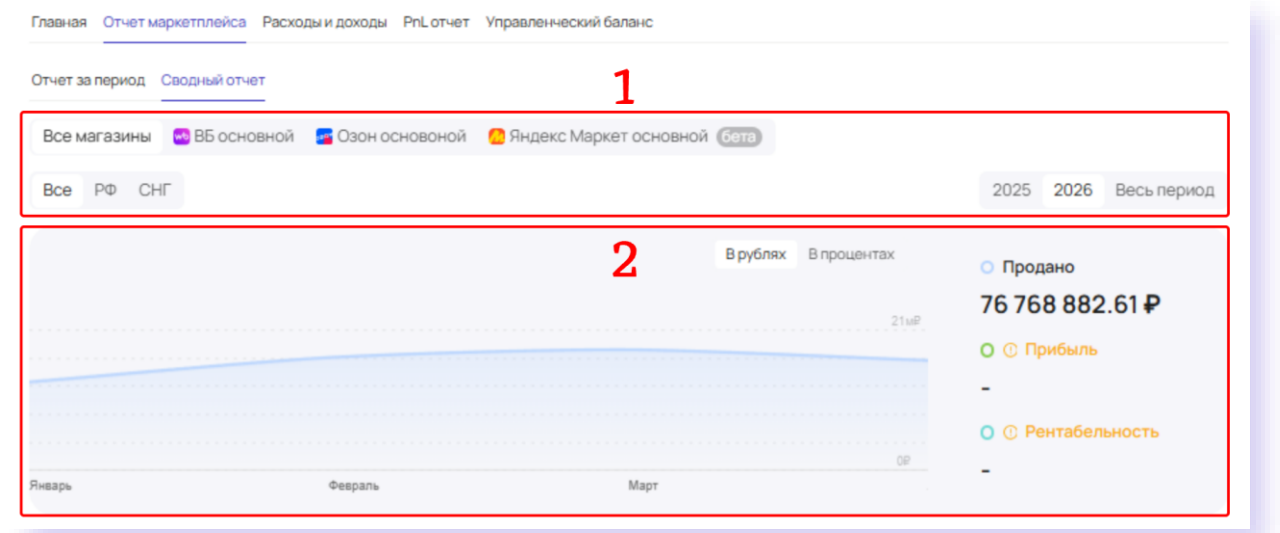
1. **Фильтры**
   - **по магазинам:** все магазины, **Ozon**, **Wildberries**, **Яндекс Маркет**;
   - **по региону:** все, РФ, СНГ;
   - **предустановленные:**
     - по дням: 7 дней, 14 дней, 28 дней;
     - по неделям: 2 недели, 4 недели;
     - по месяцам: 3 месяца, 6 месяцев, текущий год;
     - ручной: задается произвольный промежуток дат через календарь.
2. **График** динамики продаж и прибыли с фильтром: в рублях, в процентах.
3. **Экспорт данных** — можно скачать данные в формате **XLSX.**
4. **Таблица** ключевых финансовых показателей с детализацией по каждому магазину:
   - Продано:
     - Отмены;
     - Продажи;
     - Возвраты;
     - Выкупаемость.
   - Комиссия:
     - Комиссия за продажи;
     - Комиссия за возвраты;
     - Доля комиссии от Продано.
   - Логистика:
     - Логистика за продажи;
     - Логистика за возвраты;
     - Логистика за отмены;
     - Доля логистики от Продано.
   - Внутренние расходы и доходы.
   - К перечислению продавцу.
   - Себестоимость.
   - Налогооблагаемая база.
   - Прибыль.
   - Рентабельность.
5. **Фильтр** по периоду таблицы: весь период; за каждый месяц.
6. **Поиск** — поиск по артикулу или наименованию товара**.**
7. **Таблица детализации отчета по каждому товару за период.**

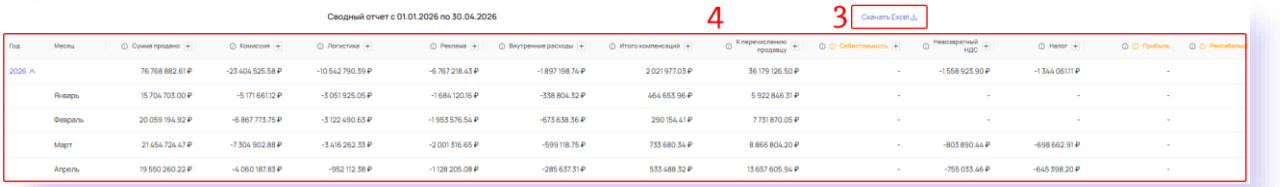
© 2026 ООО «Лайтстат». Все права защищены.

2.6.2.2 Сводный отчёт

Подраздел отображает агрегированные данные за более длительные периоды — месяц или год, что позволяет анализировать динамику бизнеса и выявлять сезонные колебания.

Элементы интерфейса





1. **Фильтры**
   - **по магазинам:** все магазины, **Ozon**, **Wildberries**, **Яндекс Маркет**;
   - **по региону:** все, РФ, СНГ;
   - **по периодам**: 2025, 2026, весь период.
2. **График** динамики продаж и прибыли с фильтром: в рублях, в процентах.
3. **Экспорт данных** — можно скачать данные в формате **XLSX.**
4. **Таблица** ключевых финансовых показателей с детализацией по каждому магазину (аналогично подразделу **Отчёт за период**, но за более крупные временные промежутки).

Как работать с отчётами?

1. **Продажи по РФ и СНГ**

Маркетплейсы формируют два типа отчётов: основной (РФ) и выкупной (СНГ). Для проведения аналитики по продажам их приходится скачивать и сравнивать самостоятельно.

Сервис **Лайтстат** автоматизирует этот процесс: сохраняет исходную структуру отчёта маркетплейса, но добавляет фильтр по территории, позволяя в один клик увидеть отдельно РФ, СНГ или общую картину.

Отчёт отображается в двух видах:

© 2026 ООО «Лайтстат». Все права защищены.

- **Свернутый** — кратко показывает основные суммы за период (выручка, комиссия, логистика, расходы, перечисление продавцу, себестоимость, прибыль). По клику на строку можно раскрыть детали: как распределилась комиссия на продажи и возвраты, сколько стоила логистика за продажи и отмены, какова доля тех или иных расходов.
- **Развёрнутый** — каждая строка делится на подкатегории. Например, в российском отчёте в блоке «Внутренние расходы и доходы» отображаются расходы на рекламу («продвижение с оплатой за заказ», «оплата за клик», «звёздные товары», «продвижение бренда»), платную приёмку, логистику между складами, штрафы и другие удержания. В отчёте СНГ большинство этих полей будет нулевыми.

Почему в отчёте СНГ некоторые строки нулевые?

Wildberries и **Ozon** используют разные схемы работы с зарубежными заказами. При продаже в СНГ товар выкупается маркетплейсом: продавец получает выплату по фиксированному коэффициенту, а дальнейшая реализация и маркетинг происходят от имени площадки. В таких условиях маркетплейс не списывает с продавца расходы на рекламу, хранение, эквайринг и другие услуги. Эти затраты остаются на стороне **Wildberries** или **Ozon** и не попадают в отчёт для селлера, поэтому блок «Внутренние расходы и доходы» в выкупных отчётах заполняется нулём.

Рекламные кампании для продвижения товаров в РФ будут отображены в основном отчёте. Продвижение за пределы России маркетплейсы обычно берут на себя: после выкупа товар принадлежит площадке, и продавец уже не может управлять его продвижением.

Что даёт разделение отчёта?

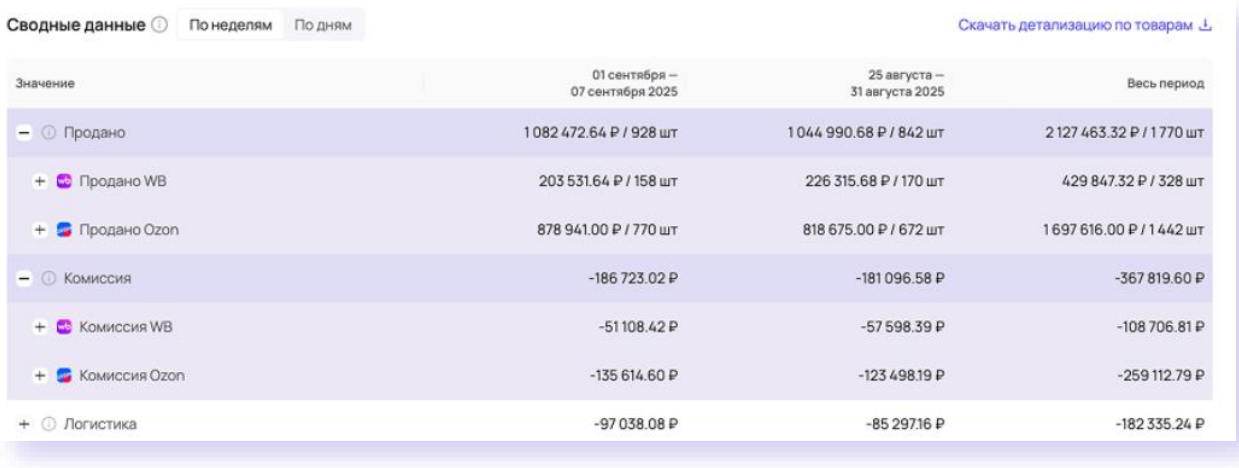
- **Честная оценка прибыли**: раздельный отчёт показывает, какуая часть выручки уходит на комиссию и логистику в каждом регионе. Это помогает решить, стоит ли продолжать продажи за границу или сосредоточиться на российском рынке.
- **Контроль за витриной**: если продажи в СНГ убыточны, можно временно отключить товары для зарубежных заказов, не трогая российский ассортимент. Обратное тоже верно: если рентабельность за рубежом выше, есть смысл нарастить поставки.
- **Упрощение бухгалтерии**: нет необходимости вручную разделять продажи на внутренние и зарубежные: **Лайтстат** сам определяет, к какому типу относится каждая транзакция и формирует отчёт для налогового учёта.
- **Гибкость выгрузок**: можно скачать отдельный отчет для РФ и для СНГ, или общий, чтобы поделиться с командой или бухгалтером. Структура и названия колонок не меняются, поэтому отчёт легко сопоставлять с первичными документами маркетплейса.

2. **Фильтр «Все магазины» в Отчете маркетплейса**

Для продавцов, у которых несколько магазинов

Фильтр значительно упрощает анализ, т.к. агрегирует данные по всем магазинам, без необходимости переключаться между несколькими вкладками. Все данные сгруппированы по магазинам, при необходимости можно открыть конкретный магазин.

© 2026 ООО «Лайтстат». Все права защищены.



Сводные данные | По неделям | По дням — Скачать детализацию по товарам

Значение	01 сентября – 07 сентября 2025	25 августа – 31 августа 2025	Весь период
Продано	1 082 472.64 ₽ / 928 шт	1 044 990.68 ₽ / 842 шт	2 127 463.32 ₽ / 1 770 шт
Продано WB	203 531.64 ₽ / 158 шт	226 315.68 ₽ / 170 шт	429 847.32 ₽ / 328 шт
Продано Ozon	878 941.00 ₽ / 770 шт	818 675.00 ₽ / 672 шт	1 697 616.00 ₽ / 1 442 шт
Комиссия	-186 723.02 ₽	-181 096.58 ₽	-367 819.60 ₽
Комиссия WB	-51 108.42 ₽	-57 598.39 ₽	-108 706.81 ₽
Комиссия Ozon	-135 614.60 ₽	-123 498.19 ₽	-259 112.79 ₽
Логистика	-97 038.08 ₽	-85 297.16 ₽	-182 335.24 ₽

Как работает выбор периода?

- Можно выбрать периоды сравнения **по дням** или **по неделям**.
- В зависимости от выбранного периода, данные в таблице группируются по дням или неделям.
- **Фильтр дат** показывает только те периоды, по которым есть отчёты во всех магазинах.

Примеры:

- Если отчёт по **Wildberries** загружается еженедельно, а по **Ozon** ежедневно, то для просмотра отчёта за два дня фильтр предложит только даты, где данные есть по обеим площадкам.
- Если один магазин добавлен в январе, а второй — в марте, то минимальная дата для выбора — март.

2.6.3 Расходы и доходы

Раздел **Расходы и доходы** предназначен для учета всех внешних финансовых операций, которые не связаны напрямую с продажами на маркетплейсах. Эти операции автоматически попадают в PnL-отчёт и влияют на прибыль по бизнесу в целом.

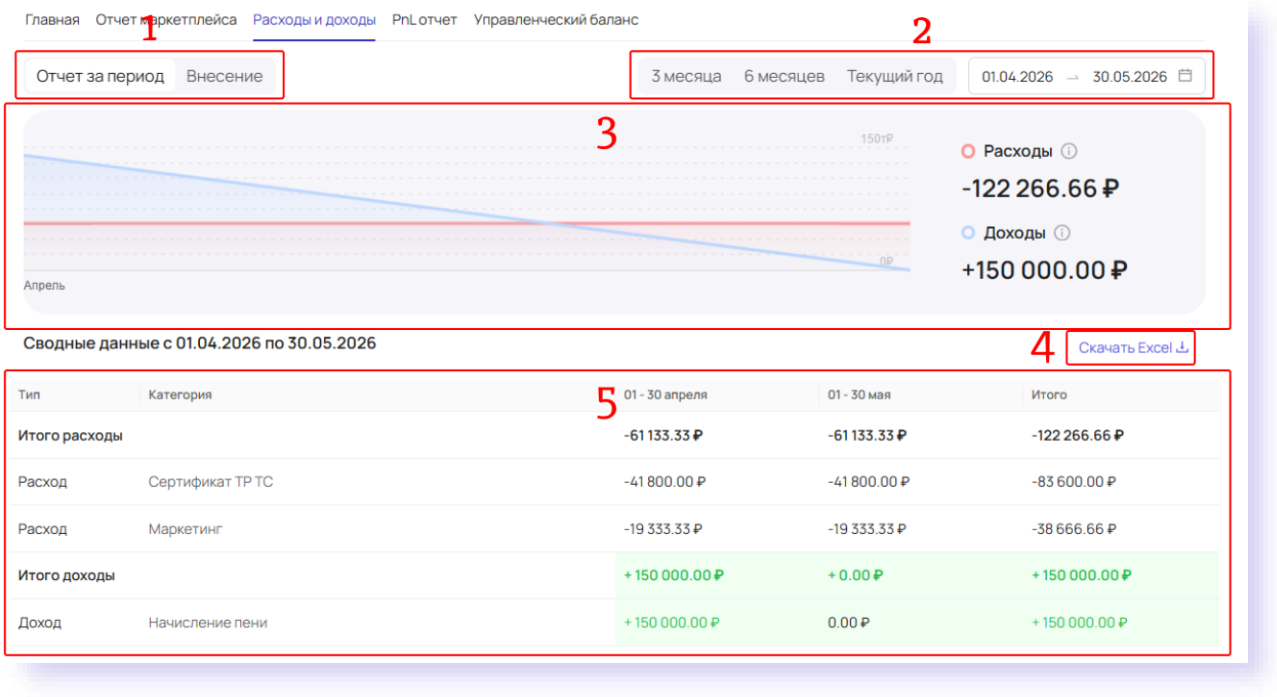
Раздел состоит из двух подразделов:

1. Отчёт за период — отчет по затратам за период.
2. Внесение — рабочая область для добавления и редактирования операций.

2.6.3.1 Отчёт за период

Элементы интерфейса

© 2026 ООО «Лайтстат». Все права защищены.



1. **Переключение между режимами**: просмотр отчёта и внесение данных.
2. **Фильтр за период**
   - предустановленный: 3 месяца, 6 месяцев, текущий год;
   - ручной: задается произвольный промежуток дат через календарь.
3. **График** динамики расходов и доходов.
4. **Экспорт данных** — можно скачать данные в формате **XLSX** (сводная таблица).
5. **Таблица сводных данных за выбранный период** по типу, категории, временному диапазону и итоговой сумме.

2.6.3.2 Внесение

Рабочая область для внесения и редактирования операций по внешним расходам и доходам.

Что добавлять?

Внешние доходы:

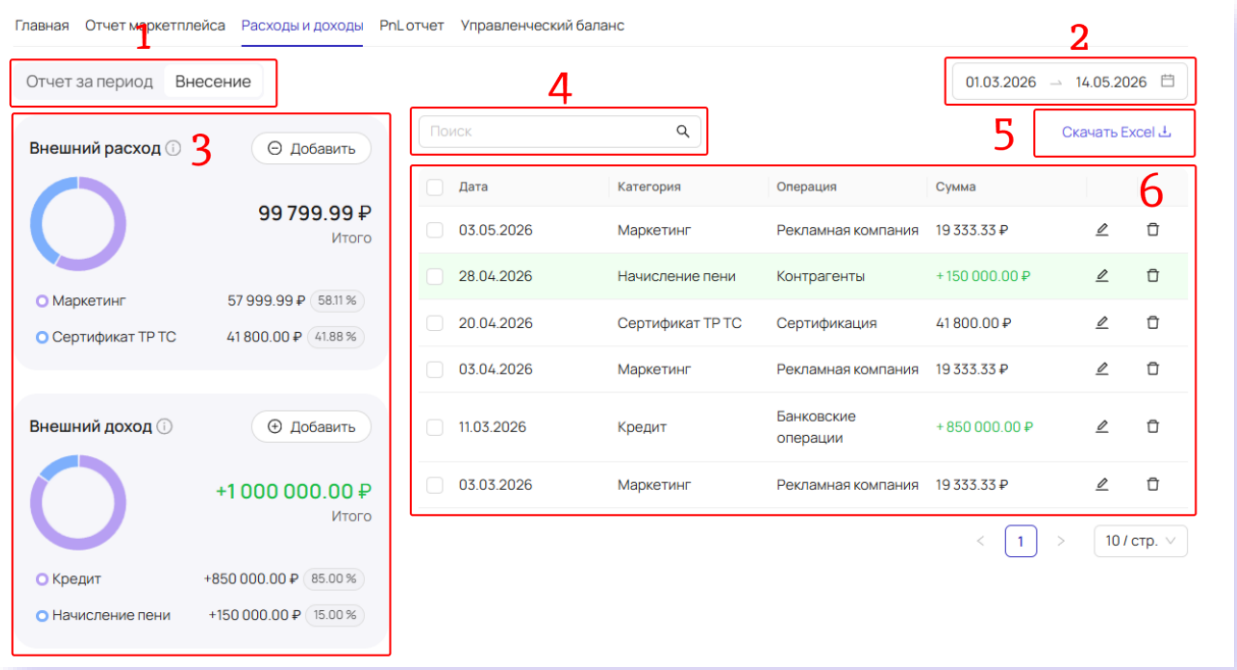
- зарплаты, аренда, бухгалтерия, юр-сопровождение;
- проценты по кредитам;
- услуги подрядчиков (фотосъёмка, инфографика, интеграции и т. п.);
- внеторговые доходы (опт, субсидии и т. п.).

Не добавлять (уже есть в отчётах маркетплейса):

- комиссия/логистика маркетплейса;
- реклама внутри маркетплейса;
- удержания/штрафы маркетплейса.

Элементы интерфейса

© 2026 ООО «Лайтстат». Все права защищены.

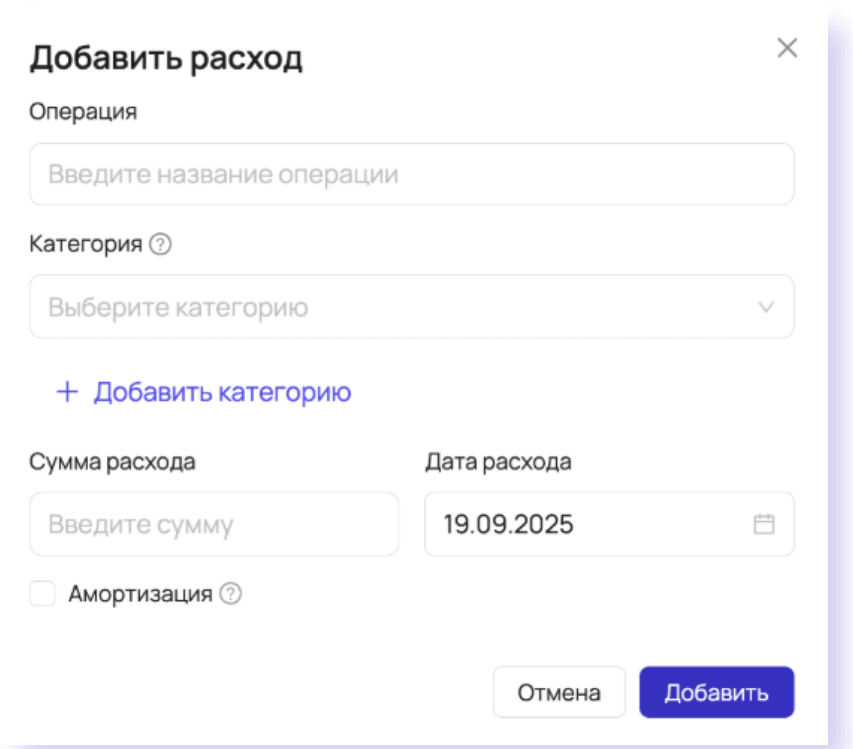


1. **Переключение между режимами**: просмотр отчёта и внесение данных.
2. **Фильтр за период:** задается произвольный промежуток дат через календарь.
3. **Диаграммы** «Внешний расход» и «Внешний доход».
4. **Поиск** — поиск по таблице.
5. **Экспорт данных** — можно скачать данные в формате **XLSX** (таблица со списком операций за выбранный период с фильтром).
6. **Таблица операций**: дата, категория, операция, сумма, действия (редактировать/удалить).

Как добавить операцию?

1. Выберите нужный блок и нажмите **+Добавить**.
2. Заполните поля:
   - **Операция** — краткое название (например, «Зарплата», «Инфографика»).
   - **Категория** — выберите из списка или нажмите **Добавить категорию** (категории можно переиспользовать).
   - **Сумма** и **Дата**.
   - **Амортизация** (опционально) — укажите число месяцев, и система автоматически распределит сумму помесячно.
3. Нажмите **Сохранить**.

© 2026 ООО «Лайтстат». Все права защищены.



2.6.4 PnL отчет

Раздел **Прибыль и убытки (P&L)** показывает итоговый финансовый результат бизнеса: выручку, расходы и прибыль по всем магазинам в одном месте, что позволяет оценить эффективность бизнеса.

📌 Обратите внимание: Если нужно разобраться с конкретной площадкой (**Wildberries** или **Ozon**), см. п. ***ОТЧЕТ МАРКЕТПЛЕЙСА***, PnL отражает общую картину.

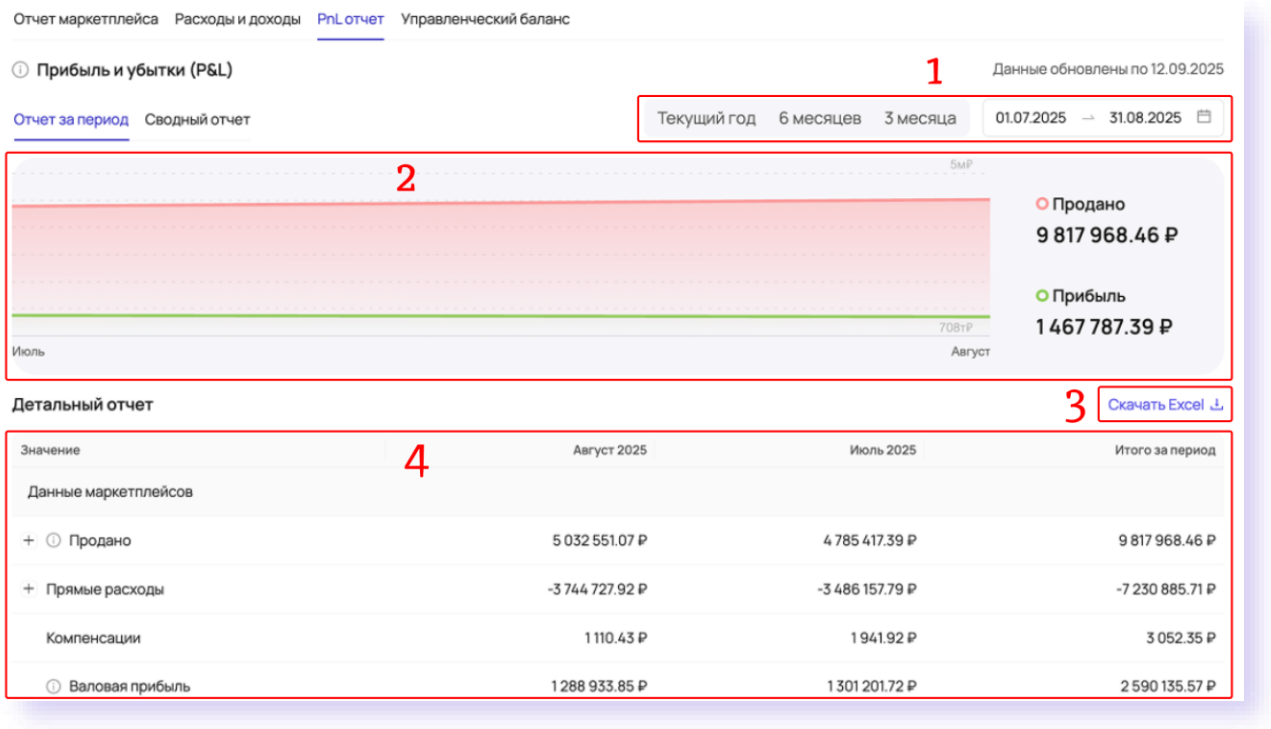
Раздел состоит из двух подразделов:

1. **Отчёт за период** — детальный анализ за выбранный промежуток времени (месяц, квартал, произвольный диапазон).
2. **Сводный отчёт** — динамика по месяцам и годам с возможностью переключения между годами и быстрым экспортом в **XLSX**.

2.6.4.1 Отчёт за период

Элементы интерфейса

© 2026 ООО «Лайтстат». Все права защищены.

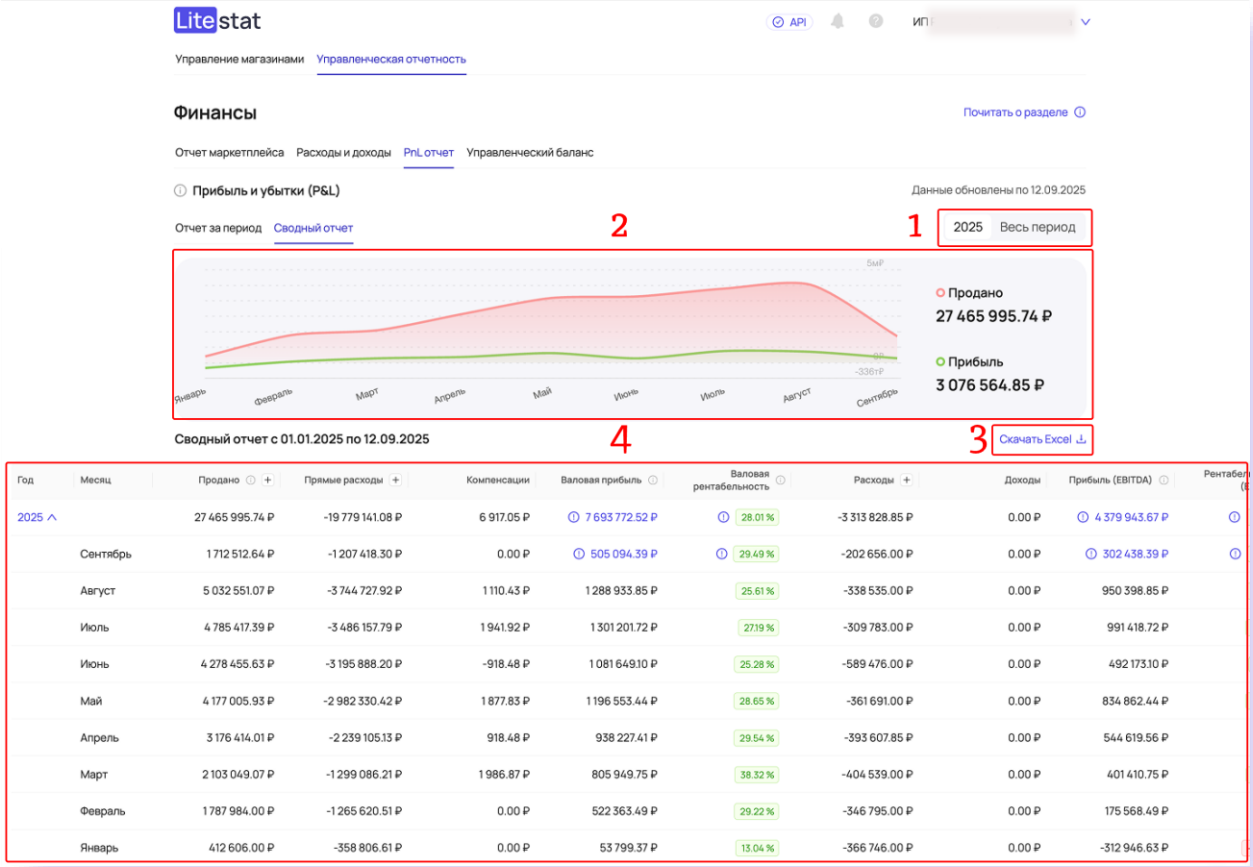


1. **Фильтр за период**
   - предустановленный: 3 месяца, 6 месяцев, текущий год;
   - ручной: задается произвольный промежуток дат через календарь.
2. **График** динамики продаж и прибыли.
3. **Экспорт данных** — можно скачать данные в формате **XLSX**.
4. **Таблица детального отчета**:
   - Данные маркетплейсов:
     - Продано;
     - Прямые расходы;
     - Компенсации;
     - Валовая прибыль и Валовая рентабельность.
   - Косвенные расходы и доходы (стати из раздела **Доходы и Расходы**).
   - С учётом налогов (налог без налога на зарплату, налог по УСН).

2.6.4.2 Сводный отчёт

Элементы интерфейса

© 2026 ООО «Лайтстат». Все права защищены.



Год	Месяц	Продано	Прямые расходы	Компенсации	Валовая прибыль	Валовая рентабельность	Расходы	Доходы	Прибыль (EBITDA)	Рентабел
2025		27 465 995.74 ₽	-19 779 141.08 ₽	6 917.05 ₽	7 693 772.52 ₽	28.01 %	-3 313 828.85 ₽	0.00 ₽	4 379 943.67 ₽	
	Сентябрь	1 712 512.64 ₽	-1 207 418.30 ₽	0.00 ₽	505 094.39 ₽	29.49 %	-202 656.00 ₽	0.00 ₽	302 438.39 ₽	
	Август	5 032 551.07 ₽	-3 744 727.92 ₽	1 110.43 ₽	1 288 933.85 ₽	25.61 %	-338 535.00 ₽	0.00 ₽	950 398.85 ₽	
	Июль	4 785 417.39 ₽	-3 486 157.79 ₽	1 941.92 ₽	1 301 201.72 ₽	27.19 %	-309 783.00 ₽	0.00 ₽	991 418.72 ₽	
	Июнь	4 278 455.63 ₽	-3 195 888.20 ₽	-918.48 ₽	1 081 649.10 ₽	25.28 %	-589 476.00 ₽	0.00 ₽	492 173.10 ₽	
	Май	4 177 005.93 ₽	-2 982 330.42 ₽	1 877.83 ₽	1 196 553.44 ₽	28.65 %	-361 691.00 ₽	0.00 ₽	834 862.44 ₽	
	Апрель	3 176 414.01 ₽	-2 239 105.13 ₽	918.48 ₽	938 227.41 ₽	29.54 %	-393 607.85 ₽	0.00 ₽	544 619.56 ₽	
	Март	2 103 049.07 ₽	-1 299 086.21 ₽	1 986.87 ₽	805 949.75 ₽	38.32 %	-404 539.00 ₽	0.00 ₽	401 410.75 ₽	
	Февраль	1 787 984.00 ₽	-1 265 620.51 ₽	0.00 ₽	522 363.49 ₽	29.22 %	-346 795.00 ₽	0.00 ₽	175 568.49 ₽	
	Январь	412 606.00 ₽	-358 806.61 ₽	0.00 ₽	53 799.37 ₽	13.04 %	-366 746.00 ₽	0.00 ₽	-312 946.63 ₽	

1. **Фильтр за период**: 2025, весь период.
2. График динамики продаж и прибыли.
3. **Экспорт данных** — можно скачать данные в формате **XLSX**.
4. **Таблица сводного отчёта** за выбранный период.

Формулы расчёта в PnL-отчёте:

- Продано = Сумма продаж − Сумма возвратов.
- Прямые расходы = Логистика + Комиссия + Внутренние расходы МП + Себестоимость.
- Валовая прибыль = Продано − Прямые расходы + Компенсации.
- Валовая рентабельность (%) = Валовая прибыль / Продано × 100.
- Прибыль (EBITDA) = Валовая прибыль + Косвенные доходы − Косвенные расходы.
- Рентабельность (EBITDA) (%) = Прибыль (EBITDA) / Продано × 100.
- Итоговая прибыль = Прибыль (EBITDA) − Налог (без налогов на ЗП) - Налог по УСН.
- Итоговая рентабельность (%) = Итоговая прибыль / Продано × 100.

Как работать с подразделом?

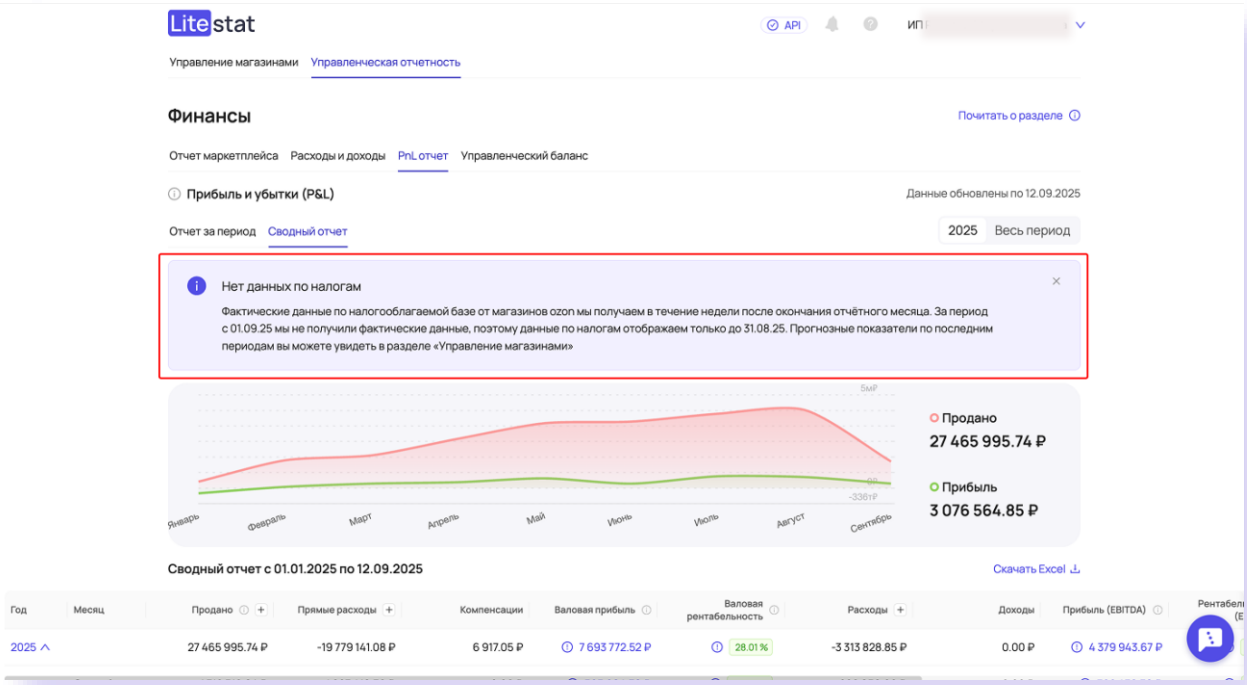
- **Фильтры периода**. Используйте быстрые пресеты («3 месяца», «6 месяцев» и т. д.) или задавайте произвольный диапазон дат, чтобы быстро проанализировать динамику.
- **Интерактивность**: раскрывайте строки в таблице, чтобы видеть детали (например, разбивку по категориям расходов). Скрывайте ненужные строки для компактного вида.

© 2026 ООО «Лайтстат». Все права защищены.

- **Экспорт данных**: если нужно провести дополнительный анализ, воспользуйтесь выгрузкой в **XLSX**. В выгруженной таблице доступны данные для дальнейшей работы.
- **Понимание налогов**: имейте в виду, что данные по налогам обновляются с задержкой. Если вы видите предупреждение, это нормально, фактические показатели будут подтянуты после получения данных от маркетплейсов, но прогнозные посмотреть можно, они отмечены иконкой i.

Особенности расчёта налогов

Маркетплейс **Ozon** передаёт фактическую налоговую базу с задержкой — примерно в течение недели после окончания отчётного месяца. Поэтому в PnL-отчёте для текущего месяца НДС/УСН будут отображаться только по последнему закрытому периоду. Для текущего месяца отобразится предупреждение «Нет данных по налогам».



2.6.5 Управленческий баланс

Раздел **Управленческий баланс** содержит внутренний отчёт, который позволяет владельцу бизнеса видеть текущее финансовое состояние компании, понимать, какие активы и пассивы у него есть, и отслеживать динамику их изменения.

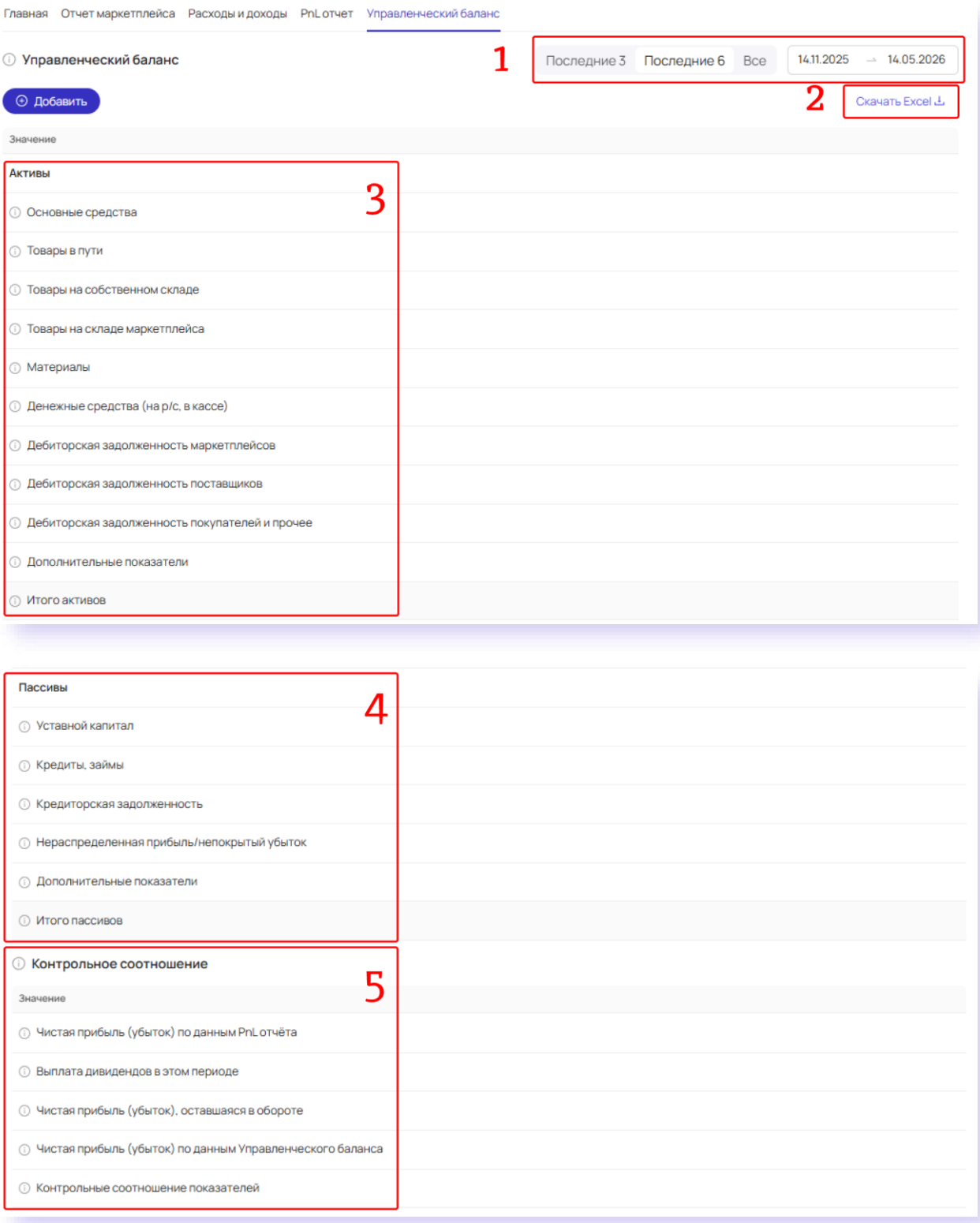
Отличие от стандартных бухгалтерских отчётов заключается в том, что этот баланс формируется для удобства управления бизнесом, а не для налоговой отчетности.

Что можно делать?

- Оценить общее финансовое состояние бизнеса.
- Понять, за счёт каких ресурсов формируются активы.
- Контролировать прибыль или убытки за период.
- Проверять корректность данных с помощью контрольного соотношения.
- Выявлять финансовые проблемы на ранних стадиях.

Элементы интерфейса

© 2026 ООО «Лайтстат». Все права защищены.



1. **Фильтр за период**:
   - **предустановленный**: последние 3, последние 6, все.
   - **ручной**: задается произвольный промежуток дат через календарь.
2. **Экспорт данных** — можно скачать данные в формате **XLSX**.
3. **Активы**.
4. **Пассивы**.
5. **Контрольное соотношение**.

© 2026 ООО «Лайтстат». Все права защищены.

Активы — чем владеет компания и какие у нее есть финансовые ресурсы.

- Основные средства — оборудование, техника и другие долгосрочные активы.
- Товары в пути — товары, находящиеся в процессе поставки.
- Товары на складе маркетплейса — остатки на складах маркетплейсов.
- Денежные средства (на расчетном счете, в кассе) — наличные и деньги на счетах.
- Дебиторская задолженность — суммы, которые должны маркетплейсы, поставщики или клиенты.
- Дополнительные показатели — прочие активы.

Пассивы — отражают, за счёт чего формируются активы, т.е. за счёт собственных или заемных средств.

- Уставный капитал — сумма, внесенная владельцами бизнеса.
- Кредиты, займы — привлеченные средства.
- Кредиторская задолженность — обязательства перед поставщиками, сотрудниками.
- Нераспределенная прибыль / непокрытый убыток — итоговый финансовый результат бизнеса.

Как заполнять Управленческий баланс?

Основной вопрос: откуда брать данные?

- Обороты и остатки по расчетному счету — смотрим в банке.
- Остатки товаров — из раздела **Склад**.
- Дебиторскую задолженность — из отчетов маркетплейсов.
- Кредиты и займы — фиксируем на основе банковских выписок.
- Кредиторскую задолженность — суммы задолженностей перед поставщиками, маркетплейсами.
- Нераспределённую прибыль — расчетный показатель на основе PnL отчета.

Как работает Контрольное соотношение?

Контрольное соотношение — это проверка корректности управленческой отчётности.

Оно сравнивает:

1. Чистую прибыль по данным **PnL отчета.**
2. Чистую прибыль по данным **Управленческого баланса.**

Если эти показатели равны, значит, отчёт заполнен корректно. Если нет — значит, где-то есть ошибка (например, не учтен вывод средств на личные нужды).

Пример:

Исходные данные:

- Активы на 01.01.2024: 900 000 руб.
- Пассивы на 01.01.2024: 900 000 руб.
- Нераспределенная прибыль: 70 000 руб.
- Активы на 01.02.2024: 1 000 000 руб.
- Пассивы на 01.02.2024: 1 000 000 руб.
- Нераспределенная прибыль: 100 000 руб.
- Чистая прибыль по PnL: 100 000 руб.
- Вывод средств: 70 000 руб.

© 2026 ООО «Лайтстат». Все права защищены.

Расчёт:

- Чистая прибыль, оставшаяся в обороте = 100 000 - 70 000 = 30 000 руб.
- Чистая прибыль по данным балансового отчета = 100 000 - 70 000 = 30 000 руб.
- Контрольное соотношение = 0 (значит, отчёт заполнен верно).

© 2026 ООО «Лайтстат». Все права защищены.