**Введение**

Ни для кого не секрет, что в настоящее время экономика функционирует по законам рынка. Каждое предприятие в таких условиях ведет абсолютно самостоятельную политику и только на нем лежит ответственность за результаты его деятельности.

В современных условиях рынок предъявляет к каждому субъекту финансово-хозяйственной деятельности достаточно жесткие условия, а проблемы в экономике лишь усугубляют и без того тяжелое положение многих предприятий. Чтобы выжить и успешно функционировать в таких условиях, предприятию уже недостаточно просто производить продукцию в максимально возможном объеме, выполняя свои внутренние планы, важно эту продукцию затем еще и реализовать. А ведь в условиях жесткой конкурентной борьбы выживает только то предприятие, которое сможет предложить рынку качественную продукцию по более низкой цене, чем у конкурентов.

Цена продукции зависит не только от затрат на ее производство, но и от затрат на ее транспортировку, складирование, реализацию и т.д. Снижая эти затраты, мы снижаем себестоимость, повышая таким образом свою прибыль. Именно этими вопросами (и не только ими) занимается распределительная логистика, внедрению принципов которой на практике и посвящена данная курсовая работа.

Объектом исследования выступает система распределения продукции на предприятии ООО ПКФ «Консалекс».

 Предметом исследования является задачи и функции распределительной логистики.

Целью данной курсовой работы является исследование задач и функций распределительной логистики.

Исходя из поставленной, цели необходимо решить следующие задачи:

1. Раскрыть теоретические особенности распределительной логистики, её задачи и функции.

2. Проанализировать реализацию задач и функций распределительной логистики на предприятии ООО ПКФ «Консалекс». Проанализировать финансовое состояние ООО ПКФ «Консалекс», дать анализ системы распределения продукции на данном предприятии.

3. Внести предложение и дать рекомендации по оптимизации системы распределения продукции.

При выполнении работы были использованы данные предприятия ООО ПКФ «Консалекс», а также методы исследования: изучение научной, отечественной, зарубежной литературы, а также обобщение, прогнозирование и анализ. Проводился анализ финансового состояния предприятия по данным бухгалтерской отчетности, анализ распределения продукции по экономическим и производственным показателям.

Теоретическая значимость работы заключается в том, чтобы доказать, что снижая затраты на производство, транспортировку, складирование, реализацию и т.д., мы снижаем себестоимость продукции, повышая таким образом прибыль.

Практическая значимость заключается в том, что содержание курсовой работы может быть полезно для ознакомления и внедрения на практике приведенных рекомендаций по оптимизации системы распределения продукции.

При написании работы были использованы источники: «Логистика: Учебник» Аникина Б.А.;«Логистика. Основы теории» Семененко С.И.; «Стратегическое управление логистикой» Сток Д.Р.; «Логистика в сфере распределения» Николайчука В.Е. и пр.

Структура работы соответствует поставленным задачам и состоит из введения, теоретической главы, практической главы, заключения, глоссария, списка использованных источников и приложений.

**1. Теоретическая глава. Теоретические особенности распределительной логистики. Функции и задачи распределительной логистики**

**1.1 Основные понятия распределительной логистики**

**логистика продукция распределение**

Логистика происходит от греческого слова «logistike», что означает «искусство вычислять, рассуждать». История возникновения и развития практической логистики уходит далеко в прошлое.

Известно, что еще в период Римской империи существовали служители, которые носили титул «логисты» или «логистики»; они занимались распределением продуктов питания. По мнению ряда западных ученых, логистика выросла в науку благодаря военному делу. Создателем первых научных трудов по логистике принято считать французского военного специалиста начала XIX в. Джомини, который дал такое определение логистики: «практическое искусство маневра войсками». Он утверждал, что логистика включает не только перевозки, но и широкий круг вопросов, таких, как планирование, управление и снабжение, определение места дислокации войск, а также строительство мостов, дорог и т.д.

Однако как военная наука логистика сформировалась лишь к середине XIX века. Логистика стала активно применяться в период второй мировой войны. Четкое взаимодействие военной промышленности, тыловых и фронтовых снабженческих баз и транспорта позволило своевременно и систематически обеспечивать американскую армию поставками вооружения, горюче-смазочных материалов и продовольствия в нужных количествах. Вот почему во многих западных странах логистику поставили на службу эффективности управления материальными потоками в экономике. Как и другие методы прикладной математики, логистика постепенно стала переходить из военной области в сферу хозяйственной практики. Первоначально она оформилась как новый вид теории о реализации управления движением товарно-материальных ресурсов в сфере обращения, а затем и производства.

В предпринимательской деятельности, экономической и научной литературе зарубежные специалисты выделяют два принципиальных направления в определении логистики. Одно из них связано с функциональным подходом к товародвижению, т. е. управлением всеми физическими операциями, которые необходимо выполнять при доставке товаров от поставщика к потребителю. Другое направление характеризуется более широким подходом: кроме управления товаро-движенческими операциями, оно включает анализ рынка поставщиков и потребителей, координацию спроса и предложения на рынке товаров и услуг, а также осуществляет гармонизацию интересов участников процесса товародвижения.[1]

Логистика, с одной стороны, — это планирование, управление и контроль поступающего на предприятие, обрабатываемого там и покидающего это предприятие потока материальной продукции и соответствующего ему информационного потока.

Многие специалисты исследуемой области отдают предпочтение экономической стороне логистики и трактуют ее как совокупность различных видов деятельности с целью получения с наименьшими затратами необходимого количества продукции в установленное время и в установленном месте, в котором существует конкретная потребность в данной продукции.

Логистика, кроме того, определяется как некая система, выработанная для каждого предприятия с целью оптимального, с точки зрения получения прибыли, ускорения движения материальных ресурсов и товаров внутри и вне предприятия, начиная от закупок сырья и материалов, прохождения их через производство и кончая поставками готовых изделий потребителям, включая связывающую эти задачи информационную систему.

В ряде определений логистики подчеркивается ее оперативно-финансовый аспект. В них трактовка логистики исходит из времени расчета партнеров по сделке и деятельности, связанной с движением и хранением сырья, полуфабрикатов и готовых изделий в хозяйственном обороте с момента уплаты денег поставщику до момента получения денег за доставку конечной продукции потребителю. В других определениях логистики находят отражение взгляды специалистов, акцентирующих внимание на отдельных функциях в рассматриваемом циклеОбобщая вышеизложенные определения логистики, ее можно охарактеризовать как науку управления материальными потоками от первичного источника до конечного потребителя с минимальными издержками, связанными с товародвижением и относящимся к нему потоком информации.[10]

 В современных условиях западные специалисты выделяют несколько видов логистики: логистику, связанную с обеспечением производства материалами (закупочная логистика); производственную логистику; сбытовую (маркетинговую, или распределительную, логистику). Выделяют также и транспортную логистику, которая, в сущности, является составной частью каждого из трех видов логистики. Неотъемлемой частью всех видов логистики является также обязательное наличие логистического информационного потока, включающего в себя сбор данных о товарном потоке, их передачу, обработку и систематизацию с последующей выдачей готовой информации. .[16]

В логистической цепи (см.Приложение А) выделяют следующие главные звенья: поставка материалов, сырья и полуфабрикатов; хранение продукции и сырья; производство товаров; распределение, включая отправку товаров со склада готовой продукции; потребление готовой продукции.

Каждое звено логистической цепи включает свои элементы, что в совокупности образует материальную основу логистики. К материальным элементам логистики относятся транспортные средства и обустройства, складское хозяйство, средства связи и управления. Логистическая система, естественно, охватывает кадры, т.е. тех работников, которые выполняют все последовательные операции.[5]

Усложнение производства и обострение конкуренции в 90-х гг. прошлого столетия потребовали более точной увязки логистики со стратегическими целями фирм, а также активизации роли логистики в повышении гибкости фирм, их способности быстро реагировать на рыночные сигналы. В связи с этим главной задачей логистики стала разработка тщательно взвешенного и обоснованного предложения, которое способствовало бы достижению наибольшей эффективности работы фирмы, повышению ее рыночной доли и получению преимуществ перед конкурентами. Разумеется, ориентация на минимизацию издержек остается в силе, как об этом уже отмечалось выше, но лишь при условии нахождения оптимального уровня сочетания издержек и рентабельности основного и оборотного капитала, задействованного в рамках рыночной стратегии.[20]

Одна из основных задач логистики заключается также в создании интегрированной эффективной системы регулирования и контроля материальных и информационных потоков, обеспечивающей высокое качество поставки продукции. С этой задачей самым тесным образом сопряжено решение таких проблем, как: соответствие друг другу материальных и информационных потоков; контроль за материальным потоком и передача данных о нем в единый центр; определение стратегии и технологии физического перемещения товаров; разработка способов управления операциями движения товаров; установление норм стандартизации полуфабрикатов и упаковки; определение объема производства, транспортировки и складирования; расхождение между намеченными целями и возможностями закупки и производства.

В соответствии с современными задачами логистики различают два вида ее функций: оперативные и координационные. Оперативный характер функций связан с непосредственным управлением движением материальных ценностей в сфере снабжения, производства и распределения и, по существу, мало, чем отличается от функций традиционного материально-технического обеспечения. К функциям в сфере снабжения относится управление движением сырья и материалов, отдельных частей или запасов готовой продукции от поставщика или пункта их приобретения к производственным предприятиям, складам или торговым хранилищам. В фазе производства функцией логистики становится управление запасами, включающее контроль движения полуфабрикатов и компонентов через все стадии производственного процесса, а также перемещение готовой продукции на оптовые склады и розничные рынки сбыта. Функции управления распределением продукции охватывают оперативную организацию потоков конечной продукции от предприятия-производителя к потребителям.[11]

К числу функций логистической координации относятся: выявление и анализ потребностей в материальных ресурсах различных фаз и частей производства; анализ рынков, на которых действует предприятие, и прогнозирование поведения других источников этих рынков; обработка данных, касающихся заказов и потребностей клиентуры.

В реальной экономике системы логистики в рамках различных производственных объединений по объективным причинам находятся на различных стадиях, или уровнях развития. Существуют отдельные стадии, через которые функции логистики неизбежно должны пройти, прежде чем они достигнут высокого уровня развития. Анализ ведущих промышленных компаний различных капиталистических стран позволил выявить в их рамках четыре последовательные стадии развития логистических.

 Для первой стадии развития логистики характерен ряд следующих моментов. Компании работают на основе выполнения сменно-суточных плановых заданий, форма управления логистикой наименее совершенна. Область действий логистической системы обычно охватывает организацию хранения готовой продукции, отправляемой с предприятия, и ее транспортировку. (см.Приложение Б).

Система действует по принципу непосредственного реагирования на ежедневные колебания спроса и сбои в процессе распределения продукции. Работу системы логистики на данной стадии ее развития в компании обычно оценивают величиной доли затрат на транспортировку и другие операции по распределению продукции в общей сумме выручки от продажи.

Для компаний, имеющих системы логистики второго уровня развития, характерно управление потоком производимых предприятиями товаров от последнего пункта производственной линии до конечного потребителя. Контроль системы логистики распространяется на следующие функции: обслуживание заказчика, обработка заказов, хранение готовой продукции на предприятии, управление запасами готовой продукции, перспективное планирование работы системы логистики. При выполнении этих задач используются компьютеры, однако, соответствующие информационные системы не отличаются, как правило, высокой сложностью. Работа логистической системы оценивается исходя из сопоставления данных сметы расходов и реальных затрат.

Системы логистики третьего уровня контролируют логистические операции от закупки сырья до обслуживания конечного потребителя продукции. К дополнительным функциям таких систем относятся: доставка сырья на предприятие, прогнозирование сбыта, производственное планирование, добыча или закупка сырья, управление запасами сырья или незавершенного производства, проектирование систем логистики. Единственная сфера, которая не контролируется менеджером по логистике, — это повседневное управление предприятием. Работа системы оценивается не путем сравнения затрат прошлого года или сметы расходов, а сравнивается со стандартом качества обслуживания. При этом компании стремятся повысить производительность системы, а не сократить затраты, как это характерно для систем второго уровня. Управление осуществляется не по принципу непосредственного реагирования, а основано на планировании упреждающих воздействий.

Число компаний, использующих логистические системы четвертого уровня развития, пока еще невелико. Область действий логистических функций здесь в основном аналогична той, что характерна для систем логистики третьей стадии развития, но с одним важным исключением. Такие компании интегрируют процессы планирования и контроля операций логистики с операциями маркетинга, сбыта, производства и финансов. Интеграция способствует увязке часто противоречивых целей различных подразделений компании. Управление системой осуществляется на основе долговременного (более одного года) планирования. Работа системы оценивается с учетом требований международных стандартов. Компании осуществляют свою деятельность, как правило, на глобальном уровне, а не только на национальном или региональном. Они производят продукцию для мирового рынка и управляют частью мировых систем производства и распределения, предусматривая оптимизацию расходов и удовлетворение требований заказчиков. Управление функциями глобального распределения, а также потоком материалов и информации предъявляет новые, повышенные требования к менеджерам логистики. Усиливается потребность в привлечении других фирм («третьих участников» — таможенных и экспедиционных агентств, банков) к участию в логистических процессах.

Практический опыт работы фирм в разных странах мира показал, что восхождение от низшей стадии развития систем логистики к более высоким происходит как постепенно, так и — при возникновении благоприятных условий — скачкообразно. Такими условиями могут быть слияние предприятий, новый режим управления, политические инициативы (например, принятие закона о свободной торговле).

В последние годы в странах с развитой рыночной экономикой развитие логистики характеризуется передачей функций контроля над распределением готовой продукции от производственных фирм к специализированным фирмам, т. е. внешним агентам. Эта тенденция проявилась сначала в Западной Европе и Японии и позже в США. Ожидается, что развитие данной тенденции приведет к значительным изменениям в организации работы по перемещению продукции.

Логистика по контракту, или с применением третьего участника, предполагает привлечение самостоятельной оптовой фирмы для выполнения ею всех или части функций компании по распределению продукции, включая транспортировку, хранение, управление запасами, обслуживание заказчика и создание информационных систем логистики. В этом — одно из проявлений непрерывного процесса углубления общественного разделения труда. Включение в систему логистики специализированных фирм обусловлено, во-первых, тем, что они располагают таким опытом работы в сфере реализации услуг, который отсутствует в производственной фирме; во-вторых, стремлением последней сократить свои накладные расходы и сконцентрироваться на основных производственных прибыльных функциях. Большинство из существующих специализированных компаний логистики образовалось путем отпочкования отделов логистики от крупных корпораций. Другая их часть возникла путем реорганизации некоторых транспортных компаний, взявших на себя такие функции, как, например, упаковка, сборка, маркировка, сортировка, хранение, управление запасами, стратегическое планирование распределения продукции.

Развитие логистических систем осуществляется во взаимосвязи с эволюцией концепции логистики и ее принципов, формировавшихся в странах с рыночной экономикой в течение весьма длительного времени. .[9]

Термин «распределение», использованный в названии изучаемой функциональной области логистики, имеет широкое применение как в науке, так и в практике.

В логистике под распределением понимается физическое, ощутимое, вещественное содержание этого процесса. Закономерности, связанные с распределением прав собственности, здесь также принимаются во внимание, однако не они являются основным предметом исследования и оптимизации. Главным предметом изучения в распределительной логистике является рационализация процесса физического распределения имеющегося запаса материалов. Как упаковать продукцию, по какому маршруту направить, нужна ли сеть складов (если да, то какая?), нужны ли посредники — вот примерные задачи, решаемые распределительной логистикой.

Логистика изучает и осуществляет сквозное управление материальными потоками, поэтому решать различные задачи распределительного характера, то есть делить что-либо между кем-либо, здесь приходится на всех этапах:

- распределяются заказы между различными поставщиками при закупке товаров;

- распределяются грузы по местам хранения при поступлении на предприятие;

- распределяются материальные запасы между различными участками производства;

- распределяются материальные потоки в процессе продажи и т. д.

Для того чтобы очертить границы распределительной логистики, необходимо рассмотреть схему процесса воспроизводства капитала, который, как известно, имеет три стадии (рис. 1).

Рисунок. 1 - Процесс воспроизводства капитала и функциональные области логистики

Как видно из рис.1, материальные потоки становятся объектом распределительной логистики на стадии распределения и реализации готовой продукции.

Понятие распределительной логистики легко сформировать на основе общего определения понятия логистики. Вспомним, что логистика определяется как наука (деятельность) о сквозном управлении материальными потоками, включающими в себя:

1. Доведение материального потока до производства:
2. Управление процессом прохождения потока внутри производства.
3. Управление процессом доведения готовой продукции до потребителя.

Специфика логистики заключается в объединении управления материальным потоком на названных трех участках, а также внутри каждого из них, в «одних руках».

Распределительная логистика изучает последний этап (не в отрыве, а в глубокой системной взаимосвязи с предыдущими этапами), то есть представляет собой науку (деятельность) о планировании, контроле и управлении транспортированием, складированием и другими материальными и не материальными операциями, совершаемыми в процессе доведения готовой продукции до потребителя в соответствии с интересами и требованиями последнего, а также передачи, хранения и обработки соответствующей информации.[12]

Принципиальное отличие распределительной логистики от традиционных сбыта и продажи заключается в следующем:

- подчинение процесса управления материальными и информационными потоками целям и задачам маркетинга;

- системная взаимосвязь процесса распределения с процессами производства и закупок (в плане управления материальными потоками);

- системная взаимосвязь всех функций внутри самого распределения.

Определение распределительной логистики формулируется следующим образом: распределительная логистика — это комплекс взаимосвязанных функций, реализуемых в процессе распределения материального потока между различными оптовыми покупателями, то есть в процессе оптовой продажи товаров.

Процесс розничной продажи в логистике, как правило, не рассматривается. Эффективность этого процесса в основном зависит от факторов, лежащих за пределами логистики, например, от знания психологии покупателей, от умения оформить торговый зал, организовать рекламу и т. п. Рациональная организация материальных потоков в процессе розничной продажи, конечно же, необходима, но здесь значимость ее гораздо ниже, чем на более ранних стадиях движения материального потока.

Необходимо уточнить, что сказанное выше относится не к процессу розничной торговли в целом, который включает в себя и оптовую закупку и розничную продажу, а только к розничной продаже, то есть к обслуживанию покупателя. .[14]

**1.2 Задачи распределительной логистики**

Распределительная логистика охватывает весь комплекс задач по управлению материальным потоком на участке поставщик — потребитель, начиная от момента постановки задачи реализации и заканчивая моментом выхода поставленного продукта из сферы внимания поставщика. При этом основной удельный вес занимают задачи управления материальными потоками, решаемые в процессе продвижения уже готовой продукции к потребителю.

Состав задач распределительной логистики на, микро- и макроуровне различен.

На уровне предприятия, то есть на микроуровне, логистика ставит и решает следующие задачи:

1. Планирование процесса реализации.
2. Организация получения и обработки заказа.
3. Выбор вида упаковки, принятие решения о комплектации, а также организация выполнения других операций, непосредственно предшествующих отгрузке.
4. Организация отгрузки продукции.
5. Организация доставки и контроль за транспортированием.
6. Организация послереализационного обслуживания.

На макроуровне к задачам распределительной логистики относят:

1. Выбор схемы распределения материального потока.
2. Определение оптимального количества распределительных центров (складов) на обслуживаемой территории.
3. Определение оптимального места расположения распределительного центра (склада) на обслуживаемой территории.

4. Ряд других задач, связанных с управлением процессом прохождения материального потока по территории района, области, страны, материка или всего земного шара.[7]

**1.3 Функции распределительной логистики**

Объект изучения в распределительной логистике — материальный поток на стадии движения от поставщика к потребителю. Предмет изучения — рационализация процесса физического продвижения продукта к потребителю.

Распределение материального потока уже достаточно давно является существенной стороной хозяйственной деятельности. однако положение одной из наиболее важных функций оно приобрело лишь сравнительно недавно. В странах с развитой рыночной экономикой в 50-х — начале 60-х годов системы распределения развивались в значительной степени стихийно. Вопросы выбора каналов распределения, упаковки товаров, подготовки их к транспортировке и доставки получателю; вопросы производства и закупок материалов решались в слабой взаимосвязи друг с другом. Отдельные подфункции, которые в совокупности образуют функцию распределения, трактовались как самостоятельные функции управления. Интегрированный взгляд на функцию распределения получил развитие в 60-х — начале 70-х годов. В этот период пришло понимание того, что объединение различных функций, касающихся распределения произведенного продукта в единую функцию управления, несет в себе большой резерв повышения эффективности.

Результатом интегрированного подхода к реализации различных функций распределения стало включение распределения в структуру функционального управления организаций и предприятии.

Распределительная логистика связана с товародвижением в сфере распределения - планирование и контроль над физическим перемещением материалов и готовых изделий от мест происхождения к местам их использования.

Существует два подхода к определению функций логистики распределения. Первый охватывает комплекс операций по отгрузке готовой продукции со склада поставщика. Второй - более широкий. В этом случае считается, что распределительная логистика реализует весь процесс обращения материальной продукции начинающийся с момента, когда она попадает на склад потребителя.

**2.** **Практическая глава.** **Анализ системы распределения продукции на предприятии ООО ПКФ «Консалекс»**

**2.1 Краткая характеристика и анализ финансового состояния ООО ПКФ «Консалекс»**

Производственно-коммерческая фирма «Консалекс» создана в декабре 1996 года. По организационно-правовой форме это общество с ограниченной ответственностью.

 ООО ПКФ «Консалекс» является коммерческой организацией, целью деятельности которой является получение прибыли путем осуществления производственно-коммерческой деятельности.

Фирма занимается производством консервов на арендованных линиях. ООО ПКФ «Консалекс» работает на арендованном у Астраханского рыбоконсервного комбината сардинном заводе.

Местонахождение предприятия – Астраханская область, 414000, Россия, г. Астрахань, ул. Ленина, 28, офис 17.

 Генеральный директор ООО ПКФ "Консалекс" - Денисов Владимир Александрович. Далее представлены технико-экономические показатели работы предприятия ООО ПКФ «Консалекс» (см. Приложение В).

По результатам анализа видно, что ООО ПКФ «Консалекс» не является убыточным предприятием: затраты на реализацию продукции и среднегодовая стоимость ОФ сократились (на 26,264 и 1499,41), прибыль увеличилась по всем показателям, возросла рентабельность производственной деятельности на 4,5%, балансовая прибыль и прибыль от реализации продукции так же повысились (на 398,38 и 417,55). Все показатели в 2008 году по сравнению с 2007 годом улучшились, что говорит об эффективности работы предприятия ООО ПКФ "Консалекс" за отчетный период.

**2.2 Анализ системы распределения продукции на предприятии ООО ПКФ «Консалекс»**

Система сбыта продукции ООО ПКФ «Консалекс» крайне упрощена. Предприятие реализует свою продукцию оптовым покупателям (как правило, это юридические лица, хотя покупателем может быть и физическое лицо). В существующей системе сбыта у предприятия имеется только один распределительный центр – это непосредственно сам склад готовой продукции. Оптовые покупатели самостоятельно осуществляют транспортировку продукции с этого склада до своих распределительных центров, находящихся, как правило, в месте потребления товара (это могут быть оптовые склады, склады розничной торговли, магазины и т.д.). Таким образом, схема распределения продукции для данного предприятия выглядит следующим образом:

 Производство

Склад готовой продукции

Посредники (оптовые покупатели)

Рисунок. 2 - Схема системы распределения продукции ООО ПКФ «Консалекс»

Как мы видим, из множества способов доведения своей продукции до конечного потребителя предприятие выбрало только один, самый простой и не требующий от самого предприятия каких-либо особых усилий и затрат на реализацию своей продукции.

Анализ данной системы сбыта на предмет ее оптимальности будет проведен ниже.

Как уже было указано выше, предприятие реализует свою продукцию нескольким оптовым покупателям, которые затем уже самостоятельно распространяют ее по своим каналам.

Опишем этих посредников.

У рассматриваемого предприятия за годы его работы на рынке сложились определенные устойчивые связи с несколькими предприятиями, занимающимися оптовыми закупками рыбных консервов. Все эти предприятия зарегистрированы и работают в Астраханской области.

Вот эти организации: ООО «Аквамарин», ООО «Вариант», ООО «Дельта-М», ООО «Мариуль», ЧП Мужарова А. А.

Ниже показан удельный вес каждого посредника в общей сумме реализуемой продукции за 2007 и 2008 гг.:

Таблица 2 – Удельный вес посредников в общей сумме реализуемой продукции:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Покупатель | 2007 |  2008 | Изменение |
| тыс. бан. | % | тыс. бан. | % | тыс. бан. | % |
| 1. ООО «Аквамарин» | 359,560 | 18,35% | 480,234 | 24,19% | 120,674 | 5,83% |
| 2. ООО «Вариант» | 486,030 | 24,81% | 301,774 | 15,20% | -184,256 | -9,61% |
| 3. ООО «Дельта-М» | 243,196 | 12,41% | 247,342 | 12,46% | 4,146 | 0,04% |
| 4. ООО «Мариуль» | 770,210 | 39,31% | 915,340 | 46,10% | 145,130 | 6,79% |
| 5. ЧП Мужарова А.А.  | 100,324 | 5,12% | 40,894 | 2,06% | -59,430 | -3,06% |
| Итого: | 1959,320 | 100,00% | 1985,584 | 100,00% | 26,264 | - |

Как видно из приведенных в таблице 2 данных, в 2008 г. по сравнению с 2007 г. количество предприятий, с которыми сотрудничает ООО ПКФ «Консалекс», осталось без изменений, а вот в структуре сбыта произошли достаточно серьезные изменения.

В 2008 г. произошло увеличение доли ООО «Мариуль» (с 39,3% до 46,1%) и ООО «Аквамарин» (с 18,4% до 24,2%). Таким образом, в 2008 г. два этих предприятия покупали у ООО ПКФ «Консалекс» 70,3% его продукции.

Снизился удельный вес закупок ООО «Вариант» (с 24,8% до 15,2%), а доля Малого предприятия Мужарова А.А. стала совсем незначительной, снизившись с 5,1% до 2,1%.

Доля ООО «Дельта-М» практически не изменилась (12,4% – 12,5%)

Таким образом, в результате изменения структуры сбыта продукции сложилась ситуация, когда значительную долю своей продукции (70,3%) предприятие реализует лишь двум организациям, а остальная ее часть приходится на долю 3-х предприятий, причем ЧП Мужарова А.А. уже практически не влияет на структуру сбыта, т.к. покупает у предприятия всего 2,1% его продукции, и по всей видимости, в 2009 г. не будет осуществлять оптовых закупок у ООО ПКФ «Консалекс».

Как уже описывалось выше, используемая предприятием система сбыта имеет всего один распределительный центр – склад готовой продукции. Схематически данная система уже была изображена на рис.2. Более подробное ее изображение, учитывающее реальное количество посредников, представлено в Приложении В.

Следует отметить, что складская сеть, через которую осуществляется распределение материального потока, является значимым элементом логистической системы. Построение этой сети оказывает существенное влияние на издержки, возникающие в процессе доведения товаров до потребителей, а через них и на конечную стоимость реализуемого продукта. Поэтому для каждого предприятия так важно грамотно построить свою складскую сеть.[4]

Данная распределительная система не отвечает многим логистическим принципам, на которых должны строиться системы распределения с точки зрения оптимизации потоковых процессов, т.е. в конечном итоге эта система не способствует максимизации прибыли, получаемой предприятием от реализации своей продукции.

Система с одним распределительным центром в данном случае имеет для предприятия как свои положительные, так и отрицательные свойства:

Плюсы:

- Предприятию не нужно создавать обширную сеть складов, обсуживающих какую-либо территорию, у него нет потребности в создании разветвленной складской инфраструктуры, поэтому оно не несет дополнительных расходов на содержание дополнительных складов;

- Предприятие не несет больших транспортных издержек, т.к. при существующей системе распределения предприятие не содержит значительного парка транспортных средств в связи с тем, что само не осуществляет самостоятельных перевозок своей продукции;

- Предприятие имеет возможность продавать свою продукцию оптовым покупателям по более низкой цене, т.к. в эту цену не включаются транспортные расходы. Эта низкая цена может привлечь тех оптовых покупателей, у кого создана широкая сеть распределительных центров, налажено транспортное хозяйство, и они, соответственно, имеют возможность доставлять товары до своих оптовых баз с минимальными издержками.

Минусы:

- В условиях существующей распределительной системы предприятие достаточно сильно зависит от своих оптовых покупателей. Исходя из результатов анализа структуры сбыта, можно заметить, что подавляющее большинство своей продукции (98%) предприятие реализует всего четырем посредникам. Т.е. можно сделать вывод, что структура сбыта ООО ПКФ «Консалекс» является недостаточно диверсифицированной, в результате чего данное предприятие сильно подвержено колебаниям спроса со стороны вышеперечисленных оптовых покупателей, а это, в свою очередь, может негативно сказаться в будущем на успешности реализации продукции предприятия. В данном случае эти оптовые покупатели могут в определенной ситуации диктовать предприятию свои условия, добиваясь для себя определенных выгод и пользуясь тем, что предприятие достаточно сильно от них зависит;

- Данная распределительная система, когда оптовый покупатель вынужден самостоятельно вывозить продукцию предприятия с его склада, приводит к ограничению числа покупателей, готовых сотрудничать с ООО ПКФ «Консалекс». Ведь далеко не у каждого посредника есть желание самостоятельно осуществлять доставку купленной им продукции данного предприятия до своего распределительного центра, возлагая тем самым на себя все издержки, связанные с транспортировкой товара до оптового склада, его дальнейшим складированием и доставкой его в различные торговые точки. Вот именно поэтому у ООО ПКФ «Консалекс» такое незначительное число торговых посредников;

- В схеме системы распределения продукции (см. Приложение Г) не случайно бόльшая часть материальных потоков направлена в одну сторону. Ведь сама фирма ведет свою деятельность на территории Астраханского Рыбоконсервного комбината, а он, как известно, находится на достаточном расстоянии от центра города и от мест, где находится большинство торговых точек. Т.е. нельзя сказать, что склад готовой продукции предприятия находится на равном удалении от центров ее распределения. Таким образом, при данном расположении склада транспортные расходы посредников достигают достаточно высокого значения, что, естественно, увеличивает цену, по которой посредники будут реализовывать продукцию предприятия – это, в свою очередь, уменьшит спрос на эту продукцию. А т.к. на территории нашей области аналогичный продукт производят и другие предприятия, то часть потребителей может переключиться на их продукцию, если она будет дешевле. Можно сделать вывод, что существующая система распределения не оптимизирована с точки зрения величины суммарных транспортных издержек, которые несут все участники процесса распределения, а это в конечном итоге приводит к неэффективному использованию ресурсов, и, как следствие, к завышенной конечной цене продукции предприятия;

- Существующая система распределения приводит к тому, что предприятие в перспективе теряет часть своей прибыли. Покажем это наглядно. В 2008 г. себестоимость единицы продукции составила 10,39 руб., реализационная цена – 25,50 руб. Т.е. прибыль на единицу продукции = 25,50 – 10,39 = 15,11 руб. Розничная цена в 2008 г. на эти консервы колебалась от 28,00 до 30,00 руб./ед. Нехитрые расчеты показывают, что даже при перевозке партий консервов небольшими грузовыми автомобилями (например, «Газель») суммарные транспортные и складские издержки на одну банку не превышают 2 р. Таким образом, предприятие при самостоятельной доставке своей продукции до конечного потребителя будет иметь возможность реализовывать консервы по цене 28,00-30,00 руб., тогда как суммарные затраты на единицу составят: 10,39 + + 2,00 = 12,39 руб. Даже при цене 28,00 руб./бан. прибыль на единицу составит: 28,00 – 12,39 = 15,61 руб., увеличившись на 2 руб. по сравнению с существующим уровнем. Суммарная годовая прибыль от реализации возрастет на: 1985,584 тыс. бан.\* 2 руб./бан. = 3971,168тыс. руб. Эта дополнительная сумма прибыли способна покрыть дополнительные расходы на приобретение грузового транспорта и покупку (или аренду) дополнительных складов.

**2.3 Предложения и рекомендации по оптимизации системы распределения продукции на предприятии ООО ПКФ «Консалекс»**

Исходя из результатов анализа системы распределения, проведенного выше, можно сделать общий вывод о том, что существующая система распределения продукции ООО ПКФ «Консалекс» не отвечает многим требованиям логистики, не обеспечивает максимизации прибыли предприятия, приводит к увеличению транспортных расходов при доставке готовой продукции со склада предприятия до конечного потребителя и т.д.

Тем не менее данная структура применяется предприятием вот уже более двух лет, и пока руководство предприятия не намерено вносить в нее сколь либо значимые изменения. Это обусловлено тем, что для изменения сложившейся системы требуются значительные капиталовложения (создание парка транспортных средств, аренда или покупка складских помещений в черте города), а кроме того, требуется качественно иной подход к организации управления материальными и информационными потоками. Предприятию необходимо также установить прямые связи с непосредственными потребителями его продукции.

Конечно, со временем все эти расходы окупятся, причем, как показал расчет, срок окупаемости не превысит 1-1,5 года. Принципы, которыми руководствуется руководство предприятия, ясны. Ведь данная структура сбыта является наиболее «безболезненной» для предприятия в краткосрочном периоде, т.к. все транспортные и складские расходы в этом случае минимальны, а предприятие избавлено от необходимости самостоятельно заниматься розничной продажей своей продукции.

Но если рассмотреть долгосрочную перспективу, учитывая влияние положительных и отрицательных факторов внешней среды, то очевидным становится то, что существующую систему необходимо изменять, оптимизировать в соответствии с основными логистическими принципами.

Оптимизация существующей распределительной системы может быть проведена по нескольким направлениям:

1. Необходимо увеличить количество распределительных центров (оптовых складов).
2. Оптимально разместить эти склады на обслуживаемой территории.
3. Создать достаточный парк транспортных средств требуемой грузоподъемности и рационально организовать его работу по доставке продукции предприятия от места производства до места потребления.
4. Необходимо наладить прямые связи с потребителями продукции предприятия (как с физическими, так и с юридическими лицами), заключить договоры с торговыми точками (магазинами) по реализации продукции предприятия. Т.е. максимально диверсифицировать структуру сбыта, что обеспечит предприятию устойчивый и равномерный спрос на его продукцию и снизит торговый риск до минимума.
5. В то же время, никоим образом нельзя терять уже наработанных связей с оптовыми покупателями, а предложить им и в дальнейшем работать на взаимовыгодных условиях, причем в новых условиях у них будет возможность выбора наиболее удобного для них центра распределения, что снизит их транспортные издержки. Конечно, покупая товар непосредственно вблизи своих центров распределения, посредники уже будут рассчитывать на более высокую цену, в которую предприятие заложит свои издержки по доставке продукции к месту потребления. Следует отметить, что после оптимизации системы распределения эти издержки будут сведены к минимуму, что при существующем уровне розничной цены на продукцию предприятия увеличит его прибыль.

**Заключение**

Проводя итоги исследования, можно утверждать, что цель курсовой работы, заключающейся в исследовании задач и функций распределительной логистики, достигнута. Решены поставленные задачи:

1. Раскрыты теоретические особенности распределительной логистики, её задачи и функции.

2. Произведен анализ реализации задач и функций распределительной логистики на предприятии ООО ПКФ «Консалекс»; анализ финансового состояния ООО ПКФ «Консалекс», анализ системы распределения продукции на данном предприятии.

3. Внесены предложения и даны рекомендации по оптимизации системы распределения продукции.

При решении первой задачи были раскрыты основные понятия, задачи, функции распределительной логистики. Можно сделать следующие краткие выводы:

- распределительная логистика — это комплекс взаимосвязанных функций, реализуемых в процессе распределения материального потока между различными оптовыми покупателями, то есть в процессе оптовой продажи товаров;

 - одна из основных задач логистики заключается в создании интегрированной эффективной системы регулирования и контроля материальных и информационных потоков, обеспечивающей высокое качество поставки продукции;

- распределительная логистика представляет собой науку (деятельность) о планировании, контроле и управлении транспортированием, складированием и другими материальными и не материальными операциями, совершаемыми в процессе доведения готовой продукции до потребителя в соответствии с интересами и требованиями последнего, а также передачи, хранения и обработки соответствующей информации.

При решении второй задачи был произведен анализ финансового состояние ООО ПКФ «Консалекс», анализ системы распределения продукции на данном предприятии, а так же приведена краткая характеристика финансового состояния ОАО ПКФ «Консалекс».

Исследовав финансовое состояние ПКФ «Консалекс» можно сделать вывод, что балансовая прибыль и прибыль от реализации продукции повысились (на 398,38 и 417,55). Все показатели в 2008 году по сравнению с 2007 годом улучшились, что говорит об эффективности работы предприятия ООО ПКФ "Консалекс" за отчетный период.

Проанализировав систему распределения продукции на предприятии ООО ПКФ "Консалекс" можно сделать вывод, что:

-существующая система распределения неэффективна, т.к. не способствует минимизации суммарных расходов на реализацию продукции предприятия, т.е. не ведет к получению максимальной прибыли;

- в условиях данной системы распределения предприятие не осуществляет самостоятельной доставки своей продукции от места производства до места потребления, передавая эту функцию нескольким крупным оптовым покупателям. В то же время расчеты показали, что если бы предприятие самостоятельно выполняло эту функцию, то оно смогло бы получить дополнительную прибыль;

- используемая предприятием распределительная система подходит только для краткосрочного периода. Если же рассмотреть долгосрочную перспективу, то в силу указанных в данной курсовой работе факторов становится очевидной необходимость отказа от данной системы.

 При решении третьей задачи были внесены рекомендации и предложения по оптимизации системы распределения продукции.

По моему мнению, из предложенных предложений и рекомендаций основными для ООО ПКФ "Консалекс» являются:

- предприятию необходимо увеличить количество распределительных центров (складов), оптимально разместив их на обслуживаемой территории исходя из того, чтобы все расходы на реализацию продукции с помощью созданной распределительной системы были минимальными;

- соответственно предприятие должно создать необходимый парк транспортных средств для доставки продукции от места производства до этих центров распределения;

- предприятие должно максимально диверсифицировать структуру сбыта своей продукции путем поиска как можно большего числа торговых партнеров с целью снизить торговый риск, т.е. уменьшить вероятность того, что часть продукции останется нереализованной. Но, несмотря на диверсификацию, предприятие должно добиваться того, чтобы установленные торговые отношения с покупателями были как можно более стабильными.

 В результате проделанных мероприятий по оптимизации системы распределения продукции на предприятии ООО ПКФ «Консалекс» повысится прибыль предприятия.

Делая вывод о проделанной работе, хочется еще раз отметить, что снижая затраты на производство, транспортировку, складирование, реализацию продукции и т.д., мы снижаем себестоимость, повышая таким образом свою прибыль. Именно этими вопросами (и не только ими) занимается распределительная логистика.

 Чтобы выжить и успешно функционировать, предприятию недостаточно просто производить продукцию в максимально возможном объеме, выполняя свои внутренние планы, важно эту продукцию затем еще и реализовать.

Таблица.3.Глоссарий

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № п/п | Понятия | Содержания |
| 1 | Готовая продукция  | продукция, завершенная в производстве и подготовленная к продаже или отправке заказчику, к вывозу из предприятия-изготовителя. |
| 2 | Логистика | управление материально-техническим обеспечением, товарно-материальными запасами. |
| 3 | Логистическая цепь | линейно упорядоченное множество физических и/или юридических лиц, осуществляющих логистические операции по доведению материального потока внешнего от одной логистической системы до другой или до конечного потребителя. В простейшем случае Л.ц. состоит из поставщика и потребителя, в более сложных случаях. Л.ц. может иметь древовидную структуру или, например, вид ориентированного графа. |
| 4 | Материальные потоки  | масса, циркулирующая в течение определенного периода времени. |
| 5 | Поставщик | Фирма, осуществляющая поставку товара в адрес потребителя. |
| 6 | Потребитель  | лицо или организация, потребляющие, использующие продукт чьего-либо производства, чьей-либо деятельности, включая и свой собственный продукт. |
| 7 | Распределительная логистика | это комплекс взаимосвязанных функций, реализуемых в процессе распределения материального потока между различными оптовыми покупателями, то есть в процессе оптовой продажи товаров. |
| 8 | Розничная торговля | торговля товарами поштучно или в небольших количествах для личного, некоммерческого использования конечным потребителям. |
| 9 | Рентабельность | (от нем. rentabel - доходный) - эффективность, прибыльность, доходность предприятия или предпринимательской деятельности. Количественно рентабельность исчисляется как частное от деления прибыли на затраты, расход ресурсов, обеспечивших получение прибыли. |
| 10 | Распределение | разделение произведенного экономического продукта, дохода, прибыли на отдельные части, имеющие адресное назначение, предназначенные для передачи в отдельные фонды, отдельным лицам. Распределение - одна из стадий единого воспроизводственного цикла, следующая за производством продукта, созданием дохода.  |
| 11 | Система сбыта продукции | Система продажи, реализация предприятием, организацией, предпринимателями изготовляемых ими продукции, товаров с целью получения денежной выручки, обеспечения поступления денежных средств. |
| 12 | Складирование | хранения товаров. |
| 13 | Товародвиже-ние | (англ, movement of goods) - процесс продвижения товара от производителя в розничную торговлю к покупателю или через импортера (экспортера), оптового покупателя и других участников обращения товаров. Представляет стадию воспроизводственного цикла. |

**Список использованных источников**

**Научная литература**

1. Вологин В.В. Склад: организация, управление, логистика. - М.: Дашков и К, 2006.

2. Гаджинский А.М. Логистика: Учебник для высших и средних специальных учебных заведений.- М.: ИНФРА-М, 2005.

3. Долгов А.П. Логистический менеджмент фирмы: Концепция, методология и модели: Учебное пособие. – С.-Пб.: Бизнес-Пр., 2005.

4. Зеваков А.М. Логистика производственных и товарных запасов: Учебник. – С.-Пб.: ИНФА-М, 2006.

5. Кристофер М. Логистика и управление цепочками поставок. – С.-Пб.: Питер,2004.

6. Логистика: Учебник / Под ред. Б.А. Аникина. – М.: ИНФА-М, 2005.

7. Макренко М.В., Канке А.А. Закупочная и распределительная логистика: Учеб. пособие. - М.: 2006.

8. Мате Э. Логистика / Пер. с фр. - М.: Олма-Пр. Инвест, С.-Пб.: Нева, 2007.

9. Модели и методы теории логистики / Под ред. В. Лукинского. – С.-Пб.: Питер, 2006.

10. Неруш Ю.М. Логистика: Учебник для вузов. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2007.

11. Николайчук В.Е. Заготовительная и производственная логистика. - С.-Пб.: Питер, 2006.

12. Николайчук В.Е. Логистика в сфере распределения. - С.-Пб.: Питер, 2006.

13. Николайчук В.Е. Логистика: Учебное пособие. – С.-Пб.: Пиер, 2007.

14. Основы логистики. Учебное пособие / Под ред. Л.Б. Миротина, В.И. Сергеева. – М.: ИНФРА-М, 2006.

15. Практикум по логистике: Учебное пособие / Под ред. Б. А. Аникина. – М.: ИНФРА-М, 2006.

16. Саркисов С.В. Управление логистикой: Учебное пособие. - М.: Дело, 2007.

17. Семененко А.И. Логистика. Основы теории: Учебник для вузов. – С.-Пб.: Союз, 2006.

18. Сергеев В.И. Логистика в бизнесе: Учебник. - М.: ИНФА-М, 2007.

19. Степанов В.И. Логистика: Учебник. - М.: Велби, Проспект, 2006.

20. Сток Д.Р. Стратегическое управление логистикой / Пер. с англ.- М.: ИНФА-М,2006.

21. Чудаков А.Д. Логистика: Учебник. - М.: РДЛ, 2007.

22. Шумаев В.А. Логистика продвижения на основе информатизации и маркетинга. - М.: Нов. Век, 2006.