СОДЕРЖАНИЕ

[Введение 3](#_Toc137420341)

[1 Теоретические основы логистики снабжения на предприятии розничной торговли 6](#_Toc137420342)

[1.1 Понятие и сущность логистики снабжения, ее задачи и функции 6](#_Toc137420343)

[1.2 Методы анализа и оценки эффективности логистики снабжения 22](#_Toc137420344)

[2 Исследование и оценка эффективности логистики снабжения предприятия розничной торговой сети «Пятерочка» 31](#_Toc137420345)

[2.1 Организационно - экономическая характеристика предприятия 31](#_Toc137420346)

[2.2 Анализ логистики снабжения на предприятии 48](#_Toc137420347)

[3 Мероприятия по повышению эффективности логистики снабжения на предприятии торговли 83](#_Toc137420348)

[3.1 Рекомендации по совершенствованию логистики снабжения организации 83](#_Toc137420349)

[3.2 Оценка эффективности разработанных рекомендаций 88](#_Toc137420350)

[Заключение 107](#_Toc137420351)

[Список использованных источников 110](#_Toc137420352)

# ВВЕДЕНИЕ

Основным этапом осуществления торговли и товародвижения в логистической системе любого предприятия является логистическая деятельность. Совершенствование логистики снабжения – это основы, благодаря которым можно достичь наибольшей финансовой результативности при меньших издержках.

Логистика снабжения - это деятельность, связанная с закупкой, доставкой, получением, хранением и подготовкой продукции к предпродажной подготовке.

Актуальность темы совершенствования логистики снабжения обусловлена глобальным влиянием процессами и скоростью доведения товара до потребителя в условиях конкурентной среды.

В работе рассмотрены основные аспекты логистической деятельности, такие как понятие и сущность логистической деятельности, ее цели, задачи и функции. Также в работе рассмотрены методики анализа логистики снабжения. В практической части будет рассмотрен анализ предприятия розничной торговли «Пятерочка», его логистической деятельности, а также будут даны рекомендации по ее совершенствованию с расчетами эффективности.

Выбранная тема выпускной квалификационной работы достаточно актуальна, так как от правильного и четкого ведения логистики снабжения зависит финансовый результат деятельности предприятия. Поэтому важно анализировать логистическую деятельность организации для выявления резервов ее роста и получения максимально возможной прибыли.

Предметом исследования выпускной квалификационной работы является логистика снабжения предприятия, ее анализ и пути совершенствования.

Объектом исследования выпускной квалификационной работы выступает предприятие розничной торговой сети «Пятерочка» на территории Российской Федерации.

Цель работы – исследовать теоретические и методические аспекты логистики снабжения, изучить логистическую деятельность розничного предприятия, оценить ее эффективность, предложить и обосновать мероприятия по совершенствованию логистики снабжения.

Научная новизна данной работы состоит в исследовании параметров доступности товаров в магазинах, а также показателя количества торговых точек, оборачиваемость кванта на которых более срока годности. Что говорит об большой вложенности или неэффективном ассортименте.

Практическая значимость выпускной квалификационной работы заключается в разработке рекомендаций по совершенствованию логистики снабжения предприятия торговли на примере розничной торговой сети «Пятерочка». Компании необходимо усовершенствовать систему автоматического заказа продукции на предприятии, сократить транспортные издержки, увеличивать процент оборачиваемость кванта.

Задачи данной работы:

1. Рассмотреть теоретические основы логистики снабжения на предприятии розничной торговли, функции и методы ее организации.
2. Анализ организационно – экономической деятельности предприятия.
3. Анализ логистики снабжения на предприятии и оценка ее эффективности.
4. Выявление проблемы логистики снабжения на предприятии торговой сети «Пятерочка».
5. Разработка рекомендаций по совершенствованию и повышению эффективности логистики снабжения организации, а также оценка эффективности разработанных рекомендаций.

В соответствии с темой исследования представляют интерес труды в области теории и методологии логистики ведущих отечественных и зарубежных ученых, таких как Мате Э., Мэдж Д., Тиксье Д., Аникина Б.А., Балобанова А.О., Гаджинский А.М., Неруш Ю.М., а также научные публикации, размещенные в открытых электронных журналах.

В выпускной квалификационной работы используются такие методы анализа как анализ товарных запасов, товарооборачиваемости, SWOT-анализ, анализ поставщиков, клиентов и конкурентов, анализ уровня сервиса, доступности, оборачиваемости кванта.

Закупочная деятельность организации направлена на то, чтобы компания получала сырье, материалы, товары и услуги нужного качества и количества, в нужное время, в нужном месте, вовремя, с хорошим обслуживанием (как до, так и после продажи) и по выгодным ценам от надежных поставщиков, выполняющих свои обязательства. Поскольку закупки являются одной из самых важных функций на предприятии, для организации очень важно оценить эффективность закупок материальных ресурсов.

Структура выпускной квалификационной работы включает в себя введение, 3 главы, заключение и список использованных источников. Первая глава раскрывает теоретические основы логистики снабжения. Глава включает в себя понятие логистики снабжения, ее сущность, задачи и функции, а также методы анализа и оценки эффективности логистической деятельности. Вторая глава - анализ логистики на предприятии розничной торговой сети «Пятерочка». Глава содержит 2 раздела, которые включают в себя общую характеристику предприятия и анализ логистики снабжения на предприятии. Третья глава содержит 2 раздела, которые представляют собой разработку рекомендаций по совершенствованию логистики снабжения организации и оценку ее эффективности. Также выпускная квалификационная работа включает в себя 7 рисунков, 47 таблиц, 57 использованных источников, 115 страниц машинописного текста.

# 1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ЛОГИСТИКИ СНАБЖЕНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИИ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ

# 1.1 ПОНЯТИЕ И СУЩНОСТЬ ЛОГИСТИКИ СНАБЖЕНИЯ, ЕЕ ЗАДАЧИ И ФУНКЦИИ

Закупки - это деятельность, связанная с поиском поставщиков, доставкой, получением, хранением и предпродажной подготовкой продукции. Любое предприятие, промышленное или торговое, где работают с материальными потоками, оказывает услуги (услуги снабжения) по закупке, доставке и временному хранению предметов труда (сырья, полуфабрикатов и товаров народного потребления) [5 с. 98].

Логистика снабжения является функцией логистики закупок. Логистика закупок - это управление материальными потоками в процессе обеспечения материальными и товарными ресурсами производственных и торговых предприятий, которые взаимосвязаны и скоординированы с процессами производства и сбыта собственных предприятий и предприятий-поставщиков [9 с. 23].

Управление материальными потоками на этапе вхождения продукции в логистическую систему предприятия, осуществляемое подсистемой закупок, имеет известные особенности, которые объясняют необходимость выделения закупочной логистики в отдельный раздел исследуемой области.

Любое предприятие, как производственное, так и торговое, в котором обрабатываются материальные потоки, имеет в своем составе службу, осуществляющую закупку, доставку и временное хранение предметов труда (служба снабжения): сырья, полуфабрикатов, изделий народного потребления. Деятельность этой службы может быть рассмотрена на трех уровнях, так как служба снабжения одновременно является:

* элементом, обеспечивающим связи и реализацию целей логистической системы, в которую входит предприятие, рассматриваемое как звено цепи поставок;
* элементом микро логистической системы, т. е. одним из подразделений предприятия, обеспечивающим реализацию целей этого предприятия;
* самостоятельной системой, имеющей элементы, структуру и самостоятельные цели [10 с. 114].

Основная цель логистики снабжения заключается в удовлетворение потребностей производства или торговых предприятий материалами или товарами с максимально возможной экономической эффективностью[4 с. 166].

Цели отдела закупок любого предприятия:

* приобретать товар по наиболее выгодной цене;
* поддерживать высокую оборачиваемость товарных запасов;
* гарантировать доставку товаров на фирму;
* приобретать товар наилучшего качества;
* взаимодействовать только с надежными поставщиками;
* поддерживать доброжелательные партнерские отношения с надежными поставщиками;
* снижать долю расходов на закупки в общих логистических издержках;
* вести эффективный автоматизированный учёт приобретаемых товаров и поддерживать другие информационные системы компании [12 с. 75].

Приоритеты в достижении целей устанавливаются самими компаниями в зависимости от экономической ситуации. Например, в периоды дефицита товаров компании отдают приоритет надежности поставок, а в периоды насыщения товарами особенно важно поддерживать достаточный уровень товарооборота, минимизируя инвестиции в запасы.

Логистика цепей поставок - это первая подсистема логистики, основной целью которой является управление потоками материалов и услуг для обеспечения организаций материальными ресурсами и услугами.

В целом, целью закупок является обеспечение надежного снабжения организации материалами нужного качества, в нужном количестве, в нужное время, от квалифицированных поставщиков, по приемлемым ценам, с высоким уровнем обслуживания.

Задачи, относящиеся к логистике снабжения, показаны в таблице 1.

Таблица 1 - Задачи логистики снабжения [[1]](#footnote-1)

|  |  |
| --- | --- |
| Задачи | Характеристика |
| Определение потребности в материальных ресурсах | В процессе определения потребности в материальных ресурсах необходимо идентифицировать внутрифирменных потребителей материальных ресурсов. Затем выполняется расчет потребности в материальных ресурсах. При этом устанавливаются требования к весу, размеру и другим параметрам поставок, а также к сервису поставок. Далее разрабатываются планы-графики и спецификации на каждую позицию номенклатуры и номенклатурные группы.Для потребляемых материальных ресурсов может решаться задача «Make or buy». |
| Исследование рынка закупок | Исследование рынка закупок начинают с анализа поведения рынка поставщиков. При этом необходимо идентифицировать всех возможных поставщиков по непосредственным рынкам, рынкам заменителей и новым рынкам. Далее следует предварительная оценка всех возможных источников закупаемых материальных ресурсов, а также анализ рисков, связанных с выходом на конкретный рынок. |
| Выбор поставщиков | Включает поиск информации о поставщиках, создание банка данных о поставщиках, поиск оптимального поставщика, оценку результатов работы с выбранными поставщиками. |
| Осуществление закупок | Реализация данной функции начинается с проведения переговоров, которые должны завершиться оформлением договорных отношений, т.е. заключением контракта. Договорные отношения формируют хозяйственные связи, рационализация которых также является задачей логистики.Осуществление закупок включает в себя выбор метода закупок, разработку условий поставки и оплаты, а также организацию транспортировки материальных ресурсов. При этом составляются графики поставки, осуществляется экспедирование, возможно, организуются таможенные процедуры. Завершаются закупки организацией приемного контроля. |

|  |  |
| --- | --- |
| Задачи | Характеристика |
| Контроль поставок | Одной из значимых задач контроля поставок является контроль качества поставки, т.е. учет количества рекламаций и брака. Контроль поставок включает в себя также отслеживание сроков поставки ( количество ранних поставок или опозданий), отслеживание сроков оформления заказа, сроков транспортировки, а также контроль состояния запасов материальных ресурсов. |
| Подготовка бюджета закупок | Существенной частью закупочной деятельности являются экономические расчеты, так как необходимо точно знать, во что обходятся те или иные работы и решения. Определяют следующие виды затрат:* затpаты на выполнение заказа по основным видам материальных ресурсов;
* затpаты на транспортировку, экспедирование и страхование;
* затpаты на грузопеpеработку;
* затpаты по контролю за соблюдением условий договора поставки;
* затpаты на приемку и проверку материальных ресурсов;
* затрат на поиск информации о потенциальных поставщиках.

В pамках поведения экономических расчетов к задачам закупочной логистики следует отнести расчет издержек из-за дефицита материальных ресурсов. |
| Координация и системная взаимосвязь  | Координация и системная взаимосвязь закупок с производством, сбытом, складированием и транспортированием, а также с поставщиками. Это специфическая задача закупочной логистики, решаемая, как было отмечено выше, посредством организации системной взаимосвязи закупок с производством и сбытом, а также тесных взаимосвязей с поставщиками в области планирования, экономики, техники и технологии |

Окончание таблицы 1.

Целью логистики снабжения является перемещение сырья, материалов и комплектующих (МР) с рынка закупок, их прием и размещение на предприятии для удовлетворения производственных потребностей в закупаемой продукции с наименьшими затратами по количеству и качеству во времени.

Выбор методов и способов сбыта является наиболее важной частью маркетинговой деятельности предприятия и отражает всю деятельность предприятия. При планировании процесса сбыта необходимо соответствующим образом организовать продвижение товара от производителя до конечного получателя [38 с. 174].

Процесс организации движения готовой продукции включает следующие этапы:

* выбор способа складывания, а так же места хранения запасов;
* выбор системы перемещения запасов;
* выбор метода управления запасами;
* установление процесса обработки заказов;
* определение способа транспортировки продукции. [3]

Определяют шесть видов сбыта, которые представлены на рисунке 1



Рисунок 1 – Схема видов сбыта [[2]](#footnote-2)

Прямой сбыт - это продажа продукции непосредственно конечному потребителю. Таким образом, между потребителем и производителем организуется прямой канал распределения.

Прямой канал характеризуется тем, что компания-производитель управляет и отвечает за весь путь продукта до конечного потребителя и может контролировать условия реализации [20 с. 46].

В этом случае компания несет значительные непроизводственные расходы, связанные с созданием дорогостоящего запаса товарной продукции и, соответственно, ресурсные затраты на прямую доставку потребителю и реализацию готового продукта, ответственность, которая ложится на производителя, а также все коммерческие риски [21 с. 68].

С точки зрения производителя, преимуществом такой формы продаж является право на максимальную прибыль [22 с. 97].

Кроме того, при использовании прямых каналов продаж производители имеют возможность точно определить рынок сбыта своей продукции, что коммерчески выгодно для компании. Это также позволяет производителям поддерживать тесные отношения с потребителями, анализировать качество своей продукции и различными способами влиять на скорость ее реализации.

Целью распределительной логистики является доставка определенного количества или объема товаров нужного качества, в нужное место, в нужное время и с минимальными затратами конечному потребителю, без ущерба для потребительских качеств.

Решение пяти основных задач позволяет достигнуть цели распределительной логистики:

– продажи;

– участие сбытовиков в комплексном маркетинговом анализе;

– формирование и использование каналов распределения;

– обеспечение финансовой эффективности сбытовых операций;

– сервис и логистика [11 с. 98].

Стоить учитывать взаимное влияние всех задач так как они связаны друг с другом.

Основными функциями распределительной логистики являются продажа, складирование и хранение, распределение и доставка товаров или готовой продукции. К дополнительным функциям сбыта относятся маркетинговая, юридическая и сервисная.

Выполнение функции сбыта предполагает признание и реализацию экономического содержания продаваемого объекта, сопровождающееся изменением формы его стоимости (от товарной до денежной) и последующей передачей права собственности (полной или частичной) на объект. При продаже товара производящее предприятие одновременно передает полное право собственности на него. Если биржевые товары передаются в аренду, то передаются только отдельные права собственности - владение и пользование - (на определенный срок).

Функция складирования включает такие операции, как разгрузка, погрузка, внутреннее перемещение, непосредственное хранение, сортировка и маркировка, комплектация и группировка, упаковка и расфасовка. Эта функция может выполняться самими производственными предприятиями в конце производственной фазы или посредническими организациями непосредственно в канале сбыта [17 с. 122].

Функция распределения включает в себя построение и организацию каналов распределения и сбытовых сетей, осуществление целевого движения товаров и доставку товаров конкретным потребителям. При этом отправка товаров может осуществляться как за счет производящего предприятия-поставщика, так и за счет и с помощью покупателя (промежуточного грузополучателя, потребителя). Транспортировка является основным способом доставки товаров и осуществляется конкретными видами транспорта. Основными видами транспорта являются железнодорожный, автомобильный, воздушный, водный и трубопроводный. Наиболее распространенным видом транспорта является смешанный, когда несколько видов транспорта используются непрерывно или одновременно (особенно на большие расстояния) [24 с. 90].

Маркетинговая функция сбыта заключается в изучении и формулировании реакции потребителей на экономическое содержание объекта маркетинга и его коммуникационное продвижение.

Юридические функции включают определение правового статуса экономического содержания объекта маркетинга, правовое обеспечение и защиту, участие в основных этапах формирования системы маркетинга: преддоговорная работа, подготовка и заключение договоров поставки, контроль за исполнением договоров поставки. Функция обслуживания включает в себя набор услуг, связанных с маркетингом и эксплуатацией продукта, и основана на том, что производитель несет ответственность за обеспечение его постоянной доступности в течение всего срока службы продукта [15 с. 109].

Одним из важнейших элементов сбытовой деятельности является канал сбыта или распределения.

Канал сбыта (распределения) - это путь, по которому товары перемещаются от производителя к потребителю, тем самым устраняя длительный разрыв во времени, месте и собственности, который отделяет товары и услуги от тех, кто желает ими воспользоваться [8 с. 113].

Канал распределения можно также трактовать как совокупность предприятий, которые передают или помогают передать право собственности на конкретный товар другим предприятиям. Использование каналов распределения приносит организации-производителю определенные выгоды:

– экономию финансовых средств на распределении продукции;

– возможность вложения сэкономленных средств в основное производство;

– продажу продукции более эффективными способами;

– эффективное обеспечение широкой доступности товара и доведение его до целевых рынков;

– сокращение объема работ по распределению продукции [35 с. 44].

Поэтому решения о выборе каналов распределения являются одним из основных решений, которые необходимо принимать руководству организации. Выбранные каналы напрямую влияют на скорость, время, эффективность и безопасность доставки продукта от производителя к конечному потребителю.

Сфера логистики снабжения охватывает следующие подфункции процесса снабжения:

1) прием сырья, материалов и комплектующих изделий;

2) контроль соответствия заказов и поставок по показателям точности ассортимента, количества и времени;

3) размещение на разгрузку и погрузку в точно указанном в договоре месте.

1. Составлено автором по [7 с. 105]. [↑](#footnote-ref-1)
2. Составлено автором по: [6 с. 54] [↑](#footnote-ref-2)