РЕФЕРАТ

по курсу «Коммерческая деятельность промышленных предприятий»

на тему:

**«Сбыт продукции. Закупка сырья»**

**1. Определение оптимальной величины партии закупаемых материальных ресурсов и потребности в оборотном капитале на создание производственных запасов и запасов в незавершенном производстве**

Норма оборотных средств на сырье и материалы складывается из следующих элементов:

- времени пребывания оплаченных предприятием материальных ценностей в пути (транспортный запас);

- времени, необходимого для выгрузки, доставки материала на предприятие, приемки и складирования;

- времени для подготовки материалов к производству;

- времени пребывания материалов в составе текущего и страхового запасов.

Транспортный запас включает в себя пребывание материалов в пути с момента оплаты счета поставщика до прибытия груза на склад потребителя.

В течение определенного периода времени материальные ценности изъяты из сферы производства: поставщик отправил их потребителю и уже не может ими воспользоваться, а покупатель еще не получил их и не может их употребить для целей производства продукции.

На время отвлечения материальных ценностей из сферы производства требуются оборотные средства и для поставщика, и для потребителя. Для поставщика – на время от отгрузки до оплаты покупателем, а для потребителя – с момента оплаты до поступления материалов на склад покупателя.

Отгрузка сырья и материалов поставщиком приводит к одновременному движению материальных ценностей различными видами транспорта (материалооборот) и платежных документов (документооборот), причем движение материальных ценностей и платежных документов по времени может не совпадать, что чаще всего и бывает.

Возможны следующие варианты:

- предприятие получает платежные документы, оплачивает стоимость сырья, материалов, полуфабрикатов, а материальные ценности еще не поступили. В этом случае предприятию требуется определенная сумма оборотных средств, чтобы оплатить материальные ценности, которые еще какое-то время будут находиться в пути;

- платежные документы и материальные ценности прибывают одновременно;

- материальные ценности прибывают раньше, чем платежные документы.

Во втором и третьем случаях предприятию не требуется оборотных средств для оплаты материалов в пути.

Размер транспортного запаса рассчитывается с учетом стоимости материальных ценностей, находящихся в пути, и однодневного расхода материалов, рассчитанного на основе фактических данных.

Второй элемент нормы оборотных средств по сырью, материалам и покупным изделиям – время, необходимое для приемки, разгрузки, сортировки и складирования этих материальных ценностей.

Это время может определяться методом технического нормирования с использованием хронометража. Указанная норма зависит от: особенностей материально-технического обеспечения, организации погрузочно-разгрузочных работ, вида материалов и т.п.

Наибольшую трудность представляет расчет текущих запасов сырья и материалов. Текущие запасы являются основной частью нормы оборотных средств. Текущий (складской) запас – это постоянный запас материалов, полностью подготовленных к запуску в производство. Его назначение – обеспечение бесперебойной производственной деятельности предприятия, а величина его зависит от частоты поставок данного вида сырья и материалов.

Еще одним элементом нормы оборотных средств является резервный или страховой запас, который должен компенсировать влияние случайных факторов на оборот средств. Он нужен для того, чтобы гарантировать бесперебойную работу предприятия в случаях нарушений сроков поставок, установленного объема поставок, при поступлении некомплектных покупных изделий, а также при поступлении некачественных сырья, материалов, полуфабрикатов.

Размер страхового запаса рекомендуется исчислять в размере 50 % от нормы текущего запаса.

Норма оборотных средств по каждому виду сырья, материалов, полуфабрикатов рассчитывается сложением полученных выше дней запаса. Чтобы получить стоимостное выражение нормы оборотных средств, необходимо умножить количество дней на среднесуточный расход данного вида в стоимостном выражении.

Определение потребности в оборотных средствах предприятия осуществляется путём нормирования оборотных средств.

По способу определения потребности в оборотных средствах они подразделяются на нормируемые и ненормируемые.

К нормируемым оборотным средствам относят: производственные запасы сырья, материалов, тары, незавершенное производство, расходы будущих периодов, готовую продукцию на складах предприятия, денежные средства в кассе на хранении.

Нормой оборотных средств называют относительный показатель, соответствующий объему запаса каждого элемента оборотных средств. Нормы устанавливаются в днях запаса. Нормы оборотных средств определяются условиями работы предприятия, а именно: длительностью производственного цикла; временем подготовки сырья и материалов к производству; порядком переработки и использования отходов; территориальным размещением поставщиков сырья и материалов; частотой и равномерностью поставок; размером поставляемых партий материалов; системой и формой расчетов и др. условиями снабжения и сбыта.

Норматив оборотных средств – это денежное выражение стоимости минимально необходимых предприятию средств для создания нормируемых запасов по каждому виду оборотных средств.

Нормирование оборотных средств решает две основные задачи.

Первая задача – поддерживать соответствие между размерами оборотных средств предприятия и потребностью в средствах для обеспечения минимально необходимых запасов материальных ценностей. Эта задача увязывает зависимость объема оборотных средств от уровня запасов. При этом понимается, что для каждого предприятия необходимо установить такой норматив, чтобы при нормальной хозяйственной деятельности оно не испытывало бы финансовых затруднений для обеспечения процесса производства и реализации продукции.

Вторая задача более сложная: с помощью нормирования необходимо управлять объемами запасов.

Первым этапом нормирования является разработка норм запаса по каждому элементу нормируемых оборотных средств.

Нормирование оборотных средств предполагает: определение норм запаса оборотных средств в днях; определение нормативов всех оборотных средств в денежном выражении, в том числе по каждому элементу.

Норматив оборотных средств определяется исходя из следующих показателей: объема производства и реализации продукции; затрат на производство; норм оборотных средств по видам товарно-материальных ценностей, выраженных в днях.

Норматив отдельного элемента оборотных средств (Нэл.) рассчитывается по формуле:

Нэл = Оэл \* Нэл / Тд,

где: Оэл – оборот (расход, выпуск) по данному элементу за период;

Нэл – норма оборотных средств по данному элементу;

Тд – продолжительность периода, дни.

Эти факторы определяют одну сторону потребности предприятия в оборотных средствах – внутренние потребности предприятия – покупателя. Но есть и другая сторона – внешняя, зависящая от работы поставщиков и транспорта, что заставляет рассчитывать норму оборотных средств в днях.

Нормирование оборотных средств производится по трем основным позициям: нормирование оборотных средств на сырье, материалы, покупные изделия; нормирование оборотных средств на незавершенное производство; нормирование оборотных средств на готовую продукцию.

К незавершенному производству относится продукция, находящаяся на момент расчета на какой-либо стадии изготовления продукции.

В незавершенное производство входят авансированные денежные средства, вложенных в затраты на сырье, материалы, топливо, электроэнергию, амортизационные отчисления и пр. расходы. Все эти затраты по каждому виду продукции нарастают по мере движения по цепочке технологического процесса.

Размер оборотных средств, занятых в незавершенном производстве, зависит от длительности производственного цикла, себестоимости изготовляемой продукции и интенсивности нарастания затрат в процессе производства.

Норма оборотных средств, занятых в незавершенном производстве, рассчитывается следующим образом:

Ннп = Здн \* Тдц \* k,

где: Здн – среднедневные затраты, руб;

Тдц – длительность производственного цикла изготовления данной продукции, дни;

k – коэффициент нарастания затрат.

Длительность производственного цикла, например в машиностроении, определяется временем, которое проходит от начала запуска в производство первой детали изделия, запускаемой в производство, до приемки готового изделия отделом технического контроля.

Если затраты производства нарастают равномерно, коэффициент нарастания затрат рассчитывается по формуле:

k = (М + 0,5 Рп)/С,

где: М – плановые затраты на основные материалы;

Рп – прочие элементы затрат (принимаем, что затраты по прочим элементам нарастают равномерно в течение всего производственного цикла и в расчете принимаются за 50% стоимости);

С – плановая себестоимость единицы продукции.

**2. Содержание, задачи и функции коммерческой деятельности промышленного предприятия по сбыту продукции**

Коммерческая деятельность промышленного предприятия по сбыту продукции является важной составляющей всей системы его функционирования, т.е. функцией предприятия. Роль и значение сбытовой деятельности состоит в том, что:

- сбыт окончательно определяет результаты производственной деятельности, т.е. конечные экономические показатели и конкретные потребности конкретных потребителей;

- сбыт, с одной стороны, реализует корпоративную миссию предприятия, с другой стороны, определяет ее;

- сбытовая деятельность как бы продолжает процесс производства, беря на себя доработку товара и его подготовку к продаже (сортировку, фасовку, упаковку, комплектацию). Этим создается потребительская стоимость и увеличивается ценность и стоимость продукции;

- сбытовая деятельность, приспосабливая сбытовую сеть к запросам покупателей, создавая им максимальные удобства до, во время и после приобретения продукции, позволяет повысить свою конкурентоспособность;

- именно во время сбыта происходит выявление, изучение вкусов, предпочтений потребителей, изучается их поведение и реакции на маркетинговые усилия предприятия.

Сбытовая деятельность, сбыт – это совокупность функций, осуществляемых до и после завершения производственной стадии (по окончании изготовления продукции) вплоть до непосредственно продажи продукции потребителю (покупателю) и послепродажного обслуживания. В узкой трактовке – сбыт – это непосредственно продажа продукции. Сбыт в маркетинге – это организация: системы товародвижения, сервисного обслуживания продукции, системы формирования спроса и стимулирования сбыта, а также формирование и проведение целенаправленной товарной и ценовой политики.

Организация сбытовой деятельности требует определения цели, задач, предмета, субъектов, объектов, характера и содержания сбыта. Основной целью сбыта является доведение до конкретных потребителей конкретной продукции требуемых потребительских свойств (качества, цены и др.) в необходимом количестве, в точное время, в определенном месте с минимально возможными затратами. Задачами сбыта могут быть: увеличение объема реализации продукции, освоение новых рынков сбыта, увеличение занимаемой долу рынка, обеспечение определенного уровня рентабельности продаж или его увеличения, расширение круга потребителей, повышение престижа предприятия и т.д. Для достижения намеченных в сбыте целей и задач следует придерживаться следующих принципов:

- осуществлять неразрывную связь коммерции с маркетингом;

- обеспечивать гибкость коммерции, ее направленность на учет постоянно меняющихся требований рынка;

- уметь предвидеть коммерческие риски;

- выделять приоритеты;

- проявлять личную инициативу;

- обеспечивать высокую ответственность за выполнение договорных обязательств;

- обеспечивать нацеленность на достижение конечного результата – прибыли.

Предмет сбыта – это продукция, услуги промышленного предприятия. Субъекты сбыта – это промышленные предприятия и посреднические (торговые) организации. Объекты сбыта – это потребители продукции (работ, услуг). Характер сбыта должен быть адресным, направленным на конкретных потребителей продукции предприятия. Содержание сбытовой деятельности определяется совокупностью взаимосвязанных, последовательно выполняемых и целенаправленных функциональных действий по распределению, доведению и реализации продукции потребителям (покупателям). К ним относятся следующие группы функций:

а) основные функции:

- коммерческие – это продажа (аренда);

- производственные (технологические);

- хранение – складирование: разгрузка, погрузка, внутреннее перемещение, хранение, сортировка, маркировка, комплектация, группировка, упаковка, затаривание и др.;

- распределение – доставка: формирование и хранение запасов, организация процесса товародвижения, формирование и подготовка партий поставок, погрузка в транспортные средства, отправка, транспортировка и др.;

б) вспомогательные функции:

- коммерческие;

- маркетинг: исследование, анализ и формирование спроса, коммуникационное продвижение (реклама, стимулирование сбыта, связь с общественностью, личная продажа, прямой маркетинг);

- юридические функции: обоснование и оформление, сопровождение и защита и др.;

- производственные (технологические) функции: предпродажная подготовка и обслуживание, послепродажное обслуживание;

в) функции обеспечения сбытовой деятельности: информационное, финансовое, кадровое, материально-техническое обеспечение;

г) функции управления сбытовой деятельностью – это специальные функции управления, присущие коммерческой деятельности в целом.

Реализация основных коммерческих функций означает признание и реализацию стоимости и потребительской стоимости продукции предприятия. При этом одновременно происходит передача и полного права собственности на нее.

Одна группа основных функций производственного характера предусматривает организацию сбытовой сети – сети каналов сбыта, обеспечивающих адресность сбыта, т.е. доставку продукции конкретным потребителям (покупателям). Функции распределения включают в себя формирование и хранение сбытовых запасов (определение их объемов и структуры, управление запасами, организация их хранения), формирование товарных потоков и товародвижения, т.е. формирование и подготовку партий поставок продукции (сортировку, комплектацию и группировку, упаковку, маркировку и затаривание и другие операции в соответствии с договором поставки или заказом) и их доставку (отправку, транспортировку) потребителям. Хранение-складирование предполагает выполнение следующих функций: разгрузки и погрузки, внутреннего перемещения, непосредственного хранения, сортировки и маркировки, группировки и комплектации и др. Эти функции могут выполняться полностью самими предприятиями-производителями, а также частично осуществляться в каналах сбыта. В процессе транспортировки происходит доставка продукции различными видами транспорта: железнодорожным, автомобильным, воздушным, водным и трубопроводным.

**3. Содержание оперативно-сбытовой работы, в том числе по приемке, отправке и отгрузке продукции**

Оперативно-сбытовая деятельность на каждом из предприятий имеет свои особенности, которые определяются назначением выпускаемой продукции, организационной структурой сбыта, отраслевой спецификой предприятия. Вместе с тем на всех предприятиях оперативно-сбытовая работа является завершением процесса реализации произведенной продукции.

Оперативно-сбытовая работа на предприятии включает:

- разработку планов-графиков отгрузки готовой продукции покупателям;

- приемку готовой продукции от цехов-изготовителей и подготовку ее к отправке покупателям;

- организацию отгрузки продукции покупателям и оформление документов, связанных с отгрузкой;

- контроль за выполнением заказов покупателей и платежеспособностью клиентов.

Планы-графики отгрузки готовой продукции разрабатываются на короткие периоды времени (декада или неделя), с их помощью осуществляется координация планов сбыта с планом производства.

Особо важно соблюдать планы-графики отгрузки оборудования при комплектных поставках.

Продукция, изготовленная цехами, поступает на общезаводской или цеховой склады готовых изделий, которые должны принять ее от цехов по количеству и качеству. Порядок сдачи готовой продукции на склад зависит от многих факторов: от свойств выпускаемой продукции, ее размеров, веса, организации внутризаводского транспорта и других. Прием готовой продукции от цехов производится складом совместно с ОТК и оформляется специальными документами: накладными, приемосдаточными актами или ведомостями. В этих документах должны отражаться следующие данные: цех-изготовитель, склад-получатель, наименование продукции, объем заказа цеху и фактическое количество продукции, предъявленное к сдаче на склад, установленный и фактический срок сдачи, отметка ОТК о соответствии принимаемой продукции установленным ГОСТ, ТУ.

При подготовке продукции к отгрузке покупателям особое внимание уделяется строгому соблюдению правил упаковки и маркировки, установлению количества отгружаемой продукции (веса, количества тарных мест, пачек, ящиков и т.п.).

При отгрузке продукции покупателям особенно важен правильный выбор упаковки.

Упаковка должна выполнять следующие функции:

- предохранять товар от порчи и повреждений (эта функция наиболее характерна для продукции производственно-технического назначения);

- обеспечивать создание условий для транспортировки, погрузки и выгрузки товаров, их складирования и продажи;

- быть важным носителем рекламы (эта функция более важна для товаров широкого потребления).

Величина расходов на упаковку товаров должна находиться в разумной пропорции к стоимости упакованного товара и соизмеряться с экономической пользой.

Упаковка товаров должна соответствовать транспортным средствам, которые используются при их перевозке, а также средствам механизации и автоматизации при погрузке, разгрузке и складировании. Например, упаковка товаров в термоусадочную пленку на поддонах соответствует перевозке в контейнерах и механизации складских работ с помощью автопогрузкчиков.

Для фирменных товаров роль упаковки еще более возрастает. Она должна:

- отличаться от упаковки конкурентов, т.е. иметь свойства, отличающие товар предприятия от кункурентов;

- помогать покупателю в поисках товара и отождествлять данный товар с его производителем;

- придавать товару определенный имидж, соответствующий уровню цены.

Маркировка при подготовке товара к отгрузке имеет следующие цели:

- указывать особенности товара;

- предупреждать транспортные организации об особенностях погрузки, выгрузки и перевозки товара;

- информировать транспортные организации о весе «нетто» и «брутто» для правильного подбора грузоподъемных средств и расчетов за перевозку товаров;

- сортировать грузовые места по принадлежности к определенному грузополучателю или контракту;

- проверять комплектность погрузки и выгрузки по нумерации мест в партии.

Для достижения указанных целей маркировка товара должна содержать следующие сведения:

- наименование грузополучателя и его официальный адрес;

- номер ящика (если в партии несколько ящиков, то нумерация осуществляется в виде дроби: в числителе номер ящика, в знаменателе число ящиков в партии);

- номер контракта;

- вес «нетто»;

- вес «брутто».

Маркировку должен иметь товар и при продаже. Это – различные этикетки, ярлыки. На этикетке может быть только одно марочное название, но в большинстве случаев этикетка является носителем значительно большего объема информации: сорт товара, срок его изготовления, срок годности для потребления, процентный состав компонентов и др. В настоящее время получило широкое распространение штриховое кодирование товаров. Обычно штриховой код готовым изделиям присваивается для учета товаров на складе готовой продукции. Оперативная отгрузка продукции покупателям в условиях рынка приобретает первостепенное значение. Применение технологии штрихового кодирования товаров проявляется не только предприятия-изготовителя, но и в сфере обращения, т.е. в оптовой и розничной торговле, которая закупает товары у изготовителей. Использование технологии штрихового кодирования товаров в сфере обращения позволяет обеспечить оперативность управления товарными запасами, снизить внутрискладские издержки, уменьшить потери товаров.

При подготовке продукции к отправке покупателям также большое внимание уделяется правильному оформлению документов, используемых при расчетах с покупателями. К ним в первую очередь относятся документы, удостоверяющие количество, качество и комплектность отгружаемых товаров:

- спецификация, подтверждающая, что товар поставлен по номенклатуре и в количестве, предусмотренным контрактом;

- сертификат качества, подтверждающий, что товар перед отправкой проверен поставщиком на соответствии техническим требованиям контракта;

- упаковочный лист, в котором указывается, в каких упаковках содержится какой товар и в каких количествах;

- транспортный документ, подтверждающий принятие товара к перевозке;

- комплектовочная ведомость, указывающая, какими частями комплектной поставки являются отгружаемые детали;

- счет на оплату отгружаемых товаров.

Счет имеет следующие реквизиты:

- номер и дата его выписки поставщиком;

- наименование и банковские реквизиты грузоотправителя и плательщика;

- наименование товара, его количество, цена и сумма, на которую отгружен товар, с выделением НДС;

- номер контракта.

Счет выписывается поставщиком на поставляемую партию товара вместе с товарно-транспортной накладной (номер и дата оформления которой обязательно указывается в счете) либо в случае предоплаты до отпуска товара и также является основанием для оплаты товара.

Товарно-транспортная накладная является одним из основных товаросопроводительных документов. Товарно-транспортная накладная является транспортным документом при доставке товара автомобильным транспортом, это по своей сущности договор с перевозчиком груза. Наиболее распространена практика оформления этого документа в четырех экземплярах. Первый и второй экземпляры остаются у грузоотправителя (один экземпляр в бухгалтерии поставщика, второй – у материально-ответственного лица, осуществляющего отпуск товара). Третий и четвертый экземпляры поступают вместе с товаром к грузополучателю. Один экземпляр представляется в бухгалтерию предприятия покупателя, а другой – остается у лица, отвечающего за хранение товара. Когда товар отгружается транспортом поставщика или потребителя, то допускается составление товарно-транспортной накладной в трех экземплярах. Первый остается у грузоотправителя, а второй и третий направляются вместе с товаром грузополучателю. Затем второй экземпляр с отметкой о доставке товара направляется грузоотправителю, а третий остается у грузополучателя.

Товарно-транспортная накладная содержит следующие реквизиты:

- наименование грузоотправителя и грузополучателя, адреса и банковские реквизиты;

- сведения о товаре и таре (наименование и краткое описание товара, количество мест, вес брутто и нетто, цена, сумма с учетом НДС, вид упаковки);

- номер автомобиля и путевого листа;

- пункт погрузки (при необходимости).

Кроме того, указываются документы, следующие с грузом, вид упаковки, количество мест.

При отгрузке товара железнодорожным транспортом в качестве товаросопроводительного документа выступает железнодорожная накладная. Она содержит следующие реквизиты:

- номер и дата оформления накладной;

- полное наименование, адрес, банковские реквизиты поставщика, плательщика;

- номер и дата договора;

- наименование товара, количество, цена, сумма, сумма НДС.

К железнодорожной накладной могут быть приложены спецификации и упаковочные листы. Железнодорожная накладная передается представителю предприятия-покупателя на основании доверенности на получение груза.

При перевозке груза морским транспортом оформляется коносамент – свидетельство о принятии груза к перевозке на судне. Реквизитами коносамента являются:

- название перевозчика (судно);

- подпись перевозчика (или капитана судна);

- указание, что товары погружены на борт названного судна;

- указание порта погрузки и порта разгрузки;

- наименование отправителя (продавца);

- указание количества выданных оригиналов коносамента и их нумерация;

- оговорки, что перевозчик имеет право перегружать товар;

- наименование грузополучателя (при именном коносаменте). Кроме именного, существует ордерный коносамент, выданный по приказу грузополучателя. Существует также коносамент, выданный на предъявителя.

В процессе оперативно-сбытовой деятельности определяется потребность в транспортных средствах. Расчет потребности в транспортных средствах осуществляется с помощью показателя общего объема поставок продукции за определенный период времени, который определяется по формуле:

А=Он + Т – Сн – Ок

где Он, Ок –остатки готовой продукции на складе предприятия в начале и конце рассматриваемого периода;

Т – предполагаемый выпуск продукции за определенный период времени;

Сн – количество продукции, оставляемое на собственные нужды предприятия.

Разделив общий объем поставок продукции на грузоподъемность транспортного средства, можно определить требуемое количество транспортных средств.

После подготовки продукции к отправке организуется ее отгрузка покупателям.

Наибольшее количество продукции отгружается железнодорожным транспортом или автотранспортом. При распределении продукции по видам транспорта необходимо учитывать расстояние перевозки. Общеизвестно, что на расстояние до 150 км от изготовителя продукции грузополучателям следует отгружать автотранспортом, вблизи пристаней и портов удобнее и дешевле пользоваться водным транспортом или смешанным железнодорожно-водным транспортом, мелкие грузы на дальние расстояния целесообразнее отправлять багажом пассажирской скоростью. Объем перевозок по железной дороге определяется как разность между общим объемом поставки отгрузки и объемом отпуска мелким покупателям, автотранспортом, а также водным и авиатранспортом.

**Список используемой литературы**

1. Гаджинский А.И. Логистика: учеб. для вузов. 4-е изд. М.: Маркетинг, 2001.

2. Котлер Ф. Основы маркетинга/пер. с англ. М.: Ростингер, 1996.

3. Коммерческая деятельность: учеб. пособие/под ред. Б.А. Аникина. М.: ИНФРА-М, 2006.

4. Неруш Ю.М., Неруш А.Ю. Практикум по логистике: учеб. пособие. - М.: ТК Велби, изд-во Проспект, 2008.