**СОДЕРЖАНИЕ**

Введение

1 Теоретические аспекты коммерческой логистики

1.1 Основные понятия логистики

1.2 Логистическая концепция и принципы коммерции

1.3. Экономический эффект от использования логистики

2 Организация товародвижения на предприятии

2.1 Характеристика предприятия, основные показатели деятельности

2.2 Организация товародвижения и хозяйственных связей

2.3 Оценка эффективности товародвижения

3 Логистический подход к совершенствованию товародвижения

Заключение

Список использованной литературы

**ВВЕДЕНИЕ**

Коммерческая логистика является жизненно важным компонентом экономики.

В последние годы в сфере товарного обращения ряда стран произошли существенные преобразования. В хозяйственной практике стали использоваться новые методы и технологии доставки товаров. Они базируются на концепции логистики.

Интерес к проблемам развития логистики в промышленно развитых странах связан, прежде всего, с причинами экономического характера. В условиях, когда рост объемов производства и расширение внутринациональных и микрохозяйственных связей привели к увеличению издержек сферы обращения, внимание предпринимателей сконцентрировалось на поиске новых форм оптимизации рыночной деятельности и сокращения затрат в данной сфере.

Совершенствование торговли с точки зрения логистики следует в первую очередь рассматривать как совершенствование звена системы товародвижения. Объектом рационализации в этом случае выступает вся совокупность участников товародвижения.

Развитие системы интегрированной организации товародвижения направлено на маневренное использование складских мощностей и координацию товаропотоков через складские объекты.

Логистическая система находит все более широкое применение в практической деятельности торговых предприятий. Она рассматривается в высших эшелонах управления корпорациями как эффективный мотивированный подход к управлению материалопотоком в целях снижения издержек производства и обращения. Логистическая система ложится в основу экономической стратегии фирм, когда логистика используется как орудие в конкурентной борьбе и рассматривается как управленческая логика для реализации планирования, размещения и контроля над финансовыми и людскими ресурсами. Такой подход обеспечивает тесную координацию логистического обеспечения рынка и стратегии организации. Если этого удается достигнуть, то результатом являются:

* необходимый ассортимент запасов в нужном месте в подходящее время;
* координация внешнего и внутреннего транспорта, гарантирующая своевременную доставку в соответствии с экономическими требованиями;
* рациональное размещение складского хозяйства и применение упаковки, соответствующей требованиям транспорта и позволяющей минимизировать расход сырья, снизить запасы в производстве и готовой продукции;
* синхронизация заказов и транспорта.

Цель курсовой работы состоит в оценке экономического эффекта, который может быть получен от применения методов логистики в управлении товародвижением в коммерческой торговой фирме.

**1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ КОММЕРЧЕСКОЙ ЛОГИСТИКИ**

**1.1 Основные понятия логистики**

Слово «логистика» заимствовано из французского языка. В экономике термин «логистика» - это искусство управления материалопотоком и потоком продукции от источника до потребителя, т.е. комбинирование видов деятельности различных учреждений и служб, связанных с распределением, материальным обеспечением, планирование и производства и управлением им.

Термин «логистика», известный до недавнего времени лишь узкому кругу специалистов, получает сегодня широкое распространение. Основная причина этого явления заключается в том, что понятие начало использоваться в экономике. Здесь под логистикой понимается научно-практическое планирование хозяйствования, заключающееся в эффективном управлении материальными и связанными с ними информационными финансовыми потоками в сфере производства и обращения.

В настоящее время в экономической литературе приводится большое количество определений понятий логистики. Полное понятие этого термина дано в словаре по логистике: «Логистика – наука о планировании, контроле и управлении транспортированием, складированием и другими материальными и нематериальными операциями, совершаемыми в процессе доведения сырья и материалов до производственного предприятия, внутризаводской переработки сырья, материалов и полуфабрикатов, доведения готовой продукции до потребителя в соответствии с интересами и требованиями последнего, а также передачи, хранения и обработки соответствующей информации».[[1]](#footnote-1)

Логистика - наука о планировании, организации, управлении, контроле и регулировании движения материальных и информационных потоков в пространстве и во времени от их первичного источника до конечного потребителя.[[2]](#footnote-2)

Логистика – наука о планировании, управлении и контроле поступающего на предприятие, обрабатываемого там и покидающего это предприятие материального потока и соответствующего ему информационного потока.[[3]](#footnote-3)

Логистику также определяют как научное направление, связанное с поиском новых возможностей повышения эффективности материальных потоков.

В настоящее время можно отметить и более широкий подход к логистике, который кроме вышеназванного включает анализ рынка поставщиков и потребителей, координацию спроса и предложения на рынке товаров и услуг, а также гармонизацию интересов участников процесса движения товаров. В этом случае многие функции маркетинга переходят к логистике.[[4]](#footnote-4)

Несмотря на определенные различия, которые вкладывались в понятие логистики в каждом из имеющихся направлений, все они выделяют общий в совокупности специфический признак: согласованность, рациональность и точный расчет.

Если рассмотреть в совокупности круг проблем, которые затрагивает логистика, то общим для них будут вопросы управления материальными и соответствующими им информационными потоками.

В цепи, по которой проходят материальный и информационный потоки от поставщика до потребителя выделяются следующие звенья: поставка материалов, сырья, полуфабрикатов, хранение продукции и сырья, производство товаров, их распределение, потребление готовой продукции.

Термин «логистика» начинает использоваться в ситуациях, связанных с четким планированием согласованной последовательности действий.

В экономической литературе логистическую систему делят на макро- и микрологистику. Макрологистика исследует проблемы, связанные с анализом рынка поставщиков и потребителей, выработкой общей концепции распределения, размещением распределительных центров, выбором наиболее эффективного вида транспорта и т.д. Микрологистика решает проблемы в рамках отдельных звеньев логистики (например, внутрипроизводственная логистика). Микрологистика обеспечивает операции по планированию, подготовке, реализации и контролю за процессами перемещения товаров внутри промышленных предприятий[[5]](#footnote-5).

Глобальная цель логистики - сокращение цикла, уменьшение запасов. Сущность логистики в комплексе - управлять товародвижением на стадиях производства, снабжения и сбыта продукции.

Логистические аспекты товародвижения:

1. Наиболее рациональная организация пространственного размещения и материального потока.

2. Формирование хозяйственных связей (внутри- и внепроизводственных).

Взаимоотношение между поставщиком и потребителем формируется за счет того, что существует:

- территориальное разобщение - преодолевается путем создания транспортных связей;

- разобщение во времени из-за несовпадения процессов производствава и потребления - преодолевается путем создания запасов;

- персептивное разобщение - производители не знают, что требуется потребителю и наоборот - устраняется установлением каналов общения;

- разобщения во владении - преодолевается за счет актов купли-продажи.

3. Изучение рынка и прогнозирование спроса.

4. Определение потребностей в материальных ресурсах (определение объемов и направления перевозок, требуемого количества и видов транспорта, количество и объем складов и т.д.)

5. Выбор поставщиков.

6. Установление последовательности и звенности передвижения продукции через места складирования.

7. Формирование и регулирование запасов.

8. Выполнение операций непосредственно предшествующих и завершающих перевозку продукции.

Принципы логистики.

1. Саморегулирование (сбалансированность производства).

2. Гибкость (возможность внесения изменений в график закупки материалов, изменение в сроках поставки).

3. Минимизация объемов запасов.

4. Моделирование товародвижения.

5. Компьютеризация (управление мат. потоками).

6. Надежность в обеспечении ресурсами.

7. Экономичность (сокращение уровня запасов продукции у потребителя до 30-45%, повышение уровня информационного обслуживания, транспорт)

Условия внедрения логистики:

1. Конкуренция.

2. Отсутствие дефицита.

**1.2 Логистическая концепция и принципы коммерции**

Концепция - система взглядов, то или иное понимание явлений, процессов; основной, конструктивный принцип различных видов деятельности.

Коммерческая логистика – наука о планировании, распределении, контроле, управлении и оптимизации материальных потоков, потоков услуг и связанных с ними информационных и финансовых потоков в определенно микро-, мезо- или макроэкономической системе, возникающих в процессе доведения сырья, полуфабрикатов и готовой продукции от производителя до потребителя.[[6]](#footnote-6)

Из этого определения следует, что коммерческая логистика является системой, содержащей функциональные области. Логистическую структуру можно выразить такими функциональными областями, как запасы, закупки, информация, складирование и складская обработка, транспортировка продукции и другие области.

Основные проблемы, которые решаются в этих функциональных областях:

1. Запасы. Планирование материальных запасов. Запасы продукции позволяют быстро реагировать на изменение спроса и обеспечивают равномерность работы всех промежуточных звеньев в канале распределения продукции.

2. Закупки. Планирование и организация закупки сырья, материалов, полуфабрикатов и готовой продукции. Выбор поставщиков материальных ресурсов и готовой продукции.

3. Транспортировка продукции. Выбор вида транспорта, составление графиков обслуживания потребителей, доставка продукции со склада потребителю.

4. Складирование и складская обработка. Размещение складов, управление складской переработкой, упаковка и т.д.

5. Информация. Обработка заказов, прогнозирование спроса, контроль над уровнем запасов.

6. Другие функциональные области логистики - кадры, участвующие в логистическом процессе.

В чем выражаются концепция или принципы коммерческой логистической системы? Для этого рассмотрим вариант логистической системы, разработанный американскими учеными (рис. 1).

АСПЕКТ КОММЕРЧЕСКОЙ ЛОГИСТИКИ

ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ

УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ

Совершенствование технологий

складского

хозяйства

Совершенствование технологий

транспортных

перевозок

Организация управлением продвижения материального потока

Организация управления снабжением

Совершенствование технологий

планирования и контроля за движением материалопотока

Совершенствование технологий

информационного обеспечения

Организация управления заказами

Организация управления сбытом готовой продукции

Совершенствование технологий

оптимизации

логистических затрат

Рис. 1. Аспекты коммерческой логистики

Принцип, или концепция, коммерческой системы связан с управлением материалами и распределением. Американские ученые считают, что логистика - это скорее структура планирования, чем функция предпринимательства. Другими словами, задача управления в области коммерческой логистики имеет дело не столько с управлением материальным потоком, сколько с обеспечением механизма разработки задач и стратегий, в рамках которых может осуществляться повседневная деятельность по управлению распределением продукции.

Одна из особенностей принципа коммерческой логистики состоит в том, что она уделяет особое внимание не только интеграции видов деятельности, которые традиционно относились к различным функциям предпринимательства, но и объединяет их. Например, во многих компаниях ответственность за запасы и их транспортировку может входить, соответственно, в функции производства и распределения. Если эти функции разделены, то принятие решений в области запасов без учета возможностей транспорта может привести к увеличению общих затрат по продвижению материалопотока. В логистической системе они должны быть взаимосвязаны.

Логистика является жизненно важным компонентом экономики, и в 1980-е годы она получила бурное распространение на Западе и в США. Например, в США затраты на логистику в национальном масштабе оцениваются в размере 15 - 23% валового национального продукта. И одна из основных причин, по мнению американских экономистов, - это процесс дорегулирования экономики.

Коммерческая логистика рассматривается в двух аспектах: управленческом и технологическом (см. рис. 1).

Организация управления снабжением, заказами, продвижение материального потока и обеспечение сбыта относятся к организационному управлению; совершенствование технологий транспортных перевозок, складского хозяйства, информационного обеспечения, планирования и контроля, а также оптимизация затрат на эффективное функционирование каждой из этих служб - к технологическому направлению.

Логистика стала международным термином, и некоторые экономисты ее деятельность определяют как распределение, физическое обеспечение, физическое распределение и др.

Распределение - вид деятельности, содержащий рекламу, транспортировку, реализацию продукции через определенные каналы распределения и оказание услуг покупателям.

Физическое распределение охватывает ту часть системы логистики, которая связана с доставкой продукции от продавца к потребителю, а физическое обеспечение - ту часть логистической системы, которая осуществляет движение сырья и материалов от поставщика или источника сырья.

Накопленный опыт управления показывает, что традиционные возможности и способы повышения эффективности и совершенствования управления с целью оптимизации движения материальных и денежных потоков себя исчерпали и нужны новые формы и методы. Проведенные исследования показали, что в стоимости продукта, дошедшего до конечного потребителя, более 70% составляют расходы на логистику, т.е. транспортировку, хранение, упаковку и прочее.

Определение логистики обычно дается в широком и узком смысле. В широком смысле логистика - это наука об управлении и оптимизации материальных потоков, потоков услуг и связанных с ними информационных и финансовых потоков в определенной микро-, мезо- или макроэкономической системе для достижения поставленных перед ней целей.

В узком смысле (с позиции бизнеса) логистика - это интегральный инструмент менеджмента, способствующий достижению стратегических, тактических или оперативных целей организации бизнеса за счет эффективного (с точки зрения снижения общих затрат и удовлетворения требований конечных потребителей к качеству продуктов и услуг) управления материальными и (или) сервисными потоками, а также сопутствующими им потоками информации и финансовых средств.

В наиболее общей постановке с позиций логистики можно исследовать возникновение, преобразование или поглощение материальных и сопутствующих потоков на определенном экономическом объекте, функционирующем как система, т.е. реализующем поставленные перед ним цели и рассматриваемом в этом смысле как единое целое. Действия, прикладываемые к материальному (сопутствующему) потоку в такой системе, называются логистическими операциями или логистическими функциями.

Коммерческая логистика - это область деятельности, которая приобретает все большее практическое значение. Поэтому государственный и частный секторы проявляют растущий интерес к сфере коммерческой логистики.

**1.3 Экономический эффект от использования логистики**

Материальный поток, двигаясь от первичного источника сырья через цепь производственных, транспортных и посреднических звеньев к конечному потребителю, постоянно увеличивается в стоимости. Проведенные исследования показали, что в стоимости продукта, попавшего к конечному потребителю, более 70% составляют расходы, связанные с хранением, транспортировкой, упаковкой и другими операциями, обеспечивающими продвижение материального потока.

Высокая доля расходов на логистику в конечной цене товара показывает, какие резервы улучшения экономических показателей субъектов хозяйствования содержит оптимизация управления материальными потоками.

Рассмотрим главные слагаемые экономического эффекта от применения логистического подхода к управлению материальными потоками. В сферах производства и обращения применение логистики позволяет:

• снизить запасы на всем пути движения материального потока;

• сократить время прохождения товаров по логистической цепи;

• снизить транспортные расходы;

• сократить затраты ручного труда и соответствующие расходы на операции с грузом.

Значительная доля экономического эффекта достигается за счет сокращения запасов на всем пути движения материального потока. По данным Европейской промышленной ассоциации сквозной мониторинг материального потока обеспечивает сокращение материальных запасов на 30 - 70% (по данным промышленной ассоциации США снижение запасов происходит в пределах 30 - 50%).

Высокая значимость оптимизации запасов объясняется следующим:

- в общей структуре издержек на логистику расходы на содержание запасов составляют более 50%, включая расходы на управленческий аппарат, а также потери от порчи или кражи товаров;

- большая часть оборотного капитала предприятий, как правило, отвлечена в запасы (от 10 до 50% всех активов предприятий);

- в производстве расходы по содержанию запасов составляют до 25 - 30% от общего объема издержек.

Сокращение запасов при использовании логистики обеспечивается за счет высокой степени согласованности действий участников логистических процессов, за счет повышения надежности поставок, за счет рациональности распределения запасов, а также по ряду других причин.

Следующая составляющая экономического эффекта от применения логистики образуется за счет сокращения времени прохождения товаров по логистической цепи. Сегодня в общих затратах времени, отводимых на складирование, производственные операции и доставку, затраты времени на собственно производство составляют в среднем от 2 до 5%.

Таким образом, свыше 95% времени оборота приходится на логистические операции. Сокращение этой составляющей позволяет ускорить оборачиваемость капитала, соответственно увеличить прибыль, получаемую в единицу времени, снизить себестоимость продукции.

Экономический эффект от применения логистики возникает также от снижения транспортных расходов. Оптимизируются маршруты движения транспорта, согласуются графики, сокращаются холостые пробеги, улучшаются другие показатели использования транспорта.

Логистический подход, как уже отмечалось, предполагает высокую степень согласованности участников товародвижения в области технической оснащенности грузоперерабатывающих систем. Применение однотипных средств механизации, одинаковой тары, использование аналогичных технологических приемов грузопереработки во всех звеньях логистической цепи образуют следующую составляющую экономического эффекта от применения логистики - сокращение затрат ручного труда и соответствующих расходов на операции с грузом.

Логистический подход создает также условия для улучшения многих других показателей функционирования материалопроводящей системы, так как совершенствуется ее общая организация, повышается взаимная связь отдельных звеньев, улучшается управляемость.

Совокупный экономический эффект от использования логистики, как правило, превышает сумму эффектов от улучшения перечисленных показателей. Это объясняется возникновением у логистически организованных систем так называемых интегративных свойств, т. е. качеств, которые присущи всей системе в целом, но не свойственны ни одному из элементов в отдельности.

Интегративные качества логистических систем представляют собой способность этих систем реализовывать конечную цель, которая получила название «шесть правил логистики»:

• ГРУЗ - нужный товар;

• КАЧЕСТВО - необходимого качества;

• КОЛИЧЕСТВО - в необходимом количестве;

• ВРЕМЯ - должен быть доставлен в нужное время;

• МЕСТО - в нужное место;

• ЗАТРАТЫ - с минимальными затратами.

Цель логистической деятельности считается достигнутой, если эти шесть условий выполнены, т. е. нужный товар необходимого качества в необходимом количестве доставлен в нужное время в нужное место с минимальными затратами.

**2 ОРГАНИЗАЦИЯ ТОВАРОДВИЖЕНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИИ**

**2.1 Характеристика предприятия, основные показатели деятельности**

Организацию коммерческой деятельности рассмотрим на примере предприятия ООО «ТПО Русские двери». Основным видом деятельности предприятия ООО «ТПО Русские двери» является оптово-розничная продажа межкомнатных дверей и комплектующих.. Компания расположена в г. Екатеринбурге, по адресу проезд Промышленный, 8.

Компания является коммерческой организацией, созданной в организационно правовой форме общества с ограниченной ответственностью. ООО действует на основании законодательства Российской Федерации, учредительного договора и устава в соответствии с Федеральным законом «Об обществах с ограниченной ответственностью».

Анализируемое предприятие представляет собой оптовый центр.

Оптовый центр - это современная форма осуществления оптовой торговли. Сущность такого понятия, как «оптовый центр» состоит в оптимальном сочетании магазина и склада, что выражается в предоставлении покупателю возможности на принципах самообслуживания приобретать новые партии товара.

В своей деятельности Компания сотрудничает со многими поставщиками (фабриками), находящимися в России.

В ассортименте предприятия –нестандартные двери, двери под остекление(ДО), двери без стекла(ДГ), комплектующие(наличники, коробочные стойки доборы), фурнитура, стекло.

После проведения маркетинговых исследований, связанных с нахождением своей ниши на рынке сбыта, предприятием «ТПО Русские двери» проводится систематическая работа, связанная с формированием ассортимента и управлением товарными запасами, с рекламой товаров и услуг. На заключительном этапе коммерческой деятельности выполняются операции по организации хозяйственных связей с оптовыми покупателями.

Оптовая торговля ООО «ТПО Русские двери» представляет собой непрерывный процесс совершения сделок (заключения договоров) между субъектом и его контрагентами с целью извлечения прибыли. Для общей характеристики анализируемого предприятия в таблице 1 представлены основные экономические показатели хозяйственной деятельности Компании.

Таблица 1- Показатели деятельности Компании, тыс.р.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатель | 2007г. | 2008г. | Отклонение | Темпроста, % |
| Товарооборот  | 185690 | 244680 | 58990,0 | 131,8 |
| Валовой доход: | 41223 | 63861 | 22638,0 | 154,9 |
|  в % к обороту | 22,2 | 26,1 | 3,9 | 117,6 |
| Издержки обращения | 12998 | 24957 | 11959 | 191,0 |
|  в % к обороту | 7 | 10,2 | 3,2 | 145,7 |
| Прибыль от реализации  | 28225 | 38904 | 10679,0 | 138,0 |
|  в % к обороту | 15,2 | 15,9 | 0,7 | 105,0 |

Можно сделать вывод, что торговая деятельность предприятия развивается высокими темпами, доход и прибыль Компании увеличивается, растет рентабельность коммерческой деятельности.

Во всех операциях по организации в торговом предприятии торгово-оперативных процессов и управлению ими с целью достижения высокой экономической эффективности значительную роль играет деятельность по формированию ассортимента. Товарный ассортимент в Компании формируют в зависимости от спроса на различные виды товаров. Для того чтобы определить, правильно ли сформирован ассортимент предлагаемой продукции, анализ товарооборота необходимо провести не только по общему объему, но и в разрезе отдельных товарных групп, т.е. по ассортиментной структуре (таблица 2).

Как свидетельствуют представленные данные, в отчетном периоде реализация всех товаров увеличилась. В структуре товарооборота происходят изменения, что связано с изменениями в спросе на межкомнатные двери. Но в целом структура товарооборота по торговому предприятию достаточно стабильна.

По представленным данным видно, что определись виды товаров, на которые существует устойчивый (твердо сформулированный) и повышенный спрос, благодаря чему можно заранее планировать структуру ассортимента торгового предприятия - это двери без стекла (доля в товарообороте составила 20,7 %), двери под остекление (20,6 %) и нестандартные двери (19,2 %).

Таблица 2 - Структура товарооборота Компании

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Товарныегруппы | 2007г. | 2008г. | 2008г. к 2007г. |
| тыс. р. | уд. вес, % | тыс. р. | уд. вес, % | по сумме, тыс. р. | по уд. весу |
| Нестандартные двери | 34538,3 | 18,6 | 46978,6 | 19,2 | 12440,2 | 0,6 |
| Двери под остекление | 39737,7 | 21,4 | 50404,1 | 20,6 | 10666,4 | -0,8 |
| Фурнитура | 28410,6 | 15,3 | 38659,4 | 15,8 | 10248,9 | 0,5 |
| Двери без стекла (ДГ) | 41965,9 | 22,6 | 50648,8 | 20,7 | 8682,8 | -1,9 |
| Комплектующие  | 23211,3 | 12,5 | 33521,2 | 13,7 | 10309,9 | 1,2 |
| Стекло | 7984,7 | 4,3 | 11010,6 | 4,5 | 3025,9 | 0,2 |
| Прочее  | 9841,6 | 5,3 | 13457,4 | 5,5 | 3615,8 | 0,2 |
| Всего товарооборот | 185690,0 | 100,0 | 244680,0 | 100,0 | 58990,0 | 0,0 |

На основании проведенного анализа основных показателей деятельности торгового предприятия «ТПО Русские двери» можно сделать вывод, что тенденция роста показателей имеет положительную динамику. Прибыль от реализации и товарооборот увеличиваются высокими темпами.

Ассортимент товаров Компании сформирован вполне удачно, все имеющиеся в продаже товары пользуются спросом, при этом объем реализации всех товаров растет в динамике. Следовательно, работа по изучению спроса на предприятии ведется достаточно успешно.

Таким образом, по торговой организации происходит увеличение объемов продаж и повышение прибыльности торговой деятельности.

**2.2 Организация товародвижения и хозяйственных связей**

Операции, связанные с оптовой продажей товаров, составляют значительную часть коммерческой работы предприятия ООО «ТПО Русские двери», которая направлена на выполнение им одной из основных функций оптовой торговли – организацию товароснабжения розничной торговой сети.

Хозяйственные связи – важнейшее направление коммерческой деятельности торгового предприятия. Одним из наиболее важных разделов повышения эффективности деятельности предприятия является четкая организация хозяйственных связей с поставщиками, так как они способствуют планомерному развитию торгового предприятия, сбалансированности спроса и предложения, своевременной поставке необходимой продукции и товаров и полному обеспечению покупателей.

Важной задачей коммерческой деятельности торгового предприятия является рационализация процесса товародвижения, сокращения звенности и ускорение оборачиваемости товарных запасов. Для выполнения ее большое значение имеет рациональная организация товароснабжения, равномерность снабжения, которые зависят от выбора поставщиков и форм торговых сделок при осуществлении хозяйственных связей. От этого во многом зависит подход к ассортиментной политике торгового предприятия, организация и планирование закупочной деятельности, определяющий состав и структуру товарного предложения и степень удовлетворения покупательского спроса, ограничению торгового обслуживания.

В настоящее время достаточно отчетливо прослеживаются растущие требования розничных торговых предприятий к рынку закупок, который представляют поставщики продукции. При рыночных отношениях для розничного предприятия соответствующим образом соединено воедино приобретение нужного товара, требуемого качества, в установленные сроки поставки, по приемлемой цене и у надежного поставщика. Рост требований к реализации продукции вызывает адекватные требования к источникам поступления товаров.

Источники товарного обеспечения определяются исходя из структуры конкретного рынка товаров, контингента покупателей, ассортимента товаров, товарооборачиваемости и финансовых возможностей торгового предприятия.

Непременным условием организации закупочной деятельности торгового предприятия является изучение рынка закупок. Для оценки реальных и потенциальных возможностей поставщиков ООО «ТПО Русские двери» использует следующие критерии:

1) характер деятельности и возможности поставщика;

2) конкурентное положение поставщика на рынке закупки товаров;

3) процедура и порядок исполнения коммерческих сделок;

4) вероятность обеспечения необходимых номенклатуры и объема продукции;

5) условия, гарантирующие качество приобретаемого товара;

6) адекватное сочетание цены и потребительских свойств товара;

7) условия поставки товара: стабильность, периодичность, сроки;

8) предусматриваемая форма платежа и способы расчетов.

Анализ поставщиков по этим критериям позволяет Компании установить оправданные требования по закупке и поставке товаров в данное торговое предприятие.

Новые условия хозяйствования требуют значительного постоянного расширения самостоятельности и равноправия партнеров по договору, устранения излишней регламентации, перехода от централизованного распределения материальных ресурсов к свободной продаже товаров, повышения роли хозяйственного договора.

Правильно организованные закупки дают возможность предприятию сформировать необходимый торговый ассортимент товаров для снабжения розничной торговой сети, осуществлять воздействие на производителей товаров в соответствии с требованиями покупательского спроса, обеспечивают эффективную работу торгового предприятия.

Товары в оптовое предприятие ООО «ТПО Русские двери» поступают от разных поставщиков, находящихся, преимущественно в России. При этом используется централизованный способ доставки.

Централизованная доставка товаров является прогрессивной формой завоза и необходимым условием внедрения рациональной технологии товароснабжения. Ее достоинства заключаются в следующем:

1) планомерно организуется завоз товаров в торговое предприятие в соответствии с учрежденными графиками и маршрутами;

2) ответственность за доставку товаров возлагается на поставщика;

3) работники торгового предприятия не отвлекаются для поиска транспорта, поездок к поставщикам, организации загрузки транспорта, экспедирования товаров и все рабочее время посвящают выполнению своих прямых обязанностей;

4) более ритмично организуется завоз товаров, что способствует нормализации товарных запасов, обеспечению широкого и устойчивого ассортимента товаров;

5) уменьшаются потребности в складской площади;

6) упрощается и ускоряется документооборот между поставщиком и торговым предприятием.

Определенное место в товароснабжении торгового предприятия занимают прямые закупки товаров у производителей. Они осуществляются посредством двухсторонних сделок и контрактов между торговым предприятием и производителем. Данная форма товарного обеспечения торгового предприятия имеет ряд преимуществ:

1) увеличиваются источники закупок товаров и предоставляется возможность их выбора;

2) сокращаются пути и сроки доставки товаров;

3) появляется возможность оперативно воздействовать на производителя в целях обновления ассортимента и повышения качества товаров;

4) сокращается число посредников;

5) снижается степень коммерческого риска;

6) сохраняется стабильный уровень цен на реализуемую продукцию.

После поставки товаров в торговое предприятие они помещаются на склад. Склад торгового предприятия является одним из важнейших элементов логистической системы. Склад Компании – это здание, сооружения и разнообразные устройства, предназначенные для приемки размещения и хранения, поступивших в торговое предприятие товаров, подготовки их к отпуску оптовым покупателям.

Склад Компании выполняет следующие функции:

1) временное размещение и хранение товарных запасов;

2) преобразование материального потока;

3) обеспечение логистичского сервиса в системе обслуживания.

Реализация функции временного хранения запасов означает необходимость проведения работ по размещению грузов на хранение, обеспечению необходимых условий хранения, изъятию грузов из мест хранения.

Преобразование материальных потоков происходит путем трансформирования одних грузовых партий или грузовых единиц и формирования других. Это означает необходимость распаковки грузов, комплектования новых грузовых единиц, их упаковку, затаривание.

Склад Компании принимает товары от производственных предприятий и их представителей большими партиями, комплектует и отправляет крупные партии товаров оптовым покупателям. Склад Компании также формирует широкий торговый ассортимент и снабжает ими розничные торговые предприятия.

Логистические функции склада Компании реализуются в процессе осуществления отдельных логистических операций. В целом комплекс складских операций в оптовой Компании представляет собой следующую последовательность:

1) разгрузка транспорта;

2) приемка товаров;

3) размещение и хранение (укладка товаров в стеллажи, штабели);

4) отборка товаров из мест хранения;

5) комплектование и упаковка товаров;

6) погрузка;

7) внутрискладское перемещение грузов.

Прием и отправка грузов со склада выполняется на одном совмещенном участке. Этот метод имеет свои достоинства и недостатки.

Совмещение участков поступления и отпуска груза позволяет:

- сократить размер площади, необходимой для выполнения соответствующих операций;

- облегчить контроль операций разгрузки и погрузки – операций с высокой интенсивностью материальных, транспортных и людских потоков;

- повысить использование оборудования за счет сосредоточения в одном месте всего объема погрузочно-разгрузочных работ, более гибко использовать персонал.

Основным недостатком совмещения участков приемки и отпуска грузов является появление так называемых встречных грузовых потоков, со всеми вытекающими сложностями, в т.ч. и с возможной путаницей между отправляемыми и получаемыми товарами.

Товарные позиции на складе Компании размещаются в случайном порядке в разных секциях стеллажей, без учета скорости оборота разных товарных позиций. Таким образом, каждая товарная группа имеет равную вероятность размещения в любом месте хранения.

Оптовое торговое предприятие ООО «ТПО Русские двери» принимает активное участие в создании и формировании существующего рынка, и не ставит перед собой цели максимального извлечения прибыли из реализации товара, оставляя простор для розницы. Таким образом, перед данным оптовым предприятием, с одной стороны, стоит задача изучения спроса на товар, характера рынка, планируемого объема продаж товара, наличия конкурентов на рынке, других внешних факторов, влияющих на объем продаж, т.е. проводится полное исследование потребительского рынка. С другой стороны, оптовое предприятие «ТПО Русские двери» не контактирует с конечным потребителем непосредственно и не заключает с ним договоров купли-продажи.

Все планы оптового торгового предприятия «ТПО Русские двери» в области образования хозяйственных связей с покупателями отвечают принципам маркетинга, которые заключаются:

1) в понимании того, что желают и ждут потребители;

2) в создании условий максимальной адаптации деятельности предприятия к условиям рынка исходя из оперативных и долгосрочных перспектив;

3) в информационном сопровождении сбытовой деятельности с помощью всех доступных средств (на первом месте здесь стоит реклама).

Оптовая торговля на предприятии «ТПО Русские двери» осуществляется оперативным способом, что предполагает небольшие, но частые поставки в расчете на гибкость в обслуживании клиентов, оперативное реагирование на изменения конъюнктуры рынка.

При организации сбыта оптовым предприятием выявляется круг конкретных потенциальных покупателей, после чего формируется коммерческое предложение. Путем получения ответов на предложения (запросы), а не заключением договоров, сразу достигается две цели:

1) выявляется оптимальный минимальный объем одной партии и ее примерная цена, а также сколько конкретного товара требуется контрагенту. Продукции придается статус товара путем присвоения ей цены. Формирование цены осуществляется исходя из себестоимости, мнения покупателей, цены конкурентов. При формировании цены учитываются эти три фактора в различном соотношении;

2) формируется мнение о финансовых возможностях будущего партнера, что позволяет подготовить предварительные условия договора, а именно срок действия и форму расчетов.

Далее оценивается деловая репутация потенциального контрагента. После чего, при положительном результате, стороны оформляют договорные отношения.

От оптового предприятия «ТПО Русские двери» товар доводится до конечного потребителя по обычному каналу распределения продукции, который базируется на заключении договоров купли-продажи и договоров поставки товаров с розничными предприятиями. Этот канал распределения подвержен наибольшей нестабильности, так как в большей степени зависит от политики розничных продавцов.

Операции купли-продажи дают возможность получить товар сразу же по заключению договора. По договору поставки предприятие-покупатель получает товар через определенный срок.

В договоре оговариваются условия поставки (чьим транспортом и за чей счет). Доставка товаров, приобретаемых розничным предприятием, осуществляется средствами поставщика («ТПО Русские двери»), но в редких случаях своими силами. Также в договоре поставки четко определены формы оплаты за приобретаемые товары. Чаще всего используется такая форма, как безналичное перечисление денежных средств на расчетный счет продавца. Иногда возможна оплата наличными средствами во время вывоза продукции. При получении крупной партии продукции покупателю предоставляется отсрочка платежа на ранее обговоренный срок. По истечению этого срока оплата может быть произведена в наличной или безналичной форме, что также заранее обговаривается сторонами.

Таким образом, договора купли-продажи между анализируемым предприятием и его покупателями заключаются на взаимовыгодных условиях, что способствует развитию дальнейших партнерских взаимоотношений.

**2.3 Оценка эффективности товародвижения**

Благодаря рационально организованному товародвижению в торговых предприятиях обеспечивается полнота и устойчивость ассортимента товаров, необходимый уровень товарных запасов, удовлетворение спроса, а также высокие финансово-экономические показатели работы торговых предприятий.

Товароснабжение торгового предприятия самым непосредственным образом влияет на развитие его товарооборота. Проведенный анализ позволяет сделать вывод, что товарооборот «ТПО Русские двери» имеет положительную динамику.

Для того чтобы работа оптового предприятия была эффективной, необходимо чтобы товары имелись на складе в достаточном количестве для обеспечения бесперебойной торговли. Поэтому важно контролировать состояние товарных запасов предприятия.

Товарные ресурсы оптового предприятия формируются за счет товароснабжения и находятся в балансовой взаимосвязи с товарооборотом. Важной частью анализа является определение степени обеспеченности товарооборота торговой организации товарными ресурсами. По компании «ТПО Русские двери» имеются данные о движении товаров (таблица 3).

Таблица 3 - Товарный баланс предприятия в действующих ценах, тыс. р.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатель | 2007г. | 2008г. | Отклонение | Влияниена динамикутоварооборота |
| Запасы товаров на начало периода | 9452 | 11156 | 1704 | +1704 |
| Поступления товаров | 187644 | 246433 | 58789 | +58789 |
| Прочее выбытие | 25 | 32 | 7 | -7 |
| Запасы товаров на конец периода | 11156 | 12589 | 1433 | -1433 |
| Товарооборот (реализация) | 185690 | 244680 | 58990 | - |

Можно сделать вывод о движении товаров по предприятию.

Товарооборот в целом по предприятию по сравнению с прошлым годом увеличился. Это увеличение произошло за счет завышенных товарных запасов на начало года, увеличения объема закупок (поступления) товаров. Завышенные товарные запасы на конец периода способствовали сокращению товарооборота.

В прочее выбытие предприятие включает товарные потери, порчу и уценку товаров, их недостачи. В 2008г. часть товара была повреждена при транспортировке. Эти товары были реализованы с уценкой от 30 до 50 %. Увеличение прочего выбытия товаров способствовало уменьшению товарооборота предприятия.

Можно сделать вывод, что в анализируемом периоде на склад Компании поступил поврежденный товар. Вследствие этого предприятие понесло определенные убытки и, таким образом, потеряло часть прибыли, которую оно могло бы получить в случае быстрой реализации товара и при отсутствии уценки на отдельные товары. Также наблюдается увеличение товарных запасов.

Организация товароснабжения оказывает влияние на оборачиваемость (обновляемость) запасов, на величину среднегодовых товарных запасов. Анализ средних товарных запасов и товарооборачиваемости по торговому предприятию «ТПО Русские двери» представлен в таблице 4.

Таблица 4 - Товарные запасы и товарооборачиваемость

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Показатель | 2006г. | 2007г. | Отклонение |
| Товарооборот, тыс. р. | 185690 | 244680 | 58990 |
| Однодневный товарооборот, тыс. р. | 515,9 | 679,7 | 163,8 |
| Среднегодовые товарные запасы, тыс. р. | 10304 | 11872,5 | 1568,5 |
| Время обращения товаров в днях  | 19,97 | 17,47 | -2,5 |
| Скорость обращения товаров |  |  |  |
| в количестве оборотов  | 18,02 | 20,61 | 2,59 |

Товарооборачиваемость в днях товарооборота показывает время, в течение которого товарные запасы находятся в сфере обращения, т.е. число дней, за которое оборачивается средний товарный запас. По торговому предприятию товарооборачиваемость по сравнению с прошлым годом ускорилась в динамике на 2,5 дня. Это стало возможным за счет увеличения однодневной реализации товаров (почти на 32 %). При этом увеличение среднего товарного запаса, оставшегося на складе предприятия, способствовало замедлению товарооборачиваемости. Можно рассчитать, что если бы среднегодовой товарный запас остался хотя бы на уровне прошлого года, то товарооборачиваемость запасов увеличилась бы еще на 2,3 дня.

За счет ускорения оборачиваемости товарных ресурсов в отчетном периоде на 2,5 дня было высвобождено средств на сумму 1699,3 тыс. р. ((-2,5) \* 679,7).

Товарооборачиваемость в числе оборотов показывает количество оборотов среднего товарного запаса за анализируемый период. Она равна частному от деления товарооборота на средний товарный запас.

В отчетном году товарные запасы фактически обновлялись 20,61 раз. В динамике оборачиваемость товаров ускорилась на 2,59 оборотов. Ускорение оборачиваемости товаров свидетельствует о том, что процесс формирования ассортимента товаров в целом осуществляется в соответствии со спросом населения, что характеризует управление формированием ассортимента в Компании с положительной стороны.

На основании проведенного исследования можно сделать вывод, что в отчетном периоде товарные ресурсы использовались не вполне эффективно.

На основании проведенного анализа можно сделать следующие выводы.

Торговая деятельность предприятия ООО «ТПО Русские двери» динамично развивается, о чем свидетельствует увеличение товарооборота предприятия, повышение доходности и прибыльности деятельности.

Структура ассортимента товаров, реализуемых ООО «ТПО Русские двери», достаточно стабильна. Доли отдельных товарных групп в общем товарообороте предприятия изменяются несущественно, в целом все товары пользуются определенным спросом и приносят предприятию выручку и прибыль, увеличивающиеся в динамике.

Анализ показал, что на предприятии увеличиваются товарные запасы. Также, можно заметить, что расходы предприятия растут наиболее высокими темпами, чем другие показатели, что связано с недостатками в системе товародвижения. Система товародвижения обеспечивает предприятие необходимыми товарами, но в большем, чем это необходимо, количестве. Поставка товаров осуществляется в определенные сроки, при этом происходит затаривание складских помещений. Следовательно, необходимо решить эти проблемы и найти пути оптимизации запасов и сокращения расходов.

**3 ЛОГИСТИЧЕСКИЙ ПОДХОД К СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ ТОВАРОДВИЖЕНИЯ**

Реализация продукции - это ее сбыт с целью превращения товаров в деньги и удовлетворения запросов потребителей.

Состояние оптовой продажи на торговом предприятии во многом зависит от эффективности хозяйственных связей с покупателями товаров. В зависимости от того, какой товар и как поставляется на розничное предприятие, зависит вся хозяйственная деятельность оптового торгового предприятия.

На предприятии ООО «ТПО Русские двери» происходит выбытие товаров вследствие его боя, порчи и уценки. Пока сумма выбытия такого товара поставщикам невелика, но имеется тенденция к увеличению количества такой продукции, что является отрицательным моментом в деятельности предприятия. Завышенные товарные запасы на конец периода свидетельствуют о том, что на складе предприятия накапливаются излишние товарные запасы, что ведет к увеличению издержек, связанных с хранением этих запасов, и, возможно, нарушаются условия поставки товаров по количеству. В связи с этим предприятие может потерять значительную часть прибыли. Для дальнейшего совершенствования оптовых продаж предприятия ООО «ТПО Русские двери» необходимо разработать рекомендации и конкретные мероприятия, тем более что резервы для этого имеются.

Предприятию «ТПО Русские двери», выбравшему форму оптового центра для осуществления торговли необходимо выработать четкую политику в планировании товарных запасов. Особенности динамики спроса на продукцию данного предприятия в течение года должны найти отражение в плане товарооборота и товарных запасов торговой фирмы, что позволит более ритмично осуществлять отгрузку оптовым покупателям. В целом, несмотря на сезонные колебания, в настоящее время динамика товарооборота в данном торговом предприятии устойчиво позитивная.

Здесь необходимо добавить, что для того чтобы инвентаризация в оптовом центре была проведена надлежащим образом, необходимо ограничить в помещение доступ покупателей или вовсе его прекратить.

Главная задача оптового предприятия – правильный выбор партнеров для совместной деятельности. Поэтому первым делом руководству анализируемого предприятия следует пересмотреть список поставщиков. Нужен подробный анализ каждого из них. Результатом этого анализа должен стать выбор таких поставщиков, которые:

1) поставляют только высококачественную и конкурентоспособную продукцию;

2) четко соблюдают дисциплину поставок, т.е.

* производят поставки в точные сроки;
* производят поставки в оговоренном количестве;
* производят поставки продукции оговоренного ассортимента и качества;

3) являются честными и надежными партнерами.

Руководству оптового предприятия необходимо помнить, что в условиях рыночной экономики закупочная работа оптовых предприятий имеет следующие особенности:

* свобода выбора характера хозяйственных отношений с поставщиками продукции по закупкам товаров;
* свободное формирование цены и условий закупок, определяемых договором;
* установление хозяйственных связей на основе конкуренции среди поставщиков и покупателей.

Здесь необходимо отметить, что следует полностью пересмотреть содержание имеющихся на предприятии договоров: поставщиками нарушалась дисциплина поставок, т.к. в договорах не конкретизированы условия поставок, а также нет упоминания об имущественной ответственности за невыполнение условий договора. Поэтому в форму договора необходимо внести соответствующие изменения.

Договор должен в обязательном порядке содержать следующие условия поставки:

* товар должен поставляться в строгом соответствии с разработанными графиками поставки;
* поступающий товар должен быть конкурентоспособным и только высокого качества;
* поступающий товар должен быть полностью готов к продаже, или, в крайнем случае, требовать небольшой обработки;
* поступающий товар должен быть надежно упакован во избежание порчи во время доставки и хранения;
* должна быть учтена возможность поставки товаров мелкими партиями;
* должна быть оговорена возможность возврата товаров торговым предприятием, если по какой-либо причине товар его не устраивает.

Четко и строго налаженная работа с поставщиками товаров позволит оптовому предприятию «ТПО Русские двери» постоянно увеличивать объем и эффективность оптовых продаж, завоевать у покупателей авторитет надежного партнера, увеличивать количество постоянных покупателей, что в сегодняшних условиях очень важно для предприятия.

Проведенное исследование показало, что выбор покупателей торговым предприятием «ТПО Русские двери» осуществлен правильно, о чем свидетельствует постоянный рост объема оптовых продаж. Так как фактическое увеличение поставки товаров покупателям в отчетном периоде оказало положительное влияние на эффективность торговой деятельности предприятия, можно предложить внимательно пересмотреть договора с оптовыми покупателями на следующий период в сторону увеличения размеров поставок, с тем чтобы исключить их аритмичность.

Качество управления формированием товарного ассортимента в торговом предприятии заметно влияет на финансовые результаты деятельности предприятия.

Состояние товарных запасов в значительной степени зависит от правильного их анализа и планирования.

В будущем периоде необходимо обеспечить постоянный контроль и учет товарных ресурсов, что приведет к тому, что снизятся расходы организации и вложенные в товарные ресурсы средства принесут прибыль.

Существует много систем управления и планирования товарных запасов.

Планирование запасов товаров заключается в разработке их нормативов по группам товаров. На практике предприятия реализуют сотни, тысячи товаров, ассортимент реализуемых товаров может изменяться под влиянием конкуренции и прочих факторов, поэтому рассчитать нормативы запасов практически нереально и нецелесообразно. Важно выделить те группы товаров, по которым это необходимо в первую очередь. Такую возможность дает АВС-анализ.

За рубежом контроль запасов осуществляется по правилу «ABC», данный способ наверняка может найти широкое применение и в отечественной практике. В соответствии с методом «ABC» все запасы объединяют в три группы:

Изделия «А» - наиболее дорогостоящие. На их долю приходится примерно 70 - 80 % общего объема продаж, но они составляют лишь 10-20% общей суммы товарных запасов.

Изделия «В» - средние по ценам и более замедленной товарооборачиваемости, пользующиеся меньшим спросом, чем товары группы «А». Их удельный вес в общем объеме товарооборота составляет примерно 10-15%, а доля в общей сумме запасов - 30-40%.

Изделия «С» - самые дешевые, к ним относят товары еще более редкого спроса и медленной оборачиваемости. В общем объеме продаж их суммарная стоимость составляет 5-10%, однако они занимают 40-50% объема товарных запасов.

Данный метод, позволяет предприятию систематизировать учет и контроль запасов, выбрать те товары, которыми необходимо управлять в первую очередь.

Закон Парето, основанный на анализе «ABC», гласит, что на 20 % всех изделий, находящихся в запасах, приходится 80 % всех затрат.

Правило 80/20 позволяет систематизировать учет и контроль за запасами, а так же принимать обоснованные решения по закупке товаров. Необходимо осуществлять контроль за подвижностью, реализацией товаров. Особое внимание следует обратить на дорогостоящие изделия, так как значительная часть капитала предприятия омертвляется при хранении на складе, даже небольшого количества данного товара.

В таблице 5 представлена реализация товаров по всем группам предприятия «ТПО Русские двери».На основании данного анализа можно определить, каким товарам следует уделять наибольшее внимание.

Таблица 5 - Реализация товаров по группам на предприятии «Ю.Икей»

|  |  |
| --- | --- |
| Товарныегруппы | 2007г. |
| товарооборот, тыс. руб. | уд. вес, % | Уд. веснарастающим итогом | Группа  |
| ДГ | 50648,8 | 20,7 | 20,7 | А |
| ДО | 50404,1 | 20,6 | 41,3 | А |
| Нестандартные двери | 46978,6 | 19,2 | 60,5 | А |
| Фурнитура | 38659,4 | 15,8 | 76,3 | В |
| Комплектующие  | 33521,2 | 13,7 | 90 | В |
| Прочее  | 13457,4 | 5,5 | 95,5 | С |
| Стекло | 11010,6 | 4,5 | 100 | С |
| Товарооборот всего | 244680,0 | 100,0 | - |  |

Группа А – ДГ, ДО, нестандартные двери. Это товары, которые требуют тщательного планирования, постоянного контроля т.к. предприятию они приносят наибольшую часть дохода.

Группа В – фурнитура и комплектующие. Это товары, которые в меньшей степени пользуются спросом и в реализации занимают примерно 15 %.

Группа С - стекло и прочие товары, которые занимают менее 10 % в реализации. Ассортимент этих товаров в дальнейшем необходимо оптимизировать.

При размещении товаров на складе следует использовать приемы логистики. Рациональное размещение позволит минимизировать количество передвижений, что сэкономит время на погрузочно-разгрузочные работы и обеспечит наилучшую сохранность товара.

Для принятия решения о размещении товаров на складе воспользуемся методом Парето: на основании показателей товарооборота выше произведено ранжирование всех товарных групп по частоте спроса с применением метода АВС.

С учетом всех факторов рекомендуется составлять детальную план-схему размещения товаров на складе (рисунок 2).

Из приведенных данных видно, что ДГ,ДО, нестандартные двери - наиболее часто отпускаемые товары, их следует располагать вдоль «горячих» линий.

Фурнитура и комплектующие – менее ходовой товар, поэтому эти товары следует размещать на втором плане.

Менее всего востребованы стекло и прочие товары, поэтому их так же следует размещать на периферии, вдоль «холодных» линий.

За счет рационального размещения запасов на складе можно получить экономию на транспортных расходах по перемещению грузов внутри склада.

При новом размещении запасов на складе товары, пользующиеся наибольшим спросом, будут располагаться у самого входа на склад в зоне А, а также в зоне В (расстояние от входа составляет не более 30 % всей длины, т.е. не более 75 м).

За счет рационализации размещения запасов на складе предприятие получит возможность высвободить, например автопогрузчик или другую технику.

Предложенное деление товарных запасов носит обобщенный характер и является лишь рекомендацией для разработки наиболее конкретного плана по размещению товаров на складе. При детальной разработке плана следует глубоко исследовать ассортимент, произвести аналогичное ранжирование с учетом спроса внутри товарных групп. Также следует принять во внимание характер хранения товарных запасов (в таре или без, пакетирование и т.д.), габариты (обратить внимание на крупногабаритные товары), наличие механизированной (автоматизированной) техники.

Целью оптимизации товарных запасов является определения той их величины, которая в плановом периоде при данном товарообороте смогла бы обеспечить бесперебойность удовлетворения спроса населения, а также минимизировать издержки обращения связанные с завозом и хранением товара.

Плановый товарооборот предприятия «ТПО Русские двери» составит 263716,0 тыс. р.

Для обеспечения непрерывного торгового процесса необходим страховой запас товаров на случай сбоя в поставках и других непредвиденных ситуаций.

На складе оптового предприятия должно находиться товаров не более чем в расчете на 2 недели торговли или 14 дней. Кроме того, необходимо учесть прочее выбытие товаров вследствие естественной убыли (для промышленных товаров - 0,02 % от товарооборота).

Однодневный товарооборот планового периода составит 732,5 тыс. р. (263716,0 / 360). Определим объем необходимых годовых товарных запасов на плановый период:

обеспечение товарооборота 263716,0 тыс. р.

естественная убыль (0,02 %) 52,7 тыс. р.

страховой запас (732,5 \* 14) 10255 тыс. р.

итого необходимо товаров 274023,7 тыс. р.

поступление товаров 261434,7 тыс. р.

Данные о средних товарных запасах и товарооборачиваемости по предприятию «ТПО Русские двери» на плановый период обобщены в таблице 6.

Таблица 6 - Товарные запасы и товарооборачиваемость по предприятию «ТПО Русские двери».

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Показатель | 2008г. | План  | Отклонение |
| Товарооборот, тыс. р. | 244680,0 | 263716,0 | 19036,0 |
| Однодневный товарооборот, тыс. р. | 679,7 | 732,5 | 52,8 |
| Запасы товаров на начало периода, тыс. р. | 11156,0 | 12589,0 | 1433,0 |
| Поступление товаров, тыс. р. | 246433,0 | 295129,7 | 48696,7 |
| Выбытие товаров, тыс. р. | 32,0 | 52,7 | 20,7 |
| Запасы товаров на конец периода, тыс. р. | 12589,0 | 10255,0 | -2334,0 |
| Среднегодовые товарные запасы, тыс. р. | 11872,5 | 11422,0 | -450,5 |
| Время обращения товаров в днях  | 17,47 | 15,59 | -1,87 |
| Скорость обращения товаровв количестве оборотов  | 20,61 | 23,09 | 2,48 |

Таким образом, поступление товаров за плановый период не должно превысить 295129,7 тыс. р. Товарные запасы на конец планового периода должны составить 10255,0 тыс. р. Оборачиваемость товарных запасов в плановом периоде составит 15,59 дня. Сокращение товарооборачиваемости позволит высвободить средства из оборота в сумме 1369,8 тыс. р.

Можно заметить, что ускорение товарооборачиваемости сопровождается увеличением поступления товаров, следовательно, применение методов логистики в управлении запасами может способствовать ускорению товарооборачиваемости, при этом не сдерживать развитие товарооборота и поступление товаров.

В дальнейшем необходимо постоянно осуществлять расчет оптимальных закупочных партий и обеспечивать поддержание складского запаса в целях минимизации затрат.

Работа по улучшению положения торгового предприятия «ТПО Русские двери» не должна ограничиваться этими мероприятиями. В процессе коммерческой деятельности руководство должно постоянно контролировать все процессы, протекающие на предприятии, проявлять повышенное внимание к качеству товаров и обслуживания покупателей. Необходимо разрабатывать новые и корректировать уже намеченные управленческие решения относительно работы предприятия в зависимости от обстоятельств.

**ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

Рыночные отношения представляют собой главную форму взаимосвязи между товаропроизводителями и покупателями, то есть механизм согласования их действий. В процессе этих отношений выявляется эффективность всех сфер экономики, каждого предприятия.

Торговля выступает как торговый посредник между производством и потребителем. От того, насколько равномерно организовано продвижение товара и успешны действия в сфере товарного обращения по доведению товара от производителя к потребителю, зависит качество удовлетворения потребностей потребителей.

Для того чтобы осуществлять торговые процессы, необходимо напрямую заниматься товарным обеспечением фирмы.

Организация товародвижения оказывает влияние на непрерывность работы торговых предприятий; на качество обслуживания; уравновешивает соотношение между объемом и структурой спроса и товарного предложения, что в конечном итоге влияет на экономическую эффективность деятельности предприятия. В сегодняшних условиях необходимо логистически организованное товародвижение.

Логистика предполагает наличие устойчивых хозяйственных связей между участниками товародвижения. Лишь у постоянных партнеров по бизнесу возникает необходимая прозрачность систем учета издержек, появляется возможность разработки и применения согласованных технологий переработки грузов и информации.

Внешние для торговли факторы, стимулирующие развитие интеграционных процессов в отрасли:

1) рыночная неопределенность;

2) падающий по различным причинам спрос;

3) обострение проблемы реализации товаров;

4) многочисленные осложнения на пути движения товаров к потребителям, вызванные неразвитостью инфраструктуры торговой деятельности.

Внутренним фактором интеграции в торговле, т.е. основным внутриотраслевым мотивом, является усиление конкуренции, пусть даже в ее неразвитых формах.

Следует отметить высокие возможности логистической оптимизации интегрированных (сетевых) структур. Например, в крупных торговых сетях интеграция информационных систем розничной и оптовой торговли позволяет автоматически информировать поставщика об уменьшении количества товаров на полках обслуживаемых магазинов.

С организационно-экономической точки зрения развитие различных форм интеграции предприятий торговли позволит:

1) снижать накладные расходы за счет введения централизованных служб управления, централизации снабженческих транспортных и учетных функций;

2) осуществлять закупки крупными партиями на выгодных условиях платежа и поставок, что в конечном итоге сказывается на уровне цен и заинтересованности покупателей;

3) использовать новейшие информационные технологии для осуществления управления сетью и создания информационных банков данных по номенклатуре продаваемой продукции;

4) поддерживать производителей, предоставляя им приоритетность поставок;

5) развивать дополнительные услуги торговых предприятий.

Развитие систем логистики в торговле обусловлено именно наличием сетевых структур, на долю которых приходится около 90% торгового оборота.

Цель курсовой работы состояла в оценке экономического эффекта, который может быть получен от применения методов логистики в управлении товародвижением в торговой фирме.

На основании анализа основных показателей деятельности можно заключить, что предприятие ООО «ТПО Русские двери» находится в устойчивом финансовом состоянии, при этом увеличивается объем продаж, получаемая торговым предприятием прибыль и повышается рентабельность продаж.

Анализ показал, что на предприятии увеличиваются товарные запасы. Также, можно заметить, что расходы предприятия растут наиболее высокими темпами, чем другие показатели, что связано с недостатками в коммерческой работе предприятия.

Товародвижение играет первостепенное значение в формирование товарооборота торговой организации и его структуры, а также оказывает влияние на результат хозяйственной деятельности организации в целом.

Цель совершенствования системы товародвижения на предприятии Компания «ТПО Русские двери».- создание высокоэффективной товаропроводящей системы, способной обеспечить наличие нужного товара, в нужном месте, в нужное время, в нужном количестве, с минимальными затратами и по приемлемой цене. Эта система должна иметь высокую способность адаптироваться к изменениям окружающей среды.

Четкая организация приемки товаров по количеству, правильное размещение их на складе - важная составная часть процесса товародвижения торгового предприятия. От правильной организации приемки и хранения товаров зависит сохранность материальных ценностей, ход реализации товаров.

Как показали расчеты, применение методов логистики в управлении товародвижением в торговой фирме позволит получить значительный экономический эффект – только оптимизация запасов высвободить средства из оборота в сумме почти 1,5 млн. р. За счет рационального размещения запасов на складе можно получить экономию на транспортных расходах по перемещению грузов внутри склада, а также высвободить грузовую и другую складскую технику.

Таким образом, применение методов логистики в управлении товародвижением в торговой фирме позволит получить существенную экономическую выгоду, повысить результаты коммерческой деятельности предприятия.

**СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ**

1. Родников А.Н. Логистика: Терминологический словарь. – М.: Экономика, 1995.

2. Логистика: Учебное пособие / под ред. Б. А. Аникина. - М.: ИНФРА-М, 2005.

3. Гаджинский А.М. Логистика: Учебник для высших и средних специальных учебных заведений. – М.: Издательско-книготорговый цент «Маркетинг», 2004.

4. Логистика: Учебное пособие / под ред. Б. А. Аникина. - М.: ИНФРА-М, 2005.

5. Киршина М.В. Коммерческая логистика. – М.: ООО Фирма «Благовест – В», 2003.

6. Егорова Н.Р., Николаева Т.И. Экономика отрасли: торговля потребительскими товарами: Учеб. пособие. - Екатеринбург: Изд-во УрГЭУ, 2003.

7. Бланк И.А. Торговый менеджмент.- Киев: Эльга, Ника-Центр, 2004.

8. Дашков Л.П., Памбухчиянц В.К. Коммерция и технология торговли. – М.: ИВЦ «Маркетинг», 2005.

9. Панкратов Ф.Г., Серегина Т.К. Коммерческая деятельность: Учебник для высш. и средн. спец. учеб. заведений. – М.: Информационно – внедренческий центр «Маркетинг», 2004.

10. Абчук В.А. Коммерция: Учебник. – С-Пб.: Изд. Михайлова В.А., 2006.

11. Седов В.И. Маркетинг промышленных товаров: М.: Прогресс, 2006.

12. Бабаев С. Управление закупками и продажами / Российская торговля, 2005, № 5/6.

13. Экономика предприятий торговли и общественного питания: Учеб. пособие / рук. авт. кол. Т.И. Николаева; Науч. ред. Н.Р. Егорова. – М.: Кнорус, 2006.

14. Экономика торгового предприятия: Торговое дело: Учебник / Под ред. Л.А. Брагина. – М.: ИНФРА-М, 2008.

15. Гордон М. П., Карнаухов С. Б.Логистика товародвижения. - М.:Центр экономики и маркетинга, 2005

16. Павлова Е. В. Формирование логистической системы компании. Методическое пособие. - М., 2008.

17. Смехов А. А. Основы транспортной логистики: Учебник для вузов. - М.: Транспорт, 2006.

18. Логистика: Учебное пособие / Под ред. проф. Б.А. Аникина. - М.: ИНФРА-М, 2007.

19. Сергеев В. И. Логистика в бизнесе: Учебник. - М.: ИНФРА-М, 2006

20. Ворожейкина Т. М., Игнатов В. Д. логистика в АПК. - М.: КолосС, 2007

21. Родников А.Н. Логистика: Терминологический словарь. — М ИНФРА-М, 2002.

22.Плоткин Б. К. Основы логистики: Учебное пособие / ЛФЭИ. - Л., 2005.

23.Основы логистики: Учеб. Пособие/Под ред. Л.Б. Миротина и В. И. Сергеева. - М.: ИНФРА-М, 2006.

24. Рынок и логистика / Под редакцией М.П.Гордона. – М.: Экономика, 1999.

25. Чудаев А. Д. Логистика. - М., 2007

26. Семененко А.И. Предпринимательская логистика. – .: Политехника, 2005

27. Чеботаев А. А. Логистика. Логистические технологии: Учебное пособие. - М.: Дашков и Ко, 2004

28. http://www.logist.ru/

29. http://www.logistic.ru/

30. http://www.loginfo.ru/

1. Родников А.Н. Логистика: Терминологический словарь. – М.: Экономика, 1995, с. 86. [↑](#footnote-ref-1)
2. Логистика: Учебное пособие / под ред. Б. А. Аникина. - М.: ИНФРА-М, 2005, с. 7. [↑](#footnote-ref-2)
3. Гаджинский А.М. Логистика: Учебник для высших и средних специальных учебных заведений. – М.: Издательско-книготорговый цент «Маркетинг», 2004, с. 23. [↑](#footnote-ref-3)
4. Логистика: Учебное пособие / под ред. Б. А. Аникина. - М.: ИНФРА-М, 2005, с.10. [↑](#footnote-ref-4)
5. Логистика: Учебное пособие / под ред. Б. А. Аникина. - М.: ИНФРА-М, 2005, с.14. [↑](#footnote-ref-5)
6. Киршина М.В. Коммерческая логистика. – М.: ООО Фирма «Благовест – В», 2003, с. 3. [↑](#footnote-ref-6)