

**Министерство образования и науки РФ
Автономная некоммерческая организация высшего образования
Самарский университет государственного управления
«Международный институт рынка»
Факультет заочного обучения
Кафедра экономики и кадастра
Основная профессиональная образовательная программа
высшего образования
Направление подготовки 38.03.01 «Экономика»
Профиль «Экономика предприятий и организаций городского хозяйства»**

ДОПУСКАЕТСЯ К ЗАЩИТЕ

Заведующий кафедрой:

д.э.н., профессор Рамзаев В.М. _____

**ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА
«ПОВЫШЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ
ЛОГИСТИЧЕСКИХ ПРОЦЕССОВ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ
(НА ПРИМЕРЕ ООО «ВИВА»»**

Выполнил:

Репин А.В., группа ЗЭ-25А

Научный руководитель:

к.э.н., доцент Балыкова Л.Н.



Самара
2017

**Министерство образования и науки РФ
Автономная некоммерческая организация высшего образования
Самарский университет государственного управления
«Международный институт рынка»
Факультет заочного обучения
Кафедра экономики и кадастра
Основная профессиональная образовательная программа
высшего образования
Направление подготовки 38.03.01 «Экономика»
Профиль «Экономика предприятий и организаций городского хозяйства»**

ДОПУСКАЕТСЯ К ЗАЩИТЕ

Заведующий кафедрой:

д.э.н., профессор Рамзаев В.М. _____

**ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА
«ПОВЫШЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ
ЛОГИСТИЧЕСКИХ ПРОЦЕССОВ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ
(НА ПРИМЕРЕ ООО «ВИВА»))»**

Выполнил:

Репин А.В., группа ЗЭ-25А _____

Научный руководитель:

к.э.н., доцент Балыкова Л.Н. _____

Самара
2017

Оглавление

Введение	3
1. Теоретические основы применения логистики в коммерческой деятельности оптово-посреднических структур	6
1.1 Понятие логистики и логистической системы, их виды	6
1.2 Применение логистики в коммерческой деятельности оптово-посреднических организаций.....	16
1.3 Оптово-посредническая организация как логистическая система.....	23
2. Анализ функционирования логистической системы ООО «ВИВА».....	29
2.1 Организационно-экономическая характеристика ООО «ВИВА».....	29
2.2 Логистический анализ закупочной и торговой деятельности ООО «ВИВА»	40
2.3 Использование маркетинга в коммерческой деятельности	55
3. Развитие логистического подхода в деятельности оптово-посреднической организации.....	61
3.1 Совершенствование взаимоотношений участников логистической системы	61
3.2 Оптимизация состава участников логистической системы	68
3.3 Оптимизация параметров транспортного процесса.....	74
Заключение.....	84
Список использованных источников	88

Введение

В последние годы в сфере товарного обращения произошли существенные преобразования. Они базируются на концепции логистики. В логистически организованных системах себестоимость товара в конечном пункте оказывается ниже, чем себестоимость того же товара при отсутствии логистического подхода. На этом основывается явный экономический выигрыш от применения логистики в экономике.

В системе товарного обращения особо важную роль играют оптово-посреднические организации. Они являются связующим звеном между производителями товаров и конечным потребителем.

Логистика в оптовой торговой системе выполняет операции связанные с выполнением следующих функций товародвижения: заказа, приобретения, доставки, информационного сопровождения, хранения, сортировка и отпуск товаров.

Основным направлением использования логистики в оптовой торговле может происходить по двум направлениям, первое из которых предусматривает развитие оптовой торговли во взаимосвязи с технико-технологическим и организационным совершенствованием всей системы товародвижения. Второе направление предусматривает совершенствование микрологистической системы самого предприятия.

Логистика используется участниками каналов товародвижения для снижения издержек, повышения качества обслуживания покупателей, обеспечения рационального процесса доставки продукции, оптимизации взаимоотношений между участниками логистической системы. От налаженного процесса логистики зависит прибыльность большинства организаций. Поэтому важно уделять достаточно внимания данному составляющему компоненту организации.

Одним из наиболее важных понятий в логистике является понятие логистической системы. Они имеют широкое применение в практической деятельности предприятий.

В современных условиях успех предприятия определяется совершенством системы управления: как предприятия в целом, так и отдельных подразделений. Это и подчеркивает актуальность выбранной темы дипломной работы, посвященной формированию логистической системы оптово-посреднической организации.

Целью данной дипломной работы является рассмотрение логистической системы оптово-посреднического предприятия ООО «ВИВА», исследование ее функционирования и определение возможных путей совершенствования.

В соответствии с поставленной целью в работе решаются следующие задачи:

1. Исследование теоретических основ применения логистики в коммерческой деятельности оптово-посреднических структур
2. Изучение понятия логистических систем;
3. Рассмотрение оптово-посреднической организации как логистической системы;
4. Анализ функционирования логистической системы предприятия ООО «ВИВА» в разрезе его организационно-экономической характеристики, закупочной и торговой деятельности, а также работе маркетинговой подсистемы;
5. Выявление присутствующих на предприятии проблем функционирования логистической системы;
6. Разработка проекта по совершенствованию логистического подхода в деятельности оптово-посреднической организации ООО «ВИВА».

Объект исследования – оптово-посредническая организация ООО «ВИВА»

Предметом исследования является логистическая система предприятия ООО «ВИВА».

Теоретической основой исследования является системный подход, позволяющий использовать положения как современной логистики, так и других наук (экономической теории, организации коммерческой деятельности, маркетинга и др.). Методологическую основу составили работы отечественных, зарубежных ученых и бизнес-консультантов в области функционирования логистических систем, их формирования и совершенствования.

Инструментарно-методический аппарат работы основывается на принципе системного подхода к исследованию проблемы. В рамках этого подхода к исследованию проблем совершенствования логистической системы оптово-посреднического предприятия ООО «ВИВА» в работе основными инструментами являются метод анализа точки критического соотношения и функционально-стоимостной метод, а также метод ранга, морфологический метод, математическое моделирование.

Информационно-эмпирическая база исследования, обеспечивающая обоснованность и достоверность полученных результатов, сформирована на данных, опубликованных в экономических изданиях, интернет-источниках, а также это результаты, собранные автором и введенные в оборот в ходе проводимых исследований при работе над дипломным проектом.

Структура дипломной работы представляет собой следующий порядок:

1. Во введении обосновывается актуальность выбранной темы, определяется цель работы, ставятся ее задачи, описывается объект и предмет исследования, используемые методы;

2. Теоретическая часть представляет собой анализ литературных источников, рассмотрение точек зрения различных авторов на проблему, прослеживание ее развития;

3. Во второй аналитической части собирается и анализируется состояние функционирования логистической системы предприятия, выявляются основные существующие в логистической системе организации проблемы;

4. В третьей части дипломной работы выявляются пути совершенствования функционирования логистической системы предприятия, развитие логистической подхода в деятельности организации ООО «ВИВА», рассчитывается экономический эффект от представленных путей оптимизации.

5. В заключении делаются основные выводы, сделанные по ходу решения задач дипломной работы, а также приводятся основные предложенные пути совершенствования логистической системы ООО «ВИВА».

1. Теоретические основы применения логистики в коммерческой деятельности оптово-посреднических структур

1.1 Понятие логистики и логистической системы, их виды

Коммерческая логистика является неотъемлемым компонентом экономики и специалисты в этой области обязаны иметь необходимые навыки для эффективного решения логистических задач в рамках предприятия. В настоящее время логистика рассматривается как направление хозяйственной деятельности, заключающееся в управлении материалопотоками в сферах обращения и производства, а также междисциплинарное научное направление, связанное с поиском новых возможностей повышения эффективности материалопотоков.

Сегодня к логистике относят управление энергетическими, людскими, финансовыми и иными потоками, имеющими место в экономических системах. В настоящее время появилось понятие банковская логистика. Естественно, что при этом идея и метод логистики начинают выходить за рамки управления материальными потоками и применяться в более широком плане. Однако основной потенциал логистики заложен в рационализации управления именно материальными потоками. Причина — высокая доля логистической составляющей в конечной стоимости товара (свыше 70%) [2].

Предметом логистики как дисциплины является гармонизация интересов участников процесса движения продукции, оптимизация рыночных связей, т. е. совершенствование управления материальными и связанными с ними информационными и финансовыми потоками на пути от первичного источника сырья до конечного потребителя готовой продукции на основе системного подхода и экономических компромиссов с целью получения синергического эффекта [4].

По мнению Ю.М. Неруша, - «Логистика – это отчасти мастерство, отчасти теоретические знания и практические навыки, а также интуитивный подход к решению стратегических задач и проблем в области продвижения продукции от поставщика к потребителю» [13].

Объектом изучения логистики являются материалопотоки, потоки услуг и сопутствующие им информационные и финансовые потоки.

Существуют «шесть правил логистики», которые описывают конечную цель логистического управления:

1. Груз – нужный товар.
2. Качество – необходимого качества.
3. Количество – в необходимом количестве.
4. Время – должен быть доставлен в нужное время.
5. Место – в нужное место.
6. Затраты – с минимальными затратами.

Задачи логистики достаточно разнообразны и определены приведенной выше конечной целью логистического управления.

Это задачи прогнозирования спроса и производства, а, следовательно, и объема перевозок; определения необходимых объемов и направлений материальных потоков; организации складирования, упаковки, транспортировки и прочие.

Между тем одной из основных задач службы логистики в организации являются координация деятельности служб, участвующих в управлении движением материальных потоков, и разрешение возникающих между ними конфликтов. Поэтому логистика на уровне предприятия не только отвечает за физические процессы, связанные с движением потоков, но и является частью менеджмента компании [8].

Разберем, кем эти задачи решаются.

Материальные потоки образуются в результате деятельности разнообразных предприятий и организаций, производящих и потребляющих ту или иную продукцию, оказывающих или пользующихся теми или иными услугами [25]. При этом главную роль в управлении материальными потоками играют следующие предприятия и организации:

- транспортные предприятия общего пользования, различные экспедиторские организации;
- предприятия оптовой торговли;

– коммерческо-посреднические фирмы;
 – предприятия-изготовители, на которых склады готовой продукции выполняют разнообразные логистические операции.

Т.В. Алесинская относит к таким организациям еще специализированные внешние логистические организации, оказывающие полный комплекс услуг по логистике. Основная их задача – помочь клиенту осознать реальную значимость логистики, структурировать ее в своей организации, соразмерить логистические цели и глобальные стратегии компании, определить скрытые источники и пути устранения логистических издержек [2].

Силами этих предприятий формируются материальные потоки, непосредственно осуществляется и контролируется процесс товаропередвижения.

Каждый из вышеперечисленных участников логистического процесса специализируется на осуществлении какой-либо группы логистических функций. При этом под термином «функция» понимается совокупность действий, однородных с точки зрения цели этих действий, и заметно отличающуюся от другой совокупности действий, имеющих также определенную цель. Логистическая функция - это укрупненная группа логистических операций, направленных на реализацию целей логистической системы [10].

В табл. 1 дается перечень основных логистических функций.

Таблица 1 - Перечень основных логистических функций

Признак классификации	Вид	Описание
Характер выполняемых задач	Оперативные	Организация работ, непосредственное управление, контроль потоков
	Координационные	Выявление и сопоставление потребностей и мощности ЛС, согласование целей и координация действий различных подразделений внутри предприятия и различных звеньев ЛЦ

Продолжение таблицы 1

Признак классификации	Вид	Описание
Содержание	Базисные	Снабжение, производство, сбыт
	Ключевые	Поддержание стандартов обслуживания, управление закупками, определение объемов и направлений МП, прогнозирование спроса, управление запасами, физическое распределение продукции, определение последовательности продвижения товаров через места складирования, осуществление перевозок и всех необходимых операций с грузом в пути следования, управление производственными процедурами, формирование хозяйственных связей по поставкам товаров или оказанию услуг
	Поддерживающие	Управление складскими операциями, развитие, размещение и организация складского хозяйства, сдача и приемка грузов, хранение, подготовка необходимого ассортимента, упаковка, маркировка, подготовка к погрузке, погрузочно-разгрузочные работы, защитная упаковка, обеспечение возврата товара, обеспечение запасными частями и сервисное обслуживание, информационно-компьютерная поддержка
С концептуальных позиций	Системообразующая	Организация системы управления всеми ресурсами
	Интегрирующая	Объединение, согласование, координация действий участников логистического процесса внутри предприятия и внутри ЛЦ
	Регулирующая	Экономия ресурсов, минимизация отходов всех видов (потери времени, неэффективные операции, отходы МР) минимизация затрат
	Результирующая	Направлена на достижение конечной цели логистического управления – выполнение шести правил логистики

Данная выше классификация логистических функций позволяет выделить следующие функциональные области логистического управления: закупочная логистика; производственная логистика; распределительная логистика; транспортная логистика; логистика запасов; логистика складирования; логистика сервиса; информационная логистика.

На основании вышесказанного перейдем к понятию логистической системы.

Подход к объектам обеспечения товародвижения как к системам выражает одну из главных отличительных черт логистики – и как науки, и как сферы практической деятельности. Системное исследование – закономерная необходимость научно-технического прогресса, позволяющая объединять и

использовать самые прогрессивные и эффективные методы, которыми располагает наука.

Систему можно определить как созданную с определенной целью природой или человеком самодостаточную структуру, состоящую из взаимодействующих и взаимосвязанных элементов, которая существует относительно самостоятельно и устойчиво, постоянно развивается и совершенствуется в зависимости от взаимодействия с окружающей средой [4].

Понятие логистической системы является одним из основных понятий логистики. Существуют различные системы, обеспечивающие функционирование экономического механизма. В этом разнообразии необходимо выделять именно логистические системы с целью их синтеза, анализа и совершенствования.

Логистическая система представляет собой упорядоченную структуру, в которой осуществляется планирование и реализация движения и развития совокупного ресурсного потенциала, организованного в виде логистического потока, начиная с отчуждения ресурсов у окружающей среды вплоть до реализации конечной продукции потребителям [17].

Логистическая система включает в себя следующие блоки:

- снабжение с транспортным обеспечением;
- производство (в части организационно-технологического распределения);
- сбыт результатов производства с транспортным обеспечением.

То есть, в логистической системе объединяются снабженческо-сбытовые, распределительные и транспортные процессы.

Снабжение базируется на транспортировке сырья и материалов, комплектующих, запасных частей, оформлении договора с поставщиками, выборе поставщика, оформлении заказа и др.

Производство — прямое изменение физико-химических и геометрических свойств материала с целью получения конечной продукции. Логистический подход к производству заключается в сведении к минимуму суммарных издержек на производство.

Сбыт продукции включает транспортировку, выбор вида транспорта, выбор конкретного перевозчика (экспедитора), заключение договора с заказчиками (потребителями), сервисное послепродажное обслуживание и пр.

Границы логистической системы определяются циклом обращения средств производства (рис. 1). Вначале закупаются средства производства. Они в виде материального потока поступают в логистическую систему, складируются, обрабатываются, вновь хранятся и затем уходят из логистической системы в потребление в обмен на поступающие в логистическую систему финансовые ресурсы [10].

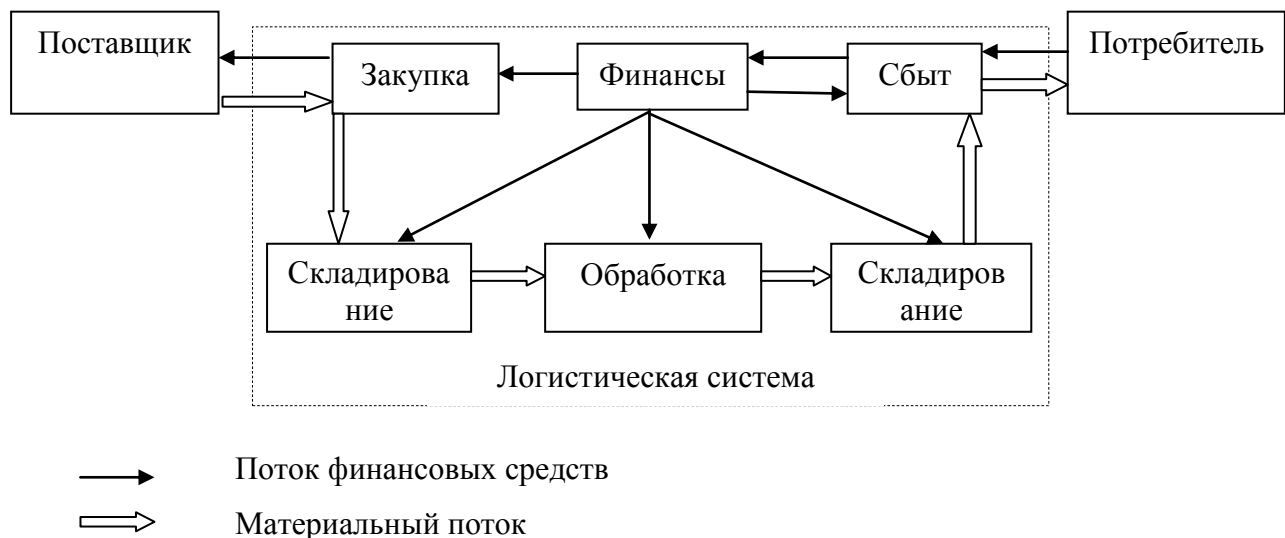


Рисунок 1 - Выделение границ логистической системы на основе цикла обращения средств производства

Логистическая система характеризуется рядом свойств:

1. Совместимостью элементов системы (обеспечивается единством конечных целей);

2. Взаимосвязью элементов логистической системы (во внешних системах взаимосвязь обеспечивается заключением договора между сторонами, во внутренней логистической системе взаимосвязь обеспечивается внутрипроизводственными отношениями элементов). Связи могут быть вещественные, информационные, прямые, обратные и т. д. Связи между элементами

внутри системы должны быть более мощными, чем связи отдельных элементов с внешней средой, так как в противном случае система не сможет существовать.

3. Связью между элементами системы, имеющими определенную упорядоченность, организацию. Наличие системообразующих факторов у элементов системы лишь предполагает возможность ее создания. Для появления системы необходимо сформировать упорядоченные связи, т. е. определенную структуру, организацию системы.

4. Интегративным свойством (ни один элемент системы в отдельности не способен выполнить функции системы, т.е. закупки, производство и сбыт с минимизацией общих издержек; каждый элемент системы может работать и достичь конечной логистической цели только в совокупности с другими элементами). Интегративные качества логистической системы позволяют ей закупать материалы, пропускать их через свои производственные мощности и выдавать во внешнюю среду, достигая при этом заранее намеченных целей.

Объектами логистической системы являются:

– организации, имеющие расчетный счет в банке, собственную печать, самостоятельный баланс (промышленные, строительные, транспортные, снабженческо-сбытовые организации);

– глоссинги (региональные и межрегиональные комплексы — топливно-энергетические, энергетические системы и объединения и др.).

Все объекты, которые действуют за пределами логистической системы, относятся к внешней среде и входят в другие логистические системы.

Общепринятое понятие внешних связей для бизнеса — связей с поставщиками и заказчиками — является недопустимым для логистической системы: для логистического подхода к управлению связь с поставщиками и потребителями является единой системой, одной логистической цепью, и рассматривать предприятие отдельно от других звеньев этой цепи нельзя.

На рис. 2 представлена классификация логистических систем на 2 большие группы: макро- и микрологистические.

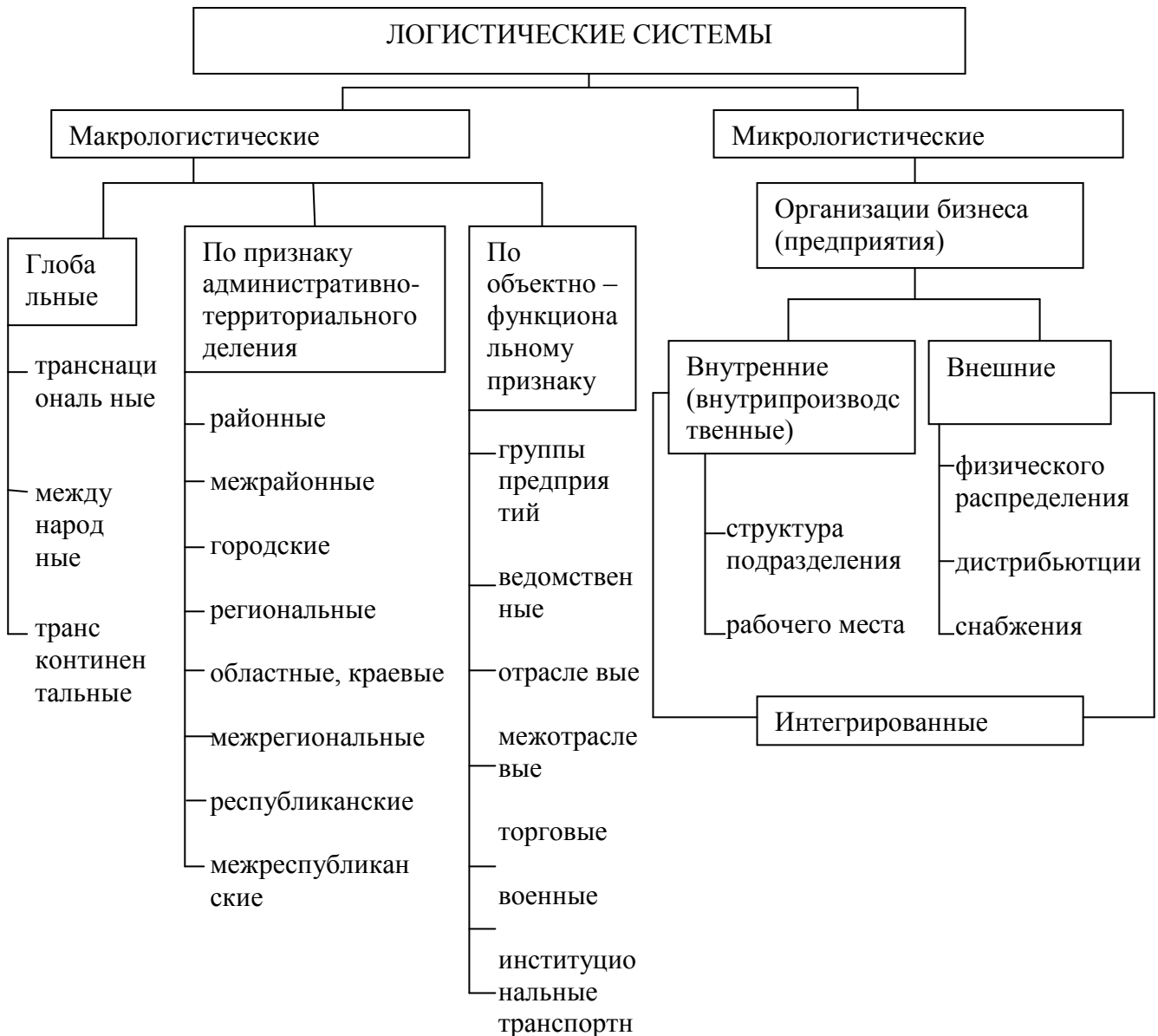


Рисунок 2 - Классификация логистических систем

Макрологистическая система - это крупная система управления потоками материалов, охватывающая предприятия и организации промышленности, посреднические, транспортные и торговые организации различных ведомств, расположенных в разных регионах страны или в разных странах. Макрологистическая система являет собой определенную инфраструктуру экономики региона, одной страны или группы стран.

При формировании макрологистической системы, охватывающей разные страны, необходимо преодолеть затруднения, связанные с правовыми и

экономическими особенностями международных экономических отношений, с отличительными условиями поставки товаров, различиями в транспортном законодательстве стран, а также ряд других барьеров.

Формирование макрологистических систем в межгосударственных программах требует создания единого экономического пространства, единого рынка без внутренних границ, таможенных преград при транспортировке товаров, капиталов, информации, трудовых ресурсов.

Как считает Л.Б. Миротин, назначением макрологистической системы не является извлечение прибыли или достижение каких-либо других корпоративных целей организации бизнеса, а создание системы на уровне территориального или административно-территориального образования для решения социально-экономических, экологических, военных и других задач подобного рода [14].

Микрологистические системы являются подсистемами, структурными составляющими макрологистических систем. К ним относят различные производственные и торговые предприятия, территориально-производственные комплексы. Микрологистические системы представляют собой класс внутрипроизводственных логистических систем, в состав которых входят технологически связанные производства, объединенные общей инфраструктурой.

В макрологистике связи между отдельными микрологистическими системами устанавливаются на основе товарно-денежных отношений. Внутри микрологистической системы также существуют подсистемы. Но здесь основа их взаимодействия бестоварная. Это отдельные подразделения внутри предприятия, объединения, либо другой хозяйственной системы, работающие на единый экономический результат.

Различают внутрипроизводственные (внутренние) логистические системы, внешние и интегрированные.

Внутрипроизводственные логистические системы существуют для оптимизации управления материальными потоками в пределах технологического цикла производства продукции. Критериями оптимизации функционирования внутренних систем как правило являются минимальная себестоимость выпускаемой

продукции и наименьшая длительность производственного периода при обеспечении необходимого уровня качества выпускаемой продукции.

Внешние логистические системы занимаются рационализацией управления и оптимизацией материальных и сопутствующих им потоков от источников до конечного личного или производственного потребления. Базисными задачами внешних логистических систем являются следующие:

- рациональная организация движения материальных ресурсов и готовой продукции в товаропроводящих сетях;
- оптимизация затрат, связанных с логистическими операциями отдельных звеньев логистической системы, а также общих затрат;
- сокращение времени доставки материальных ресурсов и готовой продукции;
- достижение высокого уровня качества сервиса.

В зависимости от вида логистических цепей логистические системы подразделяются на:

- логистические системы с прямыми хозяйственными связями (системы с прямыми связями — «производитель — покупатель», «посредник — покупатель»; такие связи характеризуются простой организацией, и их может быть не одна, а множество);
- эшелонированные логистические системы (система характеризуется логистическими связями средней сложности; такая система применяется большинством организаций, которые используют посредников для перевозки своей продукции либо закупают сырье и материалы у посредников);
- гибкие логистические системы (смешанные системы, в которых могут быть и прямые простые логистические связи и связи средней сложности; такие системы получили наибольшее распространение).

В наибольшей степени логистическая концепция раскрывается при появлении интегрированных логистических систем, границы которых определяются производственно-распределительным (логистическим) циклом, который включает процессы закупки материальных ресурсов и организацию снабжения,

внутрипроизводственные логистические функции, логистические операции в системе сбыта, при осуществлении продаж готовой продукции потребителям и послепродажном сервисе. Эти процессы совместно с сопутствующими информационными и финансовыми потоками образуют среду, в которой интегрально взаимодействуют многочисленные звенья логистической системы внутри фирмы и логистические посредники. Основными концептуальными положениями интегрированной логистической системы являются концепции минимизации общих издержек и управления качеством на всех этапах производственно-распределительного цикла.

На основании рассмотренного нами выше материала мы можем подвести следующие итоги:

1. В настоящее время логистика – это неотъемлемая часть мировой экономики и система, способствующая рациональной работе всех без исключения предприятий;
2. Объектом логистики являются потоки: материальные и сопутствующие им (финансовые энергетические, информационные, людские.);
3. Конечную цель логистического управления описывают «шесть правил логистики», а задачи логистики обусловлены этой целью;
4. В логистическом процессе все его участники обеспечивают выполнение какой-либо группы логистических функций;
5. Логистическая система представляет собой упорядоченную структуру, в которой объединяются снабженческо-сбытовые, распределительные и транспортные процессы. Существуют макро- и микрологистические системы.

1.2 Применение логистики в коммерческой деятельности оптово-посреднических организаций

Применительно к деятельности посреднических фирм логистика заключается в выборе стратегии управления приобретением, хранением и движением материалов, изделий и запасов готовой продукции, а также стратегии управления соответствующими информационными потоками.

Логистические посредники, становятся эффективным инструментом экономии финансовых и материальных ресурсов в процессе товародвижения. Специализация торговых посредников на логистических услугах способствует развитию комплексного характера их деятельности, значительному повышению их общей роли в сфере товарообращения. Логистические посредники обеспечивают всесторонний учет транспортного фактора производителями и потребителями товаров, лучшее использование ими транспортных средств и услуг, как в межотраслевых, так и в собственных интересах.

На современном этапе хозяйствования оптовые посредники могут органически сочетать закупки и реализацию товаров с обеспечением их физического движения, складирования и перевозок.

Опково–торговые и логистические посредники формируют хозяйственные связи потребителей и изготовителей оказывая логистические услуги, принимают участие в размещении заказов и осуществлении закупок продукции для государственных нужд [9].

Тенденции и прогнозные оценки развития опково–торговых посреднических фирм характеризуют значительные возможности для усиления их роли в процессе товародвижения как перспективных структур:[21]

- повышающих свою деловую активность;
- постепенно увеличивающих масштабы новых видов логистического обслуживания;
- развивающихся на интеграционной основе;
- расширяющих свои территориальные сферы влияния.

Основные принципы посреднической деятельности:[16]

1. Тесная связь коммерции с маркетингом.
2. Предвидение коммерческих рисков.

Риск – это степень неопределенности результата. Коммерческий риск – это возможные убытки в коммерческой работе.

Он может быть определен как сумма ущерба, понесенного вследствие неверного решения и расходов до его реализации. Коммерческий риск может

возникнуть вследствие инфляции (в связи с падением покупательной способности денег), с ухудшением финансового положения фирмы, а также в результате заключения рискованной сделки, невыполнения договорных обязательств контрагентами, связанных с действиями конкурентов, из-за уничтожения или порчи груза при транспортировке, от стихийных бедствий, от возможной нечестности работников фирмы. Кроме того, коммерческий риск может возникнуть по причине нестабильности социально-политической ситуации.

3. Личная инициатива, которая зависит непосредственно от каждого человека работающего в сфере коммерции, и определяется не только личностными характеристиками, но и культурой труда.

4. Оценка работы коммерческой организации с помощью следующих показателей: объемом реализации товаров, уровнем издержек обращения, показателями товарооборачиваемости и рядом других. Однако наиболее точно отражает эффективность коммерческой работы показатель прибыли. Поэтому нацеленность коммерческого предприятия на достижение в конечном результате прибыли является одним из основных принципов коммерческой деятельности.

Коммерческая логистика является единой логистической системой, которая связывает процесс сбыта и закупок. Данная система "закупки - сбыт" рассматривается во взаимосвязи и взаимозависимости как единая и неразрывная. Процесс в данной системе представляется в виде логистических цепочек, которые отражают особенности этих связей, объясняющих специфику их существования.

Логистическая цепочка в общей интегрированной системе специфична из-за разнообразия условий ее образования и может быть представлена в виде многовариантных модулей или моделей. С учетом возможности современной электронной техники объединить их, а затем провести технико-экономические расчеты по какому-либо критерию, не составляет сложности. Сложность заключается только в определении закономерностей создания этих логистических цепочек. Фирма является сложной системой, связанной с внешней средой через выходные и входные потоки информации и материалов. Оптимизация и интегрирование как внешних, так и внутренних для фирмы материальных и

сопутствующих потоков при помощи коммерческой логистики является одним из путей повышения ее конкурентоспособности в рыночных условиях.

Обеспечение общего менеджмента финансовых, материальных, информационных, сервисных и других потоков как основы для достижения долговременного успеха в бизнесе является целью логистики в организации [29].

Проходя через все звенья логистической цепи от начального источника к конечному потребителю, материальный поток нарастает, причем его рост прямо пропорционален увеличению стоимости. Исследования, проведенные в Великобритании, показали, что более 70% стоимости продукта, прошедшего весь путь и попавшего уже к конечному потребителю, составляют расходы, связанные с хранением, транспортировкой, упаковкой и другими операциями, обеспечивающими продвижение материального потока.

Для оптово-посреднических организаций 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 расходы на операции с грузом.

Данные Европейской промышленной ассоциации и промышленной ассоциации США говорят о том, что «сквозной мониторинг материального потока обеспечивает сокращение материальных запасов на 30-70% [17, с.36]. Сокращение запасов происходит за счет согласованности действий участников логистических процессов, повышения надежности поставок, рациональности распределения запасов.

Свыше 95% времени оборота материального потока приходится на логистические операции. Поэтому логистика рассматривается в качестве фактора повышения конкурентоспособности фирм. В связи с этим становятся актуальными задачи нахождения способа контроля издержек и показателей, наиболее корректно отражающих связь логистики с основными экономическими и финансовыми индикаторами фирм.

Под воздействием логистики осуществляется вся производственно-хозяйственная деятельность. Исходя из этого, оптово-посреднические организации нужно рассматривать как логистическую систему. Представление оптово-посреднических организаций (предприятий) в виде логистической системы есть необходимое условие для использования методов и принципов логистики в их коммерческой деятельности.

Современный оптовый рынок продукции производственно-технического назначения формировался в ходе преобразований административно-плановой экономики в рыночную. Концепция этих преобразований предусматривала замену системы материально-технического снабжения и сбыта продукции новыми, адекватными современному рынку структурами и механизмами взаимодействия его участников, то есть обеспечивающих связь потребителей и производителей на коммерческой основе.

Для предприятий переход к рыночной форме управления снабжением и сбытом состоит в отходе в работе этих служб от разработки и обоснования материальных балансов, их защиты и обоснования в ведомственных и общегосударственных структурах для получения фондов, разрядок и планов прикрепления к коммерческой деятельности в системе товародвижения продукции. В таких структурах важное место занимают специализированные и универсальные организации, которые выступают для предпринимателей в качестве деловых и активных партнеров-посредников.

Отказ от централизованного управления сбытом и снабжением продукции в масштабе народного хозяйства привел к тому, что в настоящее время самостоятельные оптово-посреднические организации занимаются сбытом любого товара вне зависимости от их ведомственной подчиненности и организационно-правового статуса. В то же время самостоятельный выход на оптовый товарный рынок без соответствующей поддержки государственных структур для многих оптово-посреднических образований стал серьезной проблемой.

Недостаточное знание рыночной ситуации, длительная работа с постоянными, но не имеющими средств для расчетов поставщиками и покупателями,

нерациональные (нарушенные) хозяйственные связи, их нестабильность и другие факторы привели к кардинальному пересмотру всей коммерческой деятельности независимых оптово-посреднических организаций и предприятий. В таких условиях основной задачей осуществления коммерческой деятельности оптово-посреднических структур любой формы собственности и, имеющих различный организационно-правовой статус, становится организация закупочно-торговой деятельности с целью получения максимальной прибыли.

Одним из самых важных направлений в борьбе за выживание и поддержание определенной конкурентоспособности на товарном рынке приобретает маркетинговое исследование, проведение последовательных этапов логистического анализа.

Основными задачами логистического анализа коммерческой деятельности оптово-посреднических организаций могут быть [3]:

- оценка экономического состояния организации реализации на региональном рынке данного товара, эффективность закупочно-торговой деятельности и рациональности организации процессов товародвижения;

- определение "узких мест" в процессах закупочно-торговой деятельности, выявление причин их образования;

- разработка мероприятий по устранению причин, которые сдерживают нормальное развитие торговых процессов;

- внесение, на основе результатов анализа, соответствующих управленческих коррективов в процессе реализации тактических и стратегических целей деятельности оптово-посреднической организации.

Экономисты подчеркивают, что те предприятия, которые используют логистику и строят свою стратегию развития и функционирования на ее основе, имеют лучший показатель, отражающий отношение прибыли, полученной от продажи товаров или услуг, к инвестированному капиталу.

Логистика имеет влияние на расходы, связанные с продажей товаров. К таковым относят издержки по выполнению заказов, которые включают затраты на их обработку, перевозку, складирование грузов, управление запасами, а также на

упаковку грузов, обеспечение рынка и потребителей запасными частями, послепродажный сервис и т.п. Логистика также влияет на улучшение положения оптово-посреднических фирм на рынке, из чего следует увеличение их доли на нем.

Логистика имеет непосредственное отношение к запасам оптово-посреднической организации и тем самым оказывает влияние на оборотный капитал фирмы, оптимизируя его и не позволяя замораживать большое количество денежных средств в нерентабельных запасах.

Вместо вложения в основные средства организация может пользоваться арендой складов и транспортных средств, что является для арендатора текущими расходами. Это сопровождается привлечением сторонних фирм для организации складирования и перевозок.

Исследования в области логистики для широкого диапазона рынков показали, что такие логистические посредники располагают достаточно широкими возможностями для создания предпочтительных условий потребителям. Эти возможности могут быть реализованы лишь в том случае, если функционирование логистики в полном объеме ориентировано на рынок.

Центральной задачей проводящихся в России преобразований является трансформация системы хозяйствования, основанной на чрезмерно централизованной государственной собственности, в многоукладную смешанную экономику рыночного типа с соответствующими формами разноуровневого управления. Проводимое реформирование предлагает коренное изменение сложившихся методов стратегического развития хозяйственных субъектов и средств государственного регулирования экономики. Идет формирование новых отношений, как между организациями, так и внутри самих организаций.

Сегодня оптово-посреднические структуры вынуждены в основном самостоятельно искать пути выхода из кризиса и вхождения на рынок. Важной задачей развития оптовых структур является уточнение принципов их построения и функционирования в новой экономико-правовой ситуации.

Итак, особенности современной системы управления оптово-посредническими организациями связаны с изменением стратегических ориентиров в их деятельности.

Основой построения деятельности оптово-посреднических организаций в настоящее время является построение логистической системы и применение методики логистического управления. Основными целями внедрения логистики в деятельность оптово-посреднических организаций в рыночных условиях являются:

- повышение экономической устойчивости;
- максимизация прибыли;
- завоевание новых рынков;
- поиск путей рационализации деятельности.

1.3 Оптово-посредническая организация как логистическая система

Коммерческая деятельность оптово-посреднических структур с точки зрения логистических подходов рассматривается на трех уровнях, так как она одновременно является:

- элементом макрологистической системы, обеспечивающей связи и цели этой системы;
- элементом микрологистической системы, то есть одним из субъектов рыночной инфраструктуры, обеспечивающим реализацию своих целей;
- самостоятельной логистической системой, имеющей элементы, структуру и самостоятельные цели.

1. Как элемент макрологистической системы, оптово-посреднические структуры, являясь субъектами инфраструктуры рынка, устанавливают хозяйственные связи с поставщиками и покупателями, согласовывая технико-технологические, экономические и методологические вопросы, связанные с поставкой товаров, сырья, материалов и т.п.

Работая в контакте с субъектами рынка (предприятиями-изготовителями и предприятиями-потребителями) и транспортными организациями, оптово-посреднические фирмы обеспечивают органическое вхождение своего предприятия в макрологистическую систему. Идея логистики - получение дополнительной прибыли от согласованных действий всех участников, требует, чтобы оптово-

посреднические фирмы добивались реализации целей собственного предприятия не как изолированного объекта, а как звена всей макрологистической системы.

Собственное предприятие при таком подходе рассматривается как элемент всей логистической макросистемы: улучшается положение всей системы, улучшается положение предприятия, как ее элемента.

2. Оптово-посреднические организации, являясь звеном рыночной инфраструктуры, органически вписываются в микрологистическую систему, обеспечивающую прохождение материального потока в цепи: закупки - производственная обработка - сбыт (реализация).

Обеспечение надлежащей степени согласованности действий по управлению внутренними материальными потоками, является задачей логистической организации предприятия в целом. Логистическая цепь "закупки - производственная переработка - реализация" должна строиться на основе концепции маркетинга, то есть объемы должны исходить из стратегии заказов предприятий - покупателей. В этом плане маркетинговые подходы к закупочной деятельности нарабатывают методы, позволяющие реализовать концепцию, существенно дополняющую и расширяющую саму концепцию закупок и реализации.

3. Эффективность функционирования оптово-посреднической фирмы, как логистического объекта, возможность реализации целей как на уровне фирмы (в рамках закупочной и распределительной логистики), так и на уровне макрологистики, в существенной степени зависит от системной организации самой фирмы и направления коммерческой деятельности.

Применительно к деятельности посреднических организаций логистика заключается в выборе стратегии управления приобретением, движением и хранением материалов, изделий и запасов готовой продукции, а также стратегии управления соответствующими информационными потоками.

Успех оптово-посреднической деятельности зависит от: торгового, финансового, транспортно-экспедиторского, рекламного и консалтингового обеспечения [7].

Концепция логистики позволяет рассматривать торгово-посредническую деятельность как целостный механизм, любой из элементов которого должен оцениваться в свете его влияния на все остальные.

Решающая роль должна принадлежать посредникам в организации товародвижения через различные оптовые базы и склады, предприятия коммерческо-посреднических организаций бывшей системы Госснаба, транспортные базы общего пользования, склады товаропроизводителей и потребителей. Имея собственные склады, предоставляя их в использование промышленным предприятиям на арендных или кооперационных началах, координируя эксплуатацию собственных, производственных и транспортных складов, посреднические предприятия могут быть инициаторами в проведении инвестиционной политики развития складского хозяйства, комбинированного и комплексного использования действующих складских объектов.

В настоящее время в больших масштабах разрастается сеть многообразных посреднических организаций.

Помимо оптово-торговых посреднических организаций и предприятий по продукции производственно-технического назначения, к оптово-посредническим организациям относятся и другие структуры.

К ним относятся, кроме межотраслевых и отраслевых организаций и предприятий, в том числе выполняющих функции посредников по товарам для государственных нужд – получающие развитие организации по оказанию транспортно-экспедиционных и других новых логистических услуг – оптовые рынки товаров производственно-технического назначения и товарно-сырьевые биржи, имеющие транспортно-фрахтовые отделения (в составе организованных товарных рынков).

В целом к оптовым посредникам относятся организации и предприятия, обеспечивающие взаимодействие предприятий-изготовителей и потребителей этих товаров по поводу их купли-продажи и призванные с товарооборотом многообразные услуги, в том числе по организации товародвижения (логистические услуги).

Несмотря на наличие общих для них признаков (содействие в закупках и реализации товаров, осуществление посреднических операций, обеспечение товародвижения и обслуживание производства), оптовые посредники различаются по характеру обслуживаемых потребителей, товарной специализации, особенностям выполняемых функций, по своему статусу и отраслевой принадлежности.

С учетом этих различий могут быть выделены следующие группы оптовых посредников [16]:

1. Межотраслевые коммерческо-посреднические организации.
2. Отраслевые и межотраслевые структуры.
3. Организации, специализирующиеся на закупке, реализации и хранения товаров для государственных нужд.
4. Структуры, которые в отличие от других организаций, сочетающих посреднические операции с оказанием дополнительных услуг, специализируются на выполнении транспортно-экспедиционных и других новых логистических услуг.
5. Структуры организованных оптовых рынков.
6. Оптово-посреднические организации, осуществляющие деятельность на международных рынках.

Эффективность деятельности торгового посредника зависит от организации планирования закупок и поставок товаров на базу и с базы (включая хранение и транспортировку), организация оперативного контроля за состоянием этих процессов и их регулирования с учетом текущей ситуации. А это все предполагает разработку системы оперативного регулирования поставок.

Система оперативного регулирования поставок призвана организовать непрерывное удовлетворение спроса, ликвидировать или ослабить действие нежелательных отклонений в обеспечении потребителей на основе регулирования процессов производства, снабжения, потребления как единого целого. Эта система должна стать органической частью механизма функционирования посреднических операций и опираться на использование экономических рычагов и методов хозяйствования и регулирования отношений между партнерами в сфере обращения.

Основными задачами закупочной деятельности оптово-посреднических фирм (структур) является [1]:

– выдерживание сроков закупки продукции, подлежащей доработке и реализации;

Продукция, закупленная ранее намеченного срока, ложится дополнительной нагрузкой на оборотные фонды фирмы, а опоздание в закупках заказанной продукции может сорвать контракт с покупателем (заказчиком) или привести к нежелательным последствиям.

– обеспечение точного соответствия между количеством поставок и потребностями в них предприятия - заказчика;

Избыток или недостаточное количество поставляемых товарно-материальных ресурсов также негативно влияет на баланс оборотных фондов и устойчивость реализации продукции и, кроме того, может вызвать дополнительные расходы при восстановлении балансового оптимума.

– соблюдение требований предприятия - покупателя по количеству, качеству и комплектности закупаемой продукции;

– осуществление поиска, закупки и доставки товарно-материальных ресурсов по минимальным ценам, оптимизация совокупности затрат по закупочной деятельности и реализации закупленной продукции предприятиям потребителям.

Таким образом, логистическая система закупок продукции для обеспечения потребности заказчиков (покупателей) включает ряд логистических элементов, которым присущи определенные виды логистических операций. В свою очередь, исполнение логистических операций требует применения отдельных методов и методик их проведения, сообразуясь с целевой направленностью отдельных элементов логистической цепи.

Вторым элементом логистической системы оптово-посреднической организации является процесса сбыта.

Цели сбыта – получение максимальной прибыли, а достижение данной цели возможно лишь при успешной реализации следующих задач в области распределения:

– оптимальная загрузка производственных мощностей и складов заказами потребителей;

– выбор рациональных каналов распределения продукции. Канал распределения – это путь, по которому товары движутся от производителя к потребителю. Выбранные каналы непосредственно влияют на скорость, время, эффективность движения и сохранность продукции при ее доставке от производителя к конечному потребителю;

– минимизация совокупных затрат в хозяйственном цикле товара включая расход по послепродажному обслуживанию и потребительскому сервису.

Сбытовая логистика – неотъемлемая часть общей логистической системы предприятия, обеспечивающая наиболее эффективную организацию распределения произведенной продукции. Она охватывает всю цепь системы распределения: маркетинг, транспортировку, складирование и др.

Третьим элементом логистической системы оптово-посреднического предприятия будем считать хранение и транспортировку продукции.

Отгрузка продукции производится потребителям со своих складов, либо арендуемых складских площадей. Необходимость хранения запасов определяется несовпадением циклов производства и потребления. Хранение позволяет сгладить различия между потребностями рынка и возможностями производителя.

Выбор вида транспорта влияет на цены, своевременность доставки и состояние товара по прибытии в пункт назначения, что в конечном итоге сказывается на удовлетворении покупателей.

Для доставки товаров на склады используется пять видов транспорта: железнодорожный, воздушный, автомобильный, водный и трубопроводный. При выборе способа транспортировки учитываются такие факторы, как скорость, частность, надежность, доступность, возможность оперативного контроля и цена.

В оптовых предприятиях используют транспорт собственной транспортной служб либо наемный.

Таким образом, мы приходим к следующему заключению, что важную роль в обеспечении рационального товародвижения материалопотоков от производителя к

конечному потребителю играют оптово-посреднические организации. Коммерческая деятельность таких организаций может рассматриваться как элемент макро-, микрологистической системы, а также как самостоятельная система. К подобным оптово-посредническим организациям относятся предприятия, обеспечивающие взаимодействие изготовителей продукции и ее потребителей, попутно оказывающие услуги складирования, транспортировки и производственной доработки.

Основными подсистемами оптово-посреднической организации как логистической системы в целом является закупочная и сбытовая логистика, а также процесс транспортировки и хранения продукции.

2. Анализ функционирования логистической системы ООО «ВИВА»

2.1 Организационно-экономическая характеристика ООО «ВИВА»

Головной офис ООО «ВИВА» расположен по адресу: г. Самара, ул. Стара-Загора, д,37. Офис 8

Это офисное здание, расположенное рядом с парком культуры и отдыха им. Ю.А. Гагарина. В данном месте сосредоточен большой поток людей и автомобилей. Покупатели и поставщики не имеют затруднений при поиске месторасположения компании. Арендная плата за помещение в данном месте невысока.

Компания существует с 2012 года. В штате имеется более 10 специалистов в области логистики, бухгалтерского учета, юридического сопровождения и таможенного оформления.

Изначально была выбрана такая организационная форма как Общество с ограниченной ответственностью (ООО) и в дальнейшем изменений данной формы не было. Существенным преимуществом ООО является достаточно простой способ регистрации, а также в упрощенном порядке можно увеличить или уменьшить уставный капитал. Также к факторам, повлиявшим на выбор данной организационно-правовой формы, можно отнести следующие:

1. Возможность вести предпринимательскую деятельность не от собственного лица, а опосредованно, через созданное юридическое лицо.

2. Ограниченный размер предпринимательского риска.

3. Возможность расширения бизнеса, привлечения инвестиций.

4. Возможность сформировать структуры управления, соответствующие размерам и специфике деятельности фирмы.

5. Наибольшая информационная «закрытость» — не требуется публиковать какие-либо документы, относящиеся к деятельности ООО.

Основной вид деятельности предприятия — оптовая торговля продовольственной и промышленной продукцией, а также строительными материалами в страны Таможенного союза. Основным направлением продажи товаров является Казахстан. Компания практически не имеет конкурентов в занятой ей рыночной нише.

Схема работы предприятия заключается в следующем:

- выкуп товара у российского поставщика;
- продажа этого товара за территорию РФ от своего имени;
- проведение всего экспортного оформления;
- подбор транспорта для доставки товара до получателя.

Востребованность такого вида сотрудничества обусловлена проблемами продажи товаров за пределы РФ.

Основная цель деятельности предприятия – получение прибыли.

Организационную структуру управления предприятием представлена на рис. 3



Рисунок 3 – Организационная структура управления предприятия

Главным критерием оценки деятельности предприятия, имеющего своей целью получение прибыли, является финансовая эффективность, достигаемая путем грамотного управления, постоянного мониторинга и проведение мероприятий нацеленных на улучшение финансовых показателей.

Информация финансовой деятельности организации, за исследуемый период представлена в табл. 2

Таблица 2 - Основные показателей коммерческой деятельности предприятия за 1 квартал 2016 г. – 3 квартал 2016 г.

Показатели	1 квартал 2016 г.	2 квартал 2016 г.	3 квартал 2016 г.
Товарооборот, руб.	8 612 145	8 927 606	9 610 541
Валовой доход, руб.	1 457 175	1 510 551	1 626 104
Уровень валового дохода, %	16,92	16,92	16,92
Издержки обращения, руб.	951 433	1 037 435	986 376
Уровень издержек обращения, %	11,05	12	10,26
Прибыль от реализации, руб.	505 742	473 116	639 728
Рентабельность продаж, %	34,7	31,4	39,4
Внереализационные доходы, руб.	5680	6090	4585
Балансовая прибыль, руб.	511 422	479 206	644 313

Продолжение таблицы 2

Показатели	1 квартал 2016 г.	2 квартал 2016 г.	3 квартал 2016 г.
Рентабельность финансово-хозяйственной деятельности, %	35,10	31,72	39,62

Проанализируем и разберем каждый пункт из приведенных выше показателей в табл. 3

Таблица 3 - Динамика основных показателей коммерческой деятельности предприятия за 1 квартал 2016 г. – 3 квартал 2016 г.

Показатели	Отклонение по кварталам (+,-)			Темп прироста, %		
	2 кв. от 1 кв.	3 кв. от 2 кв.	3 кв. от 1 кв.	2 кв. от 1 кв.	3 кв. от 2 кв.	3 кв. от 1 кв.
Товарооборот, руб.	315 461	682 935	998 396	4%	8%	12%
Валовой доход, руб.	53 376	115 553	168 929	4%	8%	12%
Уровень валового дохода, %	0	0	0	0	0	0
Издержки обращения, руб.	86 002	-51 059	34 943	9%	-5%	4%
Уровень издержек обращения, %	0,95	-1,74	-0,79	1,09	-14,5	-7,1
Прибыль от реализации, руб.	-32 626	166 612	133 986	-6,4	35,22	26,49
Рентабельность продаж, %	-3,3	8	4,7	-9,51	25,48	13,55
Внерезультационные доходы, руб.	410	-1505	-1095	7,218	-24,71	-19,28
Балансовая прибыль, руб.	-32 216	165 107	132 891	-6,30	34,45	25,98
Рентабельность финансово-хозяйственной деятельности, %	-3,37	7,90	4,53	-9,61	24,90	12,90

1. Товарооборот – это объем продаж товаров торговой организацией в денежном выражении за определенный период времени. Анализ товарооборота позволяет оценивать соответствие имеющихся товаров спросу населения для принятия мер по оптимизации структуры товарооборота, увеличению объема продаж, ускорению оборачиваемости товаров, ритмичности и равномерности продаж. Товарооборот, начиная с 1 квартала и заканчивая 3 кварталом 2016 г. имеет тенденцию роста. Наибольший товарооборот в 9 610 541 руб. можно наблюдать в 3 квартале (рис.4). Это связано с наибольшей активностью покупателей в этот период времени, связанной с тем, что предприятия готовятся к зимнему периоду времени и ухудшению условий поставок. 2 квартал является самым стабильным периодом

времени и сопровождается средним товарооборотом. В 2016 году он составил 8 927 606 руб. Его стабильность вызвана тем, что предприятия в этот период ведут активную закупку строительных материалов и оборудования, которые из года в год создают основу товарооборота в этот период. 1 квартал отличается самым низким товарооборотом в 8 612 145 руб. Это вызвано тем, что в начале года происходит формирование и утверждение бюджета у организаций (покупателей). Его расходование начинается в конце 1 квартала.

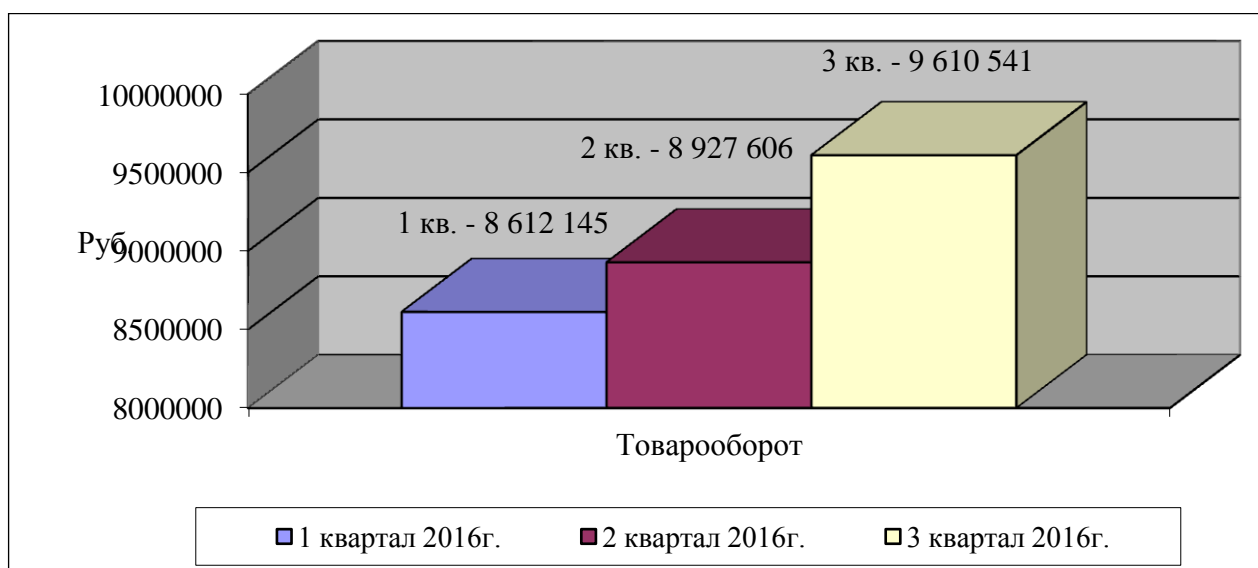


Рисунок 4 – Изменение товарооборота за исследуемый период

2. Валовой доход— это доход, который компания получает от своей основной деятельности.

На исследуемом предприятии – это доход, полученный от продажи товаров потребителям. Уровень валового дохода равен торговой наценке, которая является неизменной и составляет 16,92%. Соответственно, прослеживая динамику изменения валового дохода, мы можем сделать вывод, что он изменяется прямо пропорционально товарообороту организации и растет во 2 квартале на 4% в отличие от 1 кв., на 8% в 3 квартале в отличие от 2 квартала и соответственно на 12% в 3 квартале в отличие от 1 квартала.

3. Расходы на реализацию товаров (издержки обращения) – это есть выраженные в денежной форме затраты живого и овеществленного труда по

осуществлению связи между производителем и потребителем или по доведению товаров от производителя до потребителя [20, с.272]. Они планируются, учитываются и показываются в отчетности как в абсолютных суммах, т.е. в руб., так и в относительных величинах, т.е. в процентах к товарообороту.

4. Уровень издержек обращения — это отношение суммы издержек обращения к величине товарооборота, выраженное в процентах. Этот показатель характеризует качество работы торговой организации. Чем лучше работает торговая организация, тем ниже уровень ее издержек обращения, и наоборот.

Издержки обращения растут с 951 433руб. в 1 кв. 2016 г. до 1 037 435 руб. в 2 кв. 2016 г. Это обусловлено тем, что в связи с увеличением товарооборота предприятия растут ежеквартальные премии сотрудников, увеличивается налогооблагаемая база, увеличиваются затраты на обработку продукции. Также в марте 2016 г. ООО «ВИВА» был оформлен договор лизинга на приобретение автомобиля, соответственно, начиная со 2 квартала 2016 г., к издержкам обращения были добавлены лизинговые платежи. В 3 квартале 2016 г. издержки обращения снизились на 5% по сравнению со вторым кварталом 2016 г., что обусловлено увольнением сотрудника и снижением затрат на оплату труда и социальные отчисления. Но к издержкам 3его квартала были добавлены существенные транспортные расходы на обратную пересылку некачественного товара поставщику.

Основные издержки обращения ООО «ВИВА» представим на рис. 5

5. Прибыль от реализации товаров - это разница между выручкой от реализации, затратами валовыми за этот же период по всем видам деятельности и суммой амортизационных отчислений от балансовой стоимости основных фондов и нематериальных активов [11, с.63]

Таким образом, прибыль от реализации мы можем рассчитать согласно формуле.

Прибыль от реализации определяется по формуле:

$$P_{np} = B_{np} - TC, \quad (1)$$

где P_{np} – прибыль от реализации

B_{np} – валовая прибыль

TC – издержки обращения

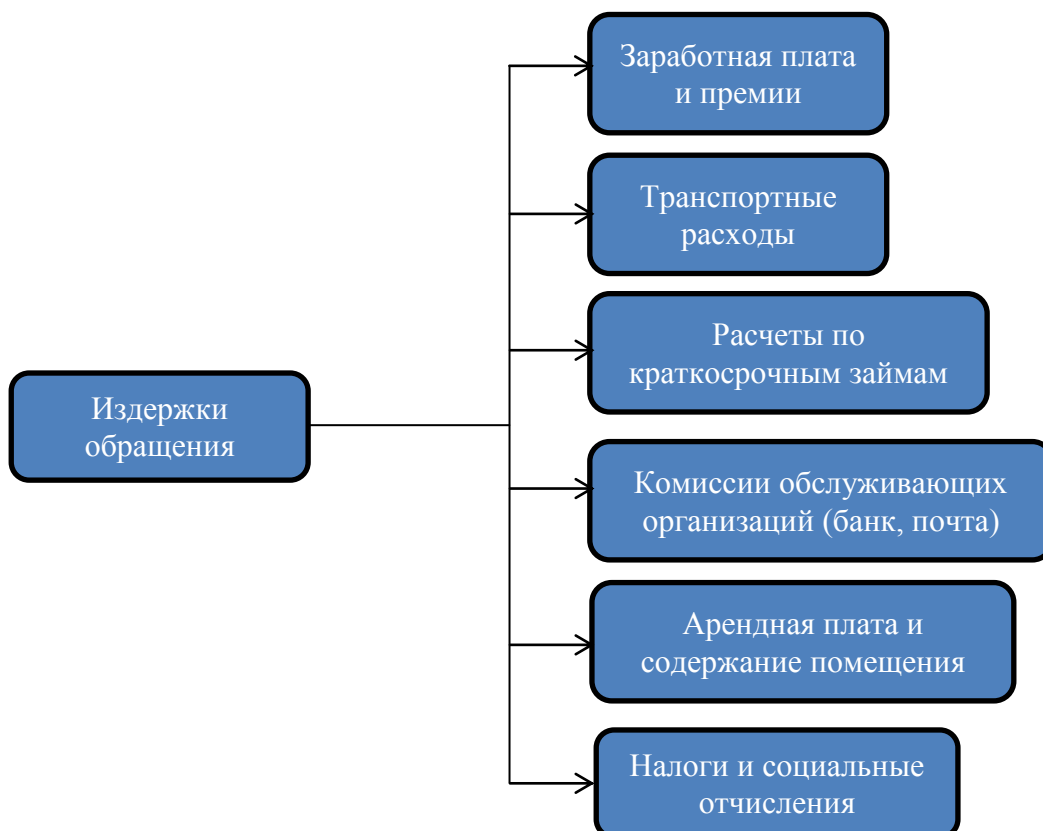


Рисунок 5 – Издержки обращения ООО «ВИВА»

В нашем случае получается, что наибольшая прибыль была получена в 3 кв. 2016 г. и составила 639 728 руб. Во 2 квартале 2016 г. наблюдалось ее падение на 6,4% по сравнению с 1 кварталом, что связано с большими издержками обращения в этот период.

6. Рентабельность продаж - коэффициент равный отношению прибыли от реализации продукции к сумме полученной выручки. Расчет рентабельности был произведен по формуле.

Коэффициент рентабельности продаж определяется по формуле:

$$K_{рп} = \Pi_{рп} / ВД * 100\% \quad (2)$$

где $K_{рп}$ – коэффициент рентабельности продаж

$ВД$ – валовой доход

$\Pi_{рп}$ – прибыль от реализации

Самая высокая рентабельность продаж, равная 39,4% наблюдается в 3 кв. 2016 г., что на 25,48% больше, чем во 2ом квартале 2016 г. и на 13,55% - чем в 1ом квартале 2016 г.

7. Внереализационные доходы_ООО «ВИВА» включают в себя штрафы, пени и неустойки полученные от других организаций, прибыль от размещения свободных денежных средств, положительные курсовые разницы по операциям в иностранной валюте. Самый высокий уровень внереализационных доходов был выявлен во втором квартале 2016 г. (6090 руб.) и вырос по сравнению с 1 кварталом на 7,22%. Это можно объяснить в основном тем, что во 2 квартале был получен самый высокий доход по банковским процентам, начисляемым за неснижаемый остаток на расчетном счете организации.

8. Внереализационные расходы_исследуемого предприятия в основном состоят из штрафов, пени и неустоек, уплаченных другим организациям, отрицательных курсовых разниц по операциям в иностранной валюте. За период с 1 квартала 2016 г. по 3 квартал 2016 г. внереализационных расходов не было.

9. Балансовая прибыль — это сумма прибылей (убытков) предприятия как от реализации продукции, так и доходов (убытков), не связанных с ее производством и реализацией (внереализационные доходы и расходы) [12]. Ее расчет мы произведем по формуле.

Балансовая прибыль определяется по формуле:

$$Пб = П_{пр} + ВРД - ВРР \quad (3)$$

где $Пб$ – балансовая прибыль

$П_{пр}$ – прибыль от реализации

$ВРД$ – внереализационные доходы

$ВРР$ – внереализационные расходы

С учетом всех доходов и расходов организации наибольшая балансовая прибыль получилась в 3 квартале 2016 г. –644 313 руб., тогда как в 1 квартале по сравнению с третьим она упала на 25,98%.

Организация считается рентабельной, если доходы от продажи товаров покрывают издержки обращения и, кроме того, образуют сумму прибыли, достаточную для нормального функционирования организации. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия дает возможность дать оценку эффективности бизнеса, то есть установить степень эффективности функционирования данного предприятия. Рентабельность финансово-хозяйственной деятельности предприятия рассчитаем по формуле.

Рентабельность ФХД определяется по формуле:

$$Рфхд = Пб / ВД * 100\% \quad (4)$$

где $Рфхд$ – рентабельность финансово-хозяйственной деятельности

$Пб$ – балансовая прибыль

$ВД$ – валовой доход

Наибольшую рентабельность предприятие показало в 3 квартале 2016 г. (39,62%), что на 4,53% больше, чем в 1 квартале 2016 г. Наименьшая рентабельность наблюдается во 2 квартале 2016 г. (31,72%) и падает на 3,37% и 7,9% по сравнению с 1 и 3 кварталами 2016 г. соответственно. Это вызвано достаточно высоким уровнем издержек в указанный период.

Представим структуру издержек обращения в разрезе отдельных статей номенклатуры табл. 4

Таблица 4 - Динамика издержек обращения предприятия ООО «ВИВА»

Статьи расходов	1 квартал		2 квартал		3 квартал		Отклонение 3 кв. от 1 кв.	
	т. руб.	уд.вес, %	т. руб.	уд.вес, %	т. руб.	уд.вес, %	т. руб.	уд.вес, %
Аренда и содержание помещения	120	12,61	120	11,57	113,5	11,51	-6,5	-18,60
Расходы на оплату труда и премии	353,81	37,19	487,63	47,00	445,11	45,13	91,30	261,2
Отчисления на социальные нужды и налоги	252,77	26,57	235,48	22,70	224,78	22,79	-27,99	-80,12
Расходы на транспорт	0,5	0,05	0	0,00	0	0,00	-0,5	-1,43
Расчеты по краткосрочным кредитам и займам	181,95	19,12	157,22	15,16	157,72	15,99	-24,22	-69,32
Прочие расходы (маркетинг, расходы на услуги банков)	423,94	4,46	37,08	3,57	45,25	4,59	2,86	8,18
Итого:	951,43	100	1037,43	100	986,37	100	34,94	100

Группировка издержек обращения по элементам, показывающая экономическое содержание затрат, не дает возможности выявить направление и целевое назначение отдельных затрат. В связи с этим имеет место потребность в планировании, учете и анализе издержек обращения по отдельным статьям.

Классификация издержек обращения по статьям дает возможность определить их структуру, а также выявить наиболее значительные статьи расходов.

Основные задачи анализа издержек обращения:

- проверка обоснованности сметы издержек обращения;
- проверка выполнения плана (соблюдения сметы) по издержкам обращения и определение отклонений от плана (сметы);
- определение влияния отдельных факторов на сумму и уровень издержек обращения;

– выявление резервов снижения издержек обращения и разработка мероприятий по мобилизации, т. е. использованию этих резервов.

Наибольшую долю издержек (от 37,19% в 1 квартале 2016 г. до 47% во 2 кв. 2016 г.) занимают расходы на оплату труда, которые включают в себя заработную плату, премии и иные выплаты работникам. В основном их сумма варьируется в зависимости от выполнения или невыполнения плана продаж. Также большое влияние на сумму издержек по данной статье имеют кадровые перестановки, связанные с увольнением и принятием на работу новых сотрудников.

Арендная плата и обслуживание помещения. Арендная плата в нашем случае – это денежные средства, уплачиваемы за квадратные метры арендуемого помещения. Расходы на содержание помещения включают в себя ремонт, плату за коммунальные услуги, интернет, телефонию, уборку помещения. Эта статья расходов была уменьшена со 120 000 руб. в 1 и 2 кварталах 2016 г. до 113 500 руб. в 3 квартале 2016г. Данный факт был обусловлен сокращением издержек на обслуживание помещения в статье текущего ремонта и обустройства.

Расходы на транспорт включают в себя затраты на бензин и ремонт автомобилей, а также ежемесячные выплаты сотрудникам, пользующихся общественным транспортом. В 1- 3 кварталах 2016 г. данная расходная часть бюджета была включена в оклад работников ООО «ВИВА». На текущий момент такая политика учета данного вида издержек пересматривается.

Отчисления на социальные нужды - обязательные отчисления по нормам, установленным законодательством государственного социального страхования, в Фонд социального страхования РФ, Пенсионный фонд РФ, фонды обязательного медицинского страхования от затрат на оплату труда работников, включаемых в себестоимость продукции (работ, услуг), по элементу «Затраты на оплату труда» (кроме тех видов оплаты, на которые страховые взносы не начисляются), финансовая помощь нуждающимся сотрудникам. Их сумма в основном колеблется в зависимости от расходов на оплату труда. Так, в 1 квартале 2016 г. расходы на социальные нужды составили 252 778 руб., во 2 квартале – 235 482 руб., а в 3

квартале г. – 224 781 руб. Отклонение 3 квартала 2016 г. от 1 квартала 2016 г. получилось – -27 997руб.

Расчеты по краткосрочным кредитам и займам – это ежемесячные отчисления, которые идут на оплату предмета лизинга. Данная статья расходов варьируется от 15,16% в общей доле издержек во 2ом квартале 2016 г. до 19,12 % в 1 квартале 2016 г.

К прочим расходам мы можем отнести расходы на банковское обслуживание, пользование услугами юридических компаний, рекламу и маркетинг закупку офисной техники, канцтоваров, системное администрирование, услуги почты и т.д. Величина данной статьи расходов небольшая и составляет от 3,57% во 2ом квартале 2016г., до 4,59% в 3 квартале 2016 г.

Итак, на основании проведенного организационно-финансового анализа ООО «ВИВА» можно сделать вывод, что предприятие имеет удобную для его деятельности организационно-правовую форму, но обладает не развитой системой логистического управления. Товарооборот имеет тенденцию к росту, но его объемы могут расти за счет расширения рынка сбыта, а прибыль может быть увеличена за счет сокращения совокупных издержек. Предприятие является рентабельным и имеющим тенденцию к дальнейшему развитию.

2.2 Логистический анализ закупочной и торговой деятельности ООО «ВИВА»

В первую очередь рассмотрим организацию работы службы снабжения на предприятии ООО «ВИВА».

Основная задача закупочной работы - выгодное приобретение товара в целях удовлетворения потребительского спроса. Закупочная работа является одной из наиболее ответственных функций предприятий оптовой торговли.

Ответственным за организацию снабжения в ООО «ВИВА» является коммерческий директор, в чьем непосредственном подчинении находится менеджер по закупкам.

ООО «ВИВА» использует метод закупок по необходимости. Данная необходимость определяется спросом потребителей на определенный вид товара, т.е. ведется работа «под заказ». Что касается потребностей по закупке материалов для функционирования самого предприятия, то здесь используется тот же метод.

Коммерческие связи устанавливаются на выставках, путем поступления рекламных материалов и главным образом с помощью сети Интернет.

Поставщики выбираются с особой тщательностью и должны соответствовать определенным критериям. Для расчета рейтинга поставщиков привлекаются эксперты на уровне руководства компании. На примере нескольких поставщиков, поставляющих грузоподъемное оборудование, ими были определены вес критерий и оценка. По исходным данным составлена табл. 5.

Выбор поставщика можно подразделить на несколько этапов:

1. Получение заявки на определенную продукцию;
2. Изучение рекламных материалов;
3. Посещение выставок, ярмарок;
4. Налаживание личных связей с потенциальными поставщиками;
5. Заключение договоров на поставку продукции.

Основополагающим критерием при выборе поставщика в нашем случае является цена, т.к. именно этот фактор волнует покупателей предприятия ООО «ВИВА». Помимо цены большую роль играет расстояние до поставщика, способ доставки товаров, а также сведения о дополнительно предоставляемых услугах [15]. Также в большинстве случаев необходимым условием является отсрочка платежа и своевременные поставки.

Таблица 5 - Расчет рейтинга поставщиков

Критерий выбора	Вес критерия	Оценка критерия по 10-ти балльной шкале			Произведение веса критерия на оценку		
		ООО ГК «СТС»	ООО НПП «Л.И.Т.»	ООО «Авангард»	ООО ГК «СТС»	ООО НПП «Л.И.Т.»	ООО «Авангард»
1. Цена	0,3	7	8	10	2,1	2,4	3
2. Качество товара	0,12	8	9	6	0,96	1,08	0,72

Продолжение таблицы 5

Критерий выбора	Вес критерия	Оценка критерия по 10-ти балльной шкале			Произведение веса критерия на оценку		
		ООО ГК «СТС»	ООО НПП «Л.И.Т.»	ООО «Авангард»	ООО ГК «СТС»	ООО НПП «Л.И.Т.»	ООО «Авангард»
3. Надежность поставщика	0,2	10	7	8	2	1,4	1,6
4. Удаленность поставщика	0,1	10	8	9	1	0,8	0,9
5. Форма оплаты и условия платежа	0,2	10	7	7	2	1,4	1,4
6. Организация доставки	0,05	8	9	8	0,4	0,45	0,4
7. Дополнительные услуги	0,03	7	8	8	0,21	0,24	0,24
Итого:	1				8,67	7,77	8,26

Исходя из произведенной оценки, мы можем сделать вывод, что наиболее выгодным и надежным поставщиком с рейтингом 8,67 для нашей организации является ООО ГК «СТС». На данном предприятии не самая низкая цена, но оно расположено в Самаре, всегда в срок производит поставки, а также позволяет воспользоваться отсрочкой платежа на срок до 10 дней, что является очень важным условием сотрудничества. Минимальная партия поставки от данного поставщика составляет 20 000 рублей. В среднем периодичность поставок колеблется от двух до шести раз в месяц.

Поставщики ООО НПП «Л.И.Т.» и ООО «ПКФ «Авангард» расположены в отдаленных городах и не предоставляют коммерческих кредитов.

На предприятии ООО «ВИВА» присутствует две формы снабжения: транзитная и складская. Динамику и структуру поступления товаров на предприятия на примере нескольких поставщиков продукции в отрасли строительства мы можем увидеть в табл. 6

Таблица 6 - Динамика и структура поступления товаров на предприятие
по поставщикам

Поставщики	1 кв.	2 кв.	3 кв.	Отклонение			Темп прироста, %		
				2 кв. от 1 кв.	3 кв. от 2 кв.	3 кв. от 1 кв.	2 кв. от 1 кв.	3 кв. от 2 кв.	3 кв. от 1 кв.
1. Производители	-	-	-	-	-	-	-	-	-
1.1.ООО "Промизоляция"	236	358	186	122	-172	-50	51,69	-48,04	-21,19
1.2 ООО "Р-пласт"	315	157	215	-158	58	-100	-50,16	36,94	-31,75
2. Оптовые посредники	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2.1. ООО "МастерПлюс"	269	254	0	-15	-254	-269	-5,58	-100	-100
2.2 . ООО "Кальматрон-С"	359	269	182	-90	-87	-177	-25,07	-32,34	-49,30
Квартальный объем поступления товаров	1 179	1 038	583	-141	-455	-596	-11,96	-43,83	-50,55

Транзитная форма снабжения – предприятие получает сырье, материалы и готовую продукцию непосредственно от предприятий, их добывающих, обрабатывающих или производящих;

Складская форма снабжения – материальные ресурсы предприятие получает с баз и складов снабженческо-сбытовых организаций, оптовых и розничных торговых фирм [27].

Что касается длительности хозяйственных связей, то наше предприятие стремится к продолжительным связям, но также бывает краткосрочное сотрудничество и разовые поставки.

Рассматриваемые нами поставщики занимаются поставками гидроизоляционных материалов, а также оборудованием и материалами для утепления зданий.

Основными конкурентами являются ООО «МастерПлюс» и ООО «Промизоляция». ООО «МастерПлюс» является оптовым посредником и занимается поставками оборудования и материалов для нанесения пенополиуретановых покрытий для магистральных трубопроводов, утепления фасадов промышленных и заводских помещений. ООО «Промизоляция» производит оборудование и материалы для тех же целей под собственной маркой «Промус» за исключением

небольших отличий в технологической цепочке производства пенополиуретановых изделий.

Анализируя полученные нами данные мы можем проследить тенденцию снижения объема поставок от ООО «МастерПлюс». Так, в 1 квартале 2016 г. их объем составлял 269 000 руб., а к 3 кварталу 2016 г. упал до 0.

Что касается ООО «Промизоляция» - здесь динамика поставок нестабильная. По сравнению с 1 кварталом. 2016 г., во 2 квартале поставки выросли на 51,69%, а в 3 квартале 2016 г. упали на 21,19% по сравнению с 1 кварталом 2016г. Большим плюсом данного поставщика является возможность предоставления им отсрочки платежа за поставляемые товары.

Поставками гидроизоляционных материалов собственного производства занимается компания ООО «Р-пласт». Ее конкурентом в той же отрасли является ООО «Кальматрон-С», являющееся официальным дилером компании Кальматрон.

Объемы поставок от ООО «Р-пласт» упали на 100 000 руб. в 3 квартале 2016 г. в отличие от 1 квартала 2016 г. и на 158 000 во 2 квартале в отличие от 1 квартала 2016 г.

В то же время у ООО «Кальматрон-С» наблюдается постепенная тенденция к снижению объема поставок от 1 квартала 2016 г. – 359 000 руб. к 3 кварталу 2016 г. – 182 000 руб., что на 50,55% меньше.

ООО «Кальматрон-С» хоть и не является непосредственно производителем материалов, но предоставляет более низкие цены, чем ООО «Р-пласт» и более удобное место расположения, поэтому объем поставок от данной компании несколько больше, чем от ее конкурента.

Рассматривая квартальный объем поступления товаров мы можем сделать вывод, что он снижается от 1 179 000 руб. в 1 квартале 2016 г. ко 2 кварталу 2016 г. до 1 038 000 руб. и еще на 455 000 руб. к 3 кварталу 2016 г. Это связано с уменьшением спроса на продукцию данной отрасли в вышеуказанный период времени.

Теперь проведем анализ выполнения обязательств по поставкам поставщиков ООО «ВИВА». Результаты анализа можно видеть в табл. 7. От того, насколько

грамотно и быстро сработают поставщики зависит товарооборот предприятия, а соответственно и получаемая прибыль.

План поставок зависит от времени года и деловой активности клиентов. Рассмотрим второй квартал 2016 года, как один из самых стабильных периодов.

Таблица 7 - Оценка выполнения обязательств по поставкам

Период	План поставок, тыс. руб.	Фактически поставлено, тыс.руб.	Выполнение плана поставок, %
Апрель	1 800	2 300	128
Май	3 000	2 850	95
Июнь	2 400	2 100	88

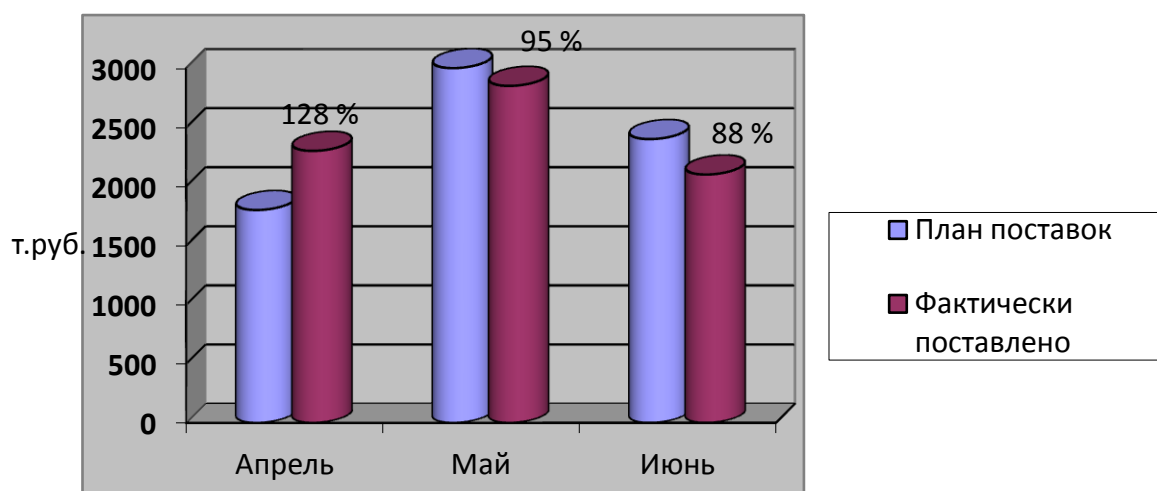


Рисунок 6 – Динамика плана продаж за 2 квартал 2016г.

На рис. 6 мы можем видеть, что лишь апрель сопровождался перевыполнением плана поставок на 28%, а в мае и июне план поставок не был выполнен на 5 и 12 % соответственно. За время работы организации имеется один невыполненный договор, по которому был произведен возврат денежных средств.

Гарантийное обслуживание поставляемых товаров производится в срок, указанный в гарантийном талоне, либо договоре поставки.

Претензионная работа в ООО «ВИВА» состоит из двух основных блоков: подготовка и направление претензий должникам в случае нарушения ими

договорных обязанностей и работа с поступившими от кредиторов претензиями в отношении исполнения собственных обязательств.

До судебных разбирательств за все время существования данной организации дело не доходило. Претензионная работа ведется путем переговоров и выставления требований на уплату просроченных платежей, штрафов и пени. Данной деятельностью занимается директор по предоставлению служебных записок от коммерческого директора.

Информационная система организации - организационно упорядоченная совокупность документов (массивов документов) и информационных технологий, в том числе с использованием средств вычислительной техники и связи, реализующих информационные процессы. Информационные системы предназначены для хранения, обработки, поиска, распространения, передачи и предоставления информации.

Входной поток информации - последовательность документов и данных, поступающих для ввода в информационную систему. В организации ООО «ВИВА» входной информационный поток службы снабжения включает в себя: коммерческие и ценовые предложения от потенциальных поставщиков, технические спецификации, счета на оплату, накладные, счета-фактуры, договора, требования, заявления, претензии и т.д.

Выходные информационные потоки - сообщения, выходящие за пределы одной логистической системы либо одной из ее подсистем. В службе снабжения к ним мы можем отнести заявки на закупку продукции на бумажных и электронных носителях, договора, отчеты, требования, претензии, акты сверки и акты расхождений и т.д.

Как правило, объем входного информационного потока приблизительно в 2 раза превышает объем выходного.

Рассмотрим поэтапно информационный поток на примере одного материального потока:

1. Поставщику ООО «ГК СТС» направляется заявка на приобретение определенного товара по электронной почте.

2. ООО «ГК СТС» отправляет технико-коммерческое предложение на поставку необходимой номенклатуры товара в виде скан-копии на электронную почту ООО «ВИВА».

3. ООО «ВИВА» в тексте письма, отправляемого на электронную почту, выражает свое согласие на поставку данного товара на указанных поставщиком условиях и запрашивает счет на оплату и договор.

4. ООО «ГК СТС» выставляет счет в электронном виде.

5. ООО «ВИВА» производит оплату данного счета путем безналичного перечисления денежных средств со своего расчетного счета на расчетный счет ООО «ГК СТС».

6. После поступления денежных средств на расчетный счет поставщика он производит отгрузку и выписывает расходные документы: накладную и счет-фактуру.

7. ООО «ВИВА» производит принятие отгружаемого товара и сверяет номенклатуру с накладной поставщика. В случае появления расхождений составляется акт.

Для организации работы данного материального потока используется следующее программное обеспечение: электронная почта, программа 1С Бухгалтерия 8.2., пакет средств Microsoft Office.

База данных содержится на сервере организации, отчеты формируются с помощью программы 1С.

В следующей части нашего параграфа перейдем к анализу функционирования отдела сбыта организации.

Планирование сбытовой деятельности предприятия состоит в том, чтобы доводить товары до потребителя в том месте, в том количестве и такого качества, которые требуются. При планировании сбытовой деятельности достижение поставленных объемов продаж происходит через оценку и удовлетворения требований потребителя.

Основными потребителями ООО «ВИВА» являются производственные предприятия и оптовые посредники разных отраслей хозяйства из стран Таможенного Союза.

Ответственным лицом за организацию сбытовой деятельности в компании ООО «ВИВА» является коммерческий директор, в чьем подчинении находится Директор по развитию. В его ведении находится как маркетинговая деятельность, так и непосредственное налаживание взаимоотношений с покупателями.

ООО «ВИВА» является звеном цепи косвенного канала распределения, т.е. закупает продукцию у производителей или посредников и продает ее конечным покупателям, либо оптовым посредникам.

Предприятие использует стратегию интенсивного сбыта, задействуя в процессе реализации товара широкий круг посредников, которые способны оказывать дополнительные услуги (организация сервиса, снабжение запасными частями и расходными материалами, транспортные компании, склады временного хранения и т.д.);

При заключении договора с покупателями сначала оговариваются все условия поставки (сроки поставки, стоимость товара, гарантийные обязательства, условия оплаты, условия поставки согласно ИНКОТЕРМС и т.д.). Только после этого происходит подписание договоров.

Динамика ежеквартальных продаж проанализирована в разделе 2.1.(см. табл. 3) по показателю «товарооборот».

Динамику продаж отдельным покупателям за исследуемый нами период мы можем проследить в табл. 8

Таблица 8 - Динамика продаж отдельным покупателям

Покупатели	1 кв.	2 кв.	3 кв.	Отклонение			Темп прироста, %		
				2 кв. от 1 кв.	3 кв. от 2 кв.	3 кв. от 1 кв.	2 кв. от 1 кв.	3 кв. от 2 кв.	3 кв. от 1 кв.
ИП Литвинов	489,6	1 025,3	1 724,6	535,7	699,3	1235	109,41	68,20	252,23
ТОО «SRG»	3 125,6	1 896,2	4 815	-1229,4	2918,8	1689,4	-39,33	153,92	54,05
Всего	3 615,2	2 921,5	6 539,6	-693,7	3618,1	2924,4	-19,19	123,84	80,89

ИП Литвинов С.Н. (Канатный двор) находится в Республике Казахстан, г. Уральск и является на рынке данного города самым крупным поставщиком и производителем такелажа и крепежных изделий. Анализируемое предприятие поставляет данному клиенту комплектующие для строп и крепежные элементы.

Тенденция объемов продаж вышеуказанному предприятию соответствует общей динамике продаж за исследуемый период времени. Так, во 2ом квартале 2016 г. продажи выросли на 535 710 руб. по сравнению с 1кварталом 2016 г., а в 3 квартале 2016 г. еще на 699 3355 руб. по сравнению со 2 кварталом 2016 г. Так рост объема продаж в 3 квартале 2016 г. по сравнению с 1 кварталом 2016 г. составил 252,23%.

Компания ТОО «SR Gicom Group» работает в электротехнической отрасли. Она снабжает крупные промышленные комплексы и заводы различным электротехническим и компьютерным оборудованием. ООО «ВИВА» консолидирует и поставляет для этой компании данное оборудование от поставщиков из России.

В 3 квартале 2016 г. по данному предприятию наблюдаются самые большие продажи (4 815 050). В 1 квартале 2016 г. они меньше на 2 924 445 руб. Это можно объяснить тем, что в третьем квартале были совершены продажи тех товаров с длительным сроком поставки, которые находились в производстве на заводах-поставщиках начиная с 1 квартала 2016 г. Во 2ом квартале 2016 г. объемы поставок данному предприятию упали 19,19% по сравнению с первым кварталом. В данный период времени отмечены самые маленькие объемы продаж в размере 2 921 610 руб.

Для анализа договорных отношений с покупателями рассмотрим структуру недопоставок по договорам в табл. 9

Таблица 9 - Структура недопоставок товаров по договорам

Причины недопоставок	Недопоставок товаров в 1-3 кв. 2016 г.	
	Тыс.руб.	% к итогу
Нарушение сроков поставки	652	76,34
Поставка товаров в меньшем количестве	25	2,93
Нарушение ассортимента поставки	52	6,09
Низкое качество	125	14,64

Причины недопоставок	Недопоставок товаров в 1-3 кв. 2016 г.	
	Тыс.руб.	% к итогу
Недостача товаров по сравнению с количеством, указанным в сопроводительных документах	-	-
Отсутствие договоров на поставку	-	-
Итого	854	100

Исходя из полученных данных мы можем сделать вывод, что основную долю в структуре недопоставок товаров (76,34%) составляет нарушение сроков поставки товара. Данный факт в большинстве случаев объясняется нерациональной системой транспортировки грузов и большими сроками доставки. Данная проблема является одной из основных на предприятии.

На втором месте стоит недостача товаров по сравнению с количеством, указанным в сопроводительных документах и составляет 125 тыс. руб. за 3 квартала 2016 г. Это зачастую вызвано ошибками при формировании заказа к отправке. Комплектование заказов происходит в офисе организации, либо на складах транспортных компаний и поставщиков. В связи с этим часто возникают трудности с упаковкой и маркировкой товара, который подлежит отправке.

Покупатели выражают свои претензии посредством составления актов расхождений и выставления требований. Срок удовлетворения претензий составляет от одной недели до месяца.

В большинстве случаев нарушение условий договора поставки зависит не напрямую от ООО «ВИВА», а от поставщиков данного предприятия. Это сопровождается двойным документооборотом и увеличивает срок рассмотрения претензий.

Далее рассмотрим предлагаемый ООО «ВИВА» логистический сервис.

Природа логистической деятельности предполагает возможность оказания потребителю материального потока разнообразных логистических услуг. Логистический сервис неразрывно связан с процессом распределения и представляет собой комплекс услуг, оказываемых в процессе поставки товаров.

Объектом логистического сервиса являются различные потребители материального потока. Все работы в области логистического обслуживания можно разделить на 3 основные группы:

1. Предпродажные, т.е. работы по формированию системы логистического обслуживания.
2. Работы по оказанию логистических услуг, осуществляемые в процессе продажи товаров.
3. Послепродажный логистический сервис.

ООО «ВИВА» оказывает все 3 вида логистического сервиса.

К предпродажному сервису относятся консультирование, соответствующая подготовка изделий, обеспечение необходимой документацией. После прибытия товара к местам продажи работники нашей компании устраняют возникшие во время транспортировки неполадки и приводят продукцию к надлежащему товарному виду. Предпродажный сервис всегда бесплатен для покупателя.

В процессе реализации товаров могут оказываться следующие услуги:

1. Исполнение заказа, в том числе, подбор ассортимента, формирование грузовых единиц, консолидация груза.
2. Обеспечение надежности доставки, страхование груза в пути.
3. Предоставление информации о прохождении грузов.
4. Отправка товарных партий в любое время суток и в любой день.
5. Оформление всей необходимой сопроводительной документации и разрешительных документов.

Оказываемые послепродажные услуги – это гарантийное обслуживание (с привлечением сторонних организаций), обязательства по рассмотрению претензий покупателей, обмен и т.д.

Как было сказано выше, наше предприятие оказывает услугу консолидации груза, т.е. производит комплектование заказа товарами, приходящими от различных поставщиков. Это происходит следующим образом:

- выкуп товаров у различных поставщиков, находящихся в разных городах РФ;
- организация доставки до г. Самара;

- комплектования полного заказа;
- доставка заказа до дверей покупателя.

Данная услуга является востребованной, т.к. ООО «ВИВА» в этом случае является единственным поставщиком различных товаров на территории РФ и риск внешнеторговой сделки сводится к минимуму.

Претензионная работа с покупателями ведется в большинство случаев путем переговоров или официальными обращениями и требованиями на уплату просроченных платежей, взыскание штрафов и пени.

Организация транспортировки груза является неотъемлемой и одной из важнейших частей деятельности предприятия ООО «ВИВА». От правильной ее организации зависит сохранность поставляемых товаров, сроки их доставки и затрачиваемые на это материальные ресурсы.

Собственного транспортного парка у организации нет. Грузы перевозятся автомобильным транспортом с помощью привлечения транспортно-экспедиционных предприятий. Основными из них являются: ООО «Деловые Линии» и ООО «ПЭК», ТОО «West Project Group», ООО ТК «КИТ». С данными организациями заключены долгосрочные договора.

Оформлением отгрузочных документов на отправку товаров покупателям занимается менеджер по экспорту. Эти документы включают в себя Товарно-транспортную накладную по форме 1-Т и счет-фактуру, также в некоторых случаях оформляется Международная автомобильная накладная CMR.

Предприятие использует как децентрализованную, так и централизованную доставку. Их соотношение составляет приблизительно 60/40 %.

В первом случае большую часть забот на себя берет грузополучатель, во втором – практически все организационные вопросы ложатся на плечи отправителя груза.

И та, и другая схема перевозки груза имеет как преимущества, так и довольно серьезные недостатки, поэтому при выборе способа организации транспортировки предприятие ориентируется на категорию груза, желаемые сроки доставки, а также расстояние от точки отправления до места назначения.

При децентрализованной перевозке груза грузополучатель собственными силами организует загрузку и выгрузку товара, его транспортировку и экспедирование, самостоятельно выбирает время и специализированный автотранспорт.

Главными преимуществами подобной схемы транспортировки груза являются высокая надежность и сохранность продукции, плюс точное соблюдение сроков доставки. Но точность и надежность имеют довольно высокую цену – привлечение многочисленных работников (грузчиков, охранников, экспедиторов, логистов) ведет к значительному удорожанию грузоперевозки, а, следовательно – к повышению себестоимости перевозимого груза.

В случае выбора централизованной автоперевозки груза, грузоперевозка будет проходить по следующему сценарию: грузоотправитель собирает и готовит товар к отправке, а дальнейшие заботы о выборе подходящего транспортного средства, разработке оптимального маршрута и доставке груза берет на себя транспортная компания, с которой он заключает соответствующий договор. Получателю груза остается только разгрузить автотранспорт и проверить груз на предмет отсутствия повреждений.

Главным достоинством централизованных грузоперевозок считается значительное снижение стоимости транспортировки. Кроме того, тщательная организация и планирование процесса доставки груза повышает эффективность перевозки, сокращается количество привлекаемых работников и специалистов, отсутствует простой автотранспорта при погрузочно-разгрузочных работах, существенно упрощается дорожная документация. Но для успешного проведения централизованной грузоперевозки требуется тщательное планирование каждого этапа и согласованное действие всех участников процесса, поэтому, несмотря на многочисленные преимущества, данная схема уместна только в случае регулярного перемещения больших объемов груза.

У предприятия нет собственных складов, поэтому при необходимости они арендуются. Консолидация небольших партий груза производится в офисном

помещении. Приемку товара по количеству и качеству организует менеджер по закупкам.

Теперь перейдем к поэтапному рассмотрению информационного потока службы сбыта ООО «ВИВА» на примере одного материального потока:

1. Покупатель ИП Литвинов С.Н. отправляет по электронной почте заявку на приобретение комплектующих для строп.

2. Покупателю отправляется ценовое предложение.

3. Происходит согласование ценового предложения.

4. ИП Литвинову С.Н. выставляется счет и заключается договор.

5. Происходит оплата продукции от покупателя путем перечисления денежных средств безналичным путем с расчетного счета ИП Литвинова С.Н. на расчетный счет ООО «ВИВА».

6. ООО «ВИВА» оплачивает счет поставщику.

7. С покупателем согласовывается дата отгрузки, производится отгрузка и выписываются сопроводительные документы на груз.

8. Покупатель возвращает «ВИВА» сопроводительные документы с отметкой о принятии товара, а также заявление о ввозе товара и уплате косвенных налогов.

ООО «ВИВА» использует базу данных 1С Бухгалтерия 8.2. В данную базу вносится вся входящая и исходящая первичная документация, производятся акты сверки, выгружаются банковские выписки (операции по счетам), ведется бухгалтерский учет и формируется отчетность.

Для взаимодействия с контролирующими органами используется электронная система Контур-экстерн - система защищённого электронного документооборота, позволяющая сдавать отчётность в ФНС, ПФР, ФСС и др. контролирующие органы.

Предприятия имеет свой сервер хранения данных. Все работники предприятия имеют доступ к базе данных и могут беспрепятственно найти необходимые им для работы документы. Бумажные носители документов хранятся в архивных папках, разделенных по своему назначению.

В целом использование сложившейся на предприятии информационной системы достаточно эффективно и позволяет работникам беспрепятственно осуществлять их деятельность.

Таким образом, исходя из представленной характеристики ООО «ВИВА» можно сделать следующие выводы.

Во-первых, предприятие осуществляет свою закупочную деятельность, используя метод закупок по необходимости. Этот метод хорош отсутствием твердых обязательств по покупке определенного количества товаров и ускорением оборота капитала, но количество товара определяется приблизительно и может возникнуть дефицит необходимых запасов.

Во-вторых, работа с поставщиками и заключение с ними договоров ведется тщательным образом с применением системы ранжирования. Большое количество поставщиков и договорных отношений с ними создает значительный по объемам документооборот, претензионную работу и общую сложность взаимоотношений участников системы снабжения на предприятии.

В-третьих, на предприятии используется стратегия интенсивного сбыта, что сопровождается большим количеством логистических посредников и необходимостью четкого регулирования и контроля материального и сопутствующих ему потоков. Используется как централизованная, так и децентрализованная доставка грузов получателям. Существует недостаток в трудовых ресурсах и необходимость их рационального использования.

2.3 Использование маркетинга в коммерческой деятельности

Маркетинговую деятельность на предприятии ООО «ВИВА» ведет Директор по продажам.

Постоянного ассортимента предлагаемой продукции не имеется. Он формируется согласно заявкам от покупателей. При необходимости предприятие может поставить практически любой товар.

Анализ динамики товарооборота в разрезе основных товарных групп будет приведен в табл. 10

К основным товарным группам относятся: строительные материалы и оборудование, промышленное оборудование, электротехнические материалы и оборудование, грузоподъемное оборудование и комплектующие. Также предприятие поставляет крепежные изделия, системы видеонаблюдения, материалы для рекламы и т.п., отнесенное в группу прочее.

Таблица 10 - Динамика товарооборота в разрезе товарных групп

Наименование продукции	1 кв.		2 кв.		3 кв.		Отклонение 3 кв. от 1 кв.	
	Объем продаж, т.руб.	уд. вес, %	Объем продаж, т.руб.	уд. вес, %	Объем продаж, т.руб.	уд. вес, %	Объем продаж, т.руб.	уд. вес, %
Строительные материалы и оборудование	1 256,4	14,59	1 785,2	20,00	252,42	2,63	-1003,9	-100,56
Промышленное оборудование	245	2,84	296,85	3,33	695,42	7,24	450,42	45,11
Электротехнические материалы и оборудование	4 250,36	49,35	3 980	44,58	5 365,9	55,83	1 115,5	111,74
Грузоподъемное оборудование	500,62	5,81	1 100,4	12,33	1 850,1	19,25	1 349,4	135,17
Прочее	2 359,7	27,40	1 765	19,77	1 446,6	15,05	-913,12	-91,46
Всего	8 612,14	100	8 927,6	100	9 610,5	100	998,39	100

По группе строительных материалов наблюдается тенденция к росту товарооборота от 1 квартала 2016 г. ко 2 кварталу 2016 г. Так, в 1 квартале товарооборот составлял 1 256 400 руб., а уже ко 2 кварталу вырос до 1 785 200 руб. К третьему кварталу наблюдается сильный спад на 1 003 977 руб. по сравнению с тем же кварталом. Как было сказано выше, это обусловлено сезонностью продаж данного вида материалов и оборудования. Удельный вес продаж по группе строительных материалов в общей структуре товарооборота составляет 14,59% в 1 квартале 2016 г., 20% во 2 квартале 2016 г. и всего 2,63% в 3 квартале 2016 г.

Промышленное оборудование занимает последнее место в структуре продаж. Его удельный вес колеблется от 2,84% в 1 квартале 2016 г. и достигает максимума в

7,24% в 3 квартале 2016 г. Динамика продаж на указанном временном отрезке положительная. Отклонение 3 квартала 2016 г. от 1 квартала 2016 г. составило 450 420 руб.

Объемы товарооборота по продаже электротехнических материалов и оборудования занимают лидирующее положение в разрезе основных товарных групп. Его удельный вес составляет в среднем 49,92%. Здесь наблюдается нестабильная динамика продаж (падение от 4 250 365 руб. в 1 квартале 2016 г. к 3 980 000 руб. во втором квартале 2016 г. и снова скачок к 5 365 950 руб. в 3 квартале 2016 г.).

Грузоподъемное оборудование имеет тенденцию роста от 1 квартала 2016 г. к 3-му кварталу. Так, объем товарооборота по данной товарной группе составил 500 625 руб. в первом квартале 2016 г. и к третьему кварталу 2016 г. вырос на 1 349 495 руб. Отклонение удельного веса в общем составе товарных групп составило 135,17 % между 1-м и 3-м кварталами 2016 г. Данный факт сопровождается тем, что у основного клиента, закупающего товары именно этой товарной группы ИП Литвинова С.Н. увеличились потребности в объемах поставок.

Что касается прочих товарных групп, то здесь прослеживается отрицательная динамика товарооборота. Так, в 1 квартале 2016 г. он составил 2 359 755 руб., во 2 квартале 2016 г. – 1 765 076 руб. и в 3 квартале 2016 г. – 1 446 628. Высокий товарооборот в 1 и 2 квартале вызван тем, что производились продажи канцелярских товаров крупному клиенту ТОО «ОКМУС», но в начале сентября 2016 г. договор с данным клиентом был, расторгнут.

Ценообразование на предприятии включает в себя следующие этапы:

1. Просчет себестоимости продукции;
 2. Расчет стоимости доставки;
 3. Определение цены необходимых дополнительных услуг;
 4. Добавление торговой наценки в размере 16,92% на себестоимость продукции (данная торговая наценка является постоянной величиной);
2. Суммирование вышеуказанных параметров.

Далее рассмотрим коммуникативную политику ООО «ВИВА».

Коммуникативная политика - комплекс мероприятий по обеспечению эффективного взаимодействия бизнес-партнеров, организации рекламы, методов стимулирования сбыта и связи с общественностью.

Целевой аудиторией являются покупатели из стран Таможенного Союза, а также поставщики товаров из РФ, которые не имеют возможности продажи своей продукции за пределы РФ.

В 2016 году активная реклама не проводилась, так как все усилия были положены на другие цели. Однако опишем основные виды рекламы, которые обычно используются.

ООО «ВИВА» использует следующие виды рекламы: прямая реклама (телефонные переговоры, личные встречи, участие в выставках), реклама в сети интернет (сайт, активно продвигаемый на территории Самарской области и в странах Таможенного союза, контекстная реклама, размещение в информационных каталогах и базах), печатная реклама в газетах и изданиях на территории Казахстана, наружная реклама на рекламных щитах 3*6.

Наиболее эффективным способом рекламы является прямая реклама. Компания участвует в промышленных и строительных выставках на территории Самарской области и Казахстана, проводит переговоры с представителями торговых и промышленных организаций, налаживает контакты и обменивается полезной информацией. Также Директор по развитию проводит телефонные переговоры с потенциальными клиентами и назначает им личные встречи. На каждый месяц существует план по проведенным переговорам, который устанавливается коммерческим директором и утверждается директором организации.

Реклама в сети интернет занимает второе место по своей эффективности. Организацией и управлением данным каналом распространения рекламной информации занимается Директор по продажам и администратор, обслуживающий сайт компании. Существует список ключевых фраз, по которым клиенты находят предприятие в поисковых системах. Также высокой эффективностью обладает контекстная реклама - размещение интернет-рекламы, основанное на соответствии содержания рекламного материала контексту (содержанию) интернет-страницы, на

которой размещается рекламный блок.носителем рекламы является рекламный баннер.

Печатная реклама реализуется в газетах и журналах на территории Казахстана в виде рекламных блоков. Наружная реклама располагается на билбордах на территории г. Самары. Эффективность данных каналов распространения рекламной информации не очень высока, скорее это делается для поддержания имиджа организации.

Конечным результатом реализации коммуникативной политики ООО «ВИВА» является количество заключенных договоров.

Разработку плана маркетинга и планирование бюджета на реализацию маркетинговой политики предприятия осуществляет коммерческий директор.

Компания ООО «ВИВА» имеет свой сайт www.viva-export.ru, который обслуживается и обновляется системным администратором сайта. С помощью сайта предприятие находят клиенты, знакомятся с предлагаемыми услугами компании, находят контактные данные и оставляют заявки.

Данный сайт продвигается в поисковых системах Yandex и Google на территории Самарской области и Казахстана. Также для продвижения сайта используется контекстная реклама.

Информация о компании размещена во многих информационных каталогах и базах сети Интернет, в справочниках, например 2GIS, на транспортных порталах, что позволяет потенциальным клиентам легко выйти на контакт с компанией и ознакомиться с ее предложениями, а также получать интересные предложения о предстоящих семинарах, выгодные предложения по товарам и услугам от других организаций.

Работники компании активно пользуются интернет-ресурсами – каталогами, поисковыми системами, базами и т.д. В основном с помощью сети Интернет ведется поиск поставщиков и перевозчиков.

Общение с контрагентами организации происходит с помощью использования ICQ, Mail Agent и Skype, что весьма удобно, экономит время и деньги. Также неотъемлемой частью работы является использование электронной почты с

помощью почтового менеджера Outlook, позволяющего отправлять и принимать почту, а также пользоваться дополнительными предлагаемыми опциями.

Итак, можно сделать вывод, что маркетинговая служба на предприятии представлена одним человеком – Директором по развитию. Основной номенклатурной группой, составляющей большую часть товарооборота компании, являются электротехнические материалы и оборудование. Целевая аудитория – покупатели из стран Таможенного Союза (с 01.01.2015 г. – члены ЕАЭС). Этим вызваны определенные сложности во взаимоотношениях с покупателями. Основным видом рекламы для предприятия является прямая реклама, но в 2016 г. использование рекламы было минимальным. Применение электронной коммерции обеспечивает удобство взаимосвязи с контрагентами, а также позволяет сократить материальные затраты предприятия, но все же не является максимально эффективным.

3. Развитие логистического подхода в деятельности оптово-посреднической организации

3.1 Совершенствование взаимоотношений участников логистической системы

Одной из наиболее существенных проблем функционирования предприятия ООО «ВИВА» является неэффективные взаимоотношения, требующие совершенствования.

Сотрудничество всех участников системы повышает общие успехи за счет преимуществ от совместной деятельности. Это имеет особо важное значение для всех участников логистической цепи.

Основными задачами, которые должны решаться участниками данной логистической системы являются поставка необходимого товара от поставщика к покупателю в нужном количестве, нужного качества, в заданное время и место с минимизацией совокупных издержек для всех участников логистической системы.

Хозяйственные связи на рассматриваемом предприятии устанавливаются различными способами в зависимости от каждой конкретной поставки от определенных поставщиков продукции к клиентам.

Основной проблемой при этом является то, что присутствует многочисленное количество поставщиков и покупателей продукции, осуществляющих поставки на долговременной и регулярной основе. Данные контрагенты при этом могут находиться в отдаленных точках друг от друга. Ассортимент поставляемой продукции тоже достаточно многообразен. В связи с этим присутствует крупный объем входящей и исходящей документации, сложная координация материальных и финансовых потоков. Трудоемкий процесс обмена документами на бумажных носителях вызывает временные, трудовые затраты, расходы на перемещение данных (почтовые сборы, поездки и т.п.), многочисленные ошибки в предоставленных документах. В случае несвоевременной обработки заказа, выставления необходимых счетов на оплату зачастую может произойти срыв заказа. Существует необходимость создания и поддержания индивидуального способа обмена документами с каждым партнером, нарастание проблем при увеличении количества

партнеров и интенсивности коммуникаций при взаимодействии с каждым из них индивидуально. В случае несвоевременного предоставления документов возникают проблемы со сдачей ежеквартальной отчетности.

Другая проблема – это недостаточная осведомленность о потребностях покупателей и зачастую несвоевременное их удовлетворение. Это вызвано затратами большого количества времени на размещение и обработку заказов, их согласование, отсутствие единой базы запросов.

Для оптимизации взаимоотношений участников логистической системы предлагается внедрение электронного обмена данными (EDI) между участниками системы.

EDI (Electronic Data Interchange - электронный обмен данными) получил распространение, поскольку дает ощутимые преимущества компаниям. Выгоды возникают в таких областях, как управление заказами, оптово-посредническая деятельность, транспорт и дистрибуция, администрирование, а также управление денежными потоками [22].

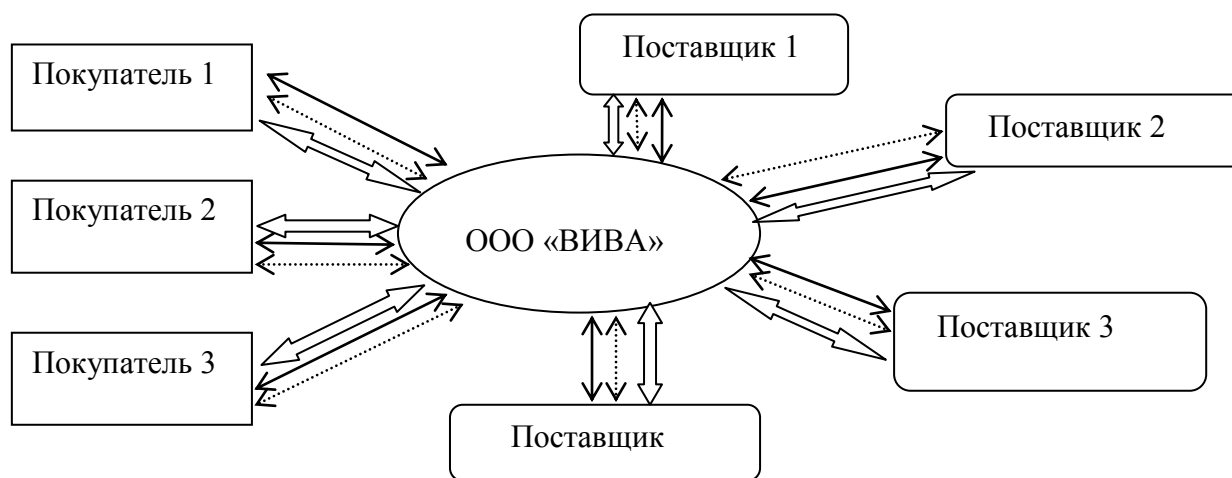
При этом документы, имеющие в изначальном («человеческом») виде удобную и специфическую для каждой фирмы форму, прозрачно передаются между различными партнерами в стандартном «электронном» формате (при помощи конвертора (на входе) и деконвертора (на выходе соответственно)). Технология гарантирует как правильность конвертации данных, так и саму доставку сообщений адресатам и последовательность доставки сообщений. При этом обеспечиваются достоверность и конфиденциальность передаваемой информации [31].

Данная технология предполагает использование единого способа идентификации товаров и контрагентов на базе стандартов GS1: идентификация товарных позиций ведется с использованием кодов GTIN (штриховых кодов), идентификация контрагентов ведется с использованием GLN-номеров. Присвоение кодов GTIN и GLN номеров осуществляет национальная ассоциация GS1 (в РФ - Ассоциация Автоматической Идентификации ЮНИСКАН/GS1 РУС).

Для того, чтобы начать использовать технологию EDI необходимо подключение партнеров к специализированной платформе обмена коммерческими

сообщениями (платформа электронной коммерции), использование средств преобразования сообщений к стандартному формату и передачи «стандартизированных» сообщений адресату. Такая схема взаимодействия позволяет один раз подключиться к EDI и единообразно обмениваться сообщениями со всеми партнерами, а не создавать и настраивать способ обмена документами с каждым контрагентом.,

Интеграцию систем, преобразование и передачу сообщений между партнерами осуществляют специализированные компании – авторизованные провайдеры EDI. Провайдер предоставляет своим клиентам надежный канал передачи сообщений всем контрагентам (доступ к своей платформе обмена коммерческими сообщениями) и поддерживает оговоренный уровень сервиса. Типичная схема взаимодействия для компании ООО «ВИВА» при использовании EDI представлена на рис. 7



- ↔ Формирование заказа и получение акцепта;
- ⇄ Отправка уведомления об отгрузке и его принятие;
- ↔ Формирование расходной накладной и ее принятие.

Рисунок 7 - Схема обмена информацией в EDI

Теперь рассмотрим взаимодействие участников системы EDI пошагово:

1. Покупатель высылает ООО «ВИВА» заказ, который в дальнейшем проходит регистрацию в системе и отправляется поставщику;

2. Поставщик автоматически загружает заказ в свою учетную систему;

3. Поставщик после корректировки по реальным остаткам на складе отправляет подтверждение заказа ООО «ВИВА» и формирует внутреннюю накладную на отгрузку. ООО «ВИВА» в свою очередь отправляет подтверждение заказа в виде счета на оплату покупателю.

4. Поставщик после отгрузки одним нажатием формирует и отправляет ООО «ВИВА» уведомление об отгрузке. ООО «ВИВА» производит его принятие.

5. Поставщик на основании уведомления о приемке автоматически формирует расходную накладную и счет-фактуру и выгружает их в электронном виде для ООО «ВИВА».

6. ООО «ВИВА» производит приемку товара от поставщика и отправляет уведомление об отгрузке покупателю. Данное уведомление принимается покупателем.

7. ООО «ВИВА» выписывает расходную накладную для покупателя и отправляет ее в электронном виде.

Следует отметить, что в заказах на поставку можно прописать различные параметры, такие как например: желаемую дату поставки, место поставки, условия доставки. Также заказ на поставку может являться основанием для совершения платежа

Сообщение "Уведомление об отгрузке" содержит точные данные о содержимом отправляемой партии и передаётся. Поставщик сообщает какой товар, в каком количестве, когда и по какому адресу будет доставлен. Эта информация необходима для планирования процесса физического получения товара на складах, а так же для дальнейшего управления товаром. Так же это даёт возможность проводить автоматическую приемку товаров на складах путем сканирования, что значительно сокращает время и снижает расходы связанные с этим процессом и приводит к снижению числа рекламаций.

Важной возможностью EDI является предоставление сообщения «Отчет о продажах». Оно содержит точные данные о количестве проданного товара за заданный промежуток времени. Эта информация даёт возможность лучше

планировать дальнейшие поставки по времени и объёмам, а так же предлагать наиболее оптимальный ассортимент.

Сообщение «Отчет об остатках» может быть актуально для покупателя и ООО «ВИВА», чтобы вовремя произвести заказ товаров и не держать лишних запасов.

В результате внедрения системы электронного обмена данными ожидается приобретение следующих преимуществ:

1. Снижение затрат по ведению документооборота (объем первичных бумажных документов, трудозатраты персонала, курьерская служба, почтовые расходы, оплата услуг электросвязи и пр.).

2. Упрощение контроля операционной деятельности (движение материальных потоков).

3. Упрощение взаимодействия с контрагентами.

4. Существенное увеличение скорости оборота и снижение объемов складских запасов у покупателей.

5. Легкое взаимодействие с контролирующими органами для поставщиков и ООО «ВИВА»: представление в налоговую за считанные минуты. Ускорение срока возмещения НДС, снижение риска штрафов из-за ошибок и отсутствия документов [32].

6. Внутреннее согласование документов: простое согласование внутри организации, возможность работы с документами со смартфона или планшета.

7. Радикальное сокращение затрат на преодоление нештатных ситуаций, поскольку каждая стадия процесса поставки прозрачна для всех сторон обмена.

8. Оптимизация материальных запасов. Поставщик, покупатель и ООО «ВИВА» обмениваются информацией об остатках на складе и продажах продукции, что дает возможность своевременно принять эффективное решение.

Данные преимущества актуальные для всех участников логистической системы. Для каждого участника они свои.

Внедрение EDI в нашей логистической системе состоит из следующих этапов:

1. Направление предложения поставщикам и покупателям о подключении к электронному обмену данными.

2. Выбрать вариант подключения (полная интеграция или Web-EDI),
3. Выбрать авторизованного провайдера EDI, определиться с тарифным планом и заключить договор.
4. Осуществить подключение всех контрагентов, согласных к сотрудничеству.
5. Начать работать.

На первом этапе мы осуществляем отправку предложения о подключении к EDI системе основным контрагентам ООО «ВИВА» (поставщикам и покупателям).

Второй этап заключается в выборе варианта подключения. В настоящее время доступны два варианта подключения к EDI:

Полная интеграция учетной системы партнера с платформой провайдера. При этом предполагается автоматическая обработка входящих и генерация исходящих сообщений в учетной системе предприятия. Для интеграции необходимо разрабатывать и согласовывать форматы экспорта – импорта информации и технологию передачи сообщения в систему провайдера. При таком варианте возможно использовать преимущества EDI в полной мере.

Второй вариант – частичная интеграция - использование Web-EDI. Взаимодействие с платформой EDI осуществляется через Web-браузер или специализированный Web-клиент, без непосредственной интеграции с учетной системой. Такой вариант работы не ведет к максимальному повышению эффективности, так как требует участия человека в приеме и передаче документов (ручной перенос данных из системы EDI в информационную систему и обратно), однако, характеризуется предельной экономичностью внедрения и использования.

На третьем этапе выбирается провайдер. Выбор осуществляется по следующим критериям: цена, существующая клиентская база, партнерская сеть, форматы данных, возможности подключения всех желающих контрагентов системы и возможности самой системы. В качестве потенциальных провайдеров рассматриваются следующие: 1С-Сеть, Контур Ритейл, КОРУС Консалтинг. С помощью метода рейтинговых оценок, который более подробно описан в параграфе 2.2, был выбран провайдер 1С –Сеть. Стоимость подключения к системе, настройка

необходимого программного обеспечения, подключение необходимых базовых операций составит 25 000,00 руб.

На четвертом этапе все контрагенты заключают договора с провайдерами и подключаются к системе.

Экономическая эффективность для всей логистической системы от подключения к EDI представлена в табл. 11 и табл. 12

В приведенные цифры включаются как затраты на покупку расходных материалов, так и оплата труда персонала. Причем данные цифры не включает в себя остальные преимущества, которые предоставляет EDI (например, экономия на запасах).

Таблица 11 - Расчет экономической эффективности для отправляющей стороны

Отправляющая сторона	Бумажный носитель, 1 документ, руб.	EDI, стоимость за 1 месяц, руб.
Печать документа	5	0
Отправка документа	12	0
Обработка документа	72	0
Общая стоимость:	89	2083

Экономия в месяц на 200 документов составит:

$89 \text{ руб.} * 200 \text{ (бумажные носители)} = 17\,800,00 \text{ руб.} - 2\,083,00 \text{ руб. (стоимость EDI за месяц)} = 15\,717,00 \text{ руб.}$ В год – это 188604,00 руб.

Таблица 12 - Расчет экономической эффективности для принимающей стороны

Принимающая сторона	Бумажный носитель, 1 документ, руб.	EDI, стоимость за 1 месяц, руб.
Ввод документа в EDI	72	0
Обработка рекламаций	15	0
Физическое хранение	10	0
Общая стоимость:	97	2083

Экономия при обработке 200 документов в месяц составит: $97 \text{ руб.} * 200 \text{ (бумажные носители)} = 19\,400,00 \text{ руб.} - 2\,083,00 \text{ руб. (стоимость EDI за месяц)} = 17\,317,00 \text{ руб.}$ т.е. 207 804,00 руб. в год.

Итак, в результате внедрения системы электронного обмена данными, взаимоотношения всех участников логистической системы оптимизируются, что заключается в следующем: экономия временных, трудовых и денежных затрат, своевременные поставки необходимых товаров в нужном количестве, в нужное место и время, избежание ошибок в документах, возможности развития логистической системы и вовлечение в нее новых участников с минимизацией возможных проблем и издержек. Экономическая эффективность наглядно показана и появляется возможность высвобождения оборотных средств за счет высвобождения денежных ресурсов.

3.2 Оптимизация состава участников логистической системы

Кроме совершенствования взаимоотношений между постоянными участниками логистической системы в виде поставщиков и покупателей, работа с которыми ведется уже регулярно и давно существует сегмент контрагентов, сделки с которыми являются разовыми. В данном моменте особенно сложно складываются взаимоотношения с покупателями, находящимися на территории Республики Казахстан. Это обусловлено разницей в законодательстве стран, особенностями менталитета, а также территориальными границами и расстояниями. ООО «ВИВА» достаточно сложно выявлять потребности потенциальных покупателей, завоевывать новые рынки сбыта и налаживать деловые взаимоотношения с потенциальными партнерами.

Тот состав участников логистической системы, который существует на данный момент времени, не обеспечивает выполнения надлежащим образом поставленных перед предприятием задач.

Для решения данных проблем ООО «ВИВА» было принято решение внедрить еще одного участника логистической системы, а точнее создать на территории Республики Казахстан в городе Уральск Западно-Казахстанской области организацию ТОО «Актив-импорт», на которую будут возлагаться следующие функции:

1. Исследование рынка и покупательского спроса на территории Казахстана.
2. Налаживание и поддержание взаимоотношений с существующими контрагентами, а также привлечение к сотрудничеству новых партнеров.
3. Заключение договоров с покупателями, проведение взаиморасчетов в национальной валюте.
4. Ведение электронной базы поставок продукции по клиентам, вошедшим в систему с помощью данной организации.
5. Работа с местными финансовыми, бухгалтерскими и транспортными организациями.
6. Проведение переговоров и обмен документацией с клиентами.

Главная цель при этом – повышение рентабельности деятельности существующей логистической системы оптово-посреднического предприятия ООО «ВИВА».

Предполагается следующая схема взаимодействия между участниками всей логистической системы:

1. От клиента из Казахстана поступает заказ.
2. Менеджеры находят поставщиков необходимого товара, просчитывают доставку и выставляют покупателю ценовое предложение.
3. Клиент производит взаиморасчет с ТОО «Актив-импорт» в тенге и ожидает поставку.
4. Далее возможно два варианта развития событий: либо ТОО «Актив-импорт» производит прямой расчет с поставщиком, который готов на работу с Казахстаном, либо перечисляет денежные средства ООО «ВИВА» и уже оттуда они уходят поставщику.
5. Поставщик отгружает товар, который проходит транспортную обработку и проверку и в конечном итоге доставляется покупателю.

Далее мы перейдем к этапам создания нового участника логистической системы.

- 1 этап. Определение организационной структуры.

Исходя из того, что данная организация создается как подразделение ООО «ВИВА», на которое будет возложено выполнение определенного числа функций, кадровый состав будет невелик – старший менеджер и менеджер по работе с клиентами. Возглавлять и регулировать их работу будет Директор по продажам ООО «ВИВА». Задачи ведения кадрового и бухгалтерского учета, обслуживания техники и программных продуктов, ТЭО, складирование передается на аутсорсинг. Предлагаемая организационная структура представлена на рис. 8



Рисунок 8 - Организационная структура создаваемой организации

2 этап. Бюджетирование открытия организации и расчет ежемесячных затрат.

Для того, чтобы оценить уровень издержек от внедрения такого участника логистической системы необходимо изначально составить финансовый план, включающий затраты на создание организации и обеспечение ее жизнедеятельности. Данный расчет представлен в табл. 13

Таблица 13 - Затраты на создание нового участника логистической системы и обеспечение его жизнедеятельности

№ п/п	Статья расходов	Сумма, руб.	Спецификация
1	Аренда офиса	9000	Площадь 10-15 м2 по 1800т.(360р.) за м2 (до 6 т.р.)

Продолжение таблицы 13

2	ЗП + ежемесячные командировки	30000	(Ст. менеджер 15000; менеджер 12000)
3	Налоги	5000	Налоги на заработную плату
4	Оплата за телефон и интернет	4000	
5	Расходы на рекламу	3000	Журнал, газета, стенд
6	Прочие расходы	1000	Почта, канц. товары, бумага, и т.д.
7	Обслуживание техники	1000	Обслуживание ПК, заправка картриджей
8	Бухгалтерия и кадры	5000	
Орг. техника и мебель			
9	Компьютер 2 шт.	30000	(по 15 000 руб.)
10	Установка и покупка программного обеспечения	20000	Windows, Microsoft Office, 1С
11	Телефон	1500	
12	МФУ	10000	
13	Стол 2 шт.	5000	1 стол "большой" угловой для ст. менеджера. 1 стол "стандартный"
14	Стул 4 шт.	4000	1 кресло, 3 стула
15	Тумбочка 2 шт.	2000	
16	Канцелярия	3000	
17	Магнитная маркерная доска	2000	
18	Командировка на месяц(подбор персонала, обучение, регистрация фирмы)	30000	9000 на жилье, 6000 на бензин, 1500 связь, 450р. Суточные
Регистрация фирмы			
19	Юридические услуги	6000	Подготовка документов для предоставления в Налоговый Комитет
20	Нотариальные услуги	3000	Заверение копий учредительных документов

Из данных, представленных в таблице можно выделить ежемесячные расходы, включающие в себя: аренду офиса, заработную плату сотрудников и командировочные расходы директора по продажам, налоги на заработную плату, оплату услуг телефонии и Интернета, бухгалтерские услуги и кадровое делопроизводство, обслуживание офисной техники. Итого в месяц эта цифра составит 58 000,00 руб.

Расходы на открытие фирмы, включающие в себя пункты 1, 4, 5, 8-20 табл. 13 составят 138 500,00 руб.

Конечно, чтобы звено логистической цепи было рентабельно, необходимо произвести планирование и просчитать рентабельность.

3 этап. Планирование и расчет экономической эффективности. Основными задачами планирования деятельности являются обеспечение финансовой устойчивости, достижение более высокой рентабельности, занятие большей доли на рынке.

Стратегическое планирование ориентировано на долгосрочную перспективу. Оно представляет собой выбор перспективных целей и способов достижения этих целей в условиях постоянно меняющейся внешней среды. Такой перспективной целью, как уже было сказано выше, является повышение рентабельности.

Тактическое планирование – это процесс создания предпосылок для реализации стратегических целей. Оно, как правило, охватывает краткосрочный и среднесрочный периоды. Объектом тактического планирования является объем товарооборота, затраты, прибыль и рентабельность, материально-техническая база, бюджеты предприятий и др.[19]

Тактическое планирование для ТОО «Актив-импорт» представлено в табл. 14

Таблица 14 - Тактическое планирование организации

Период	Затраты, руб.	Задачи		Товарооборот, руб.
1 месяц	187500,00	20 встреч, 1 отгрузка (5% от встреч) на среднюю сумму 100т.р.		100000,00
2 месяц	58000,00	40 встреч, 2 отгрузки (5% от встреч) на среднюю сумму 200т.р.		200000,00
3 месяц	58000,00	60 встреч, 3 отгрузки (5% от встреч) на среднюю сумму 300т.р.		340000,00
Итого за квартал	303500,00	Валовой доход, вносимый в микрологистическую систему от ТОО «Актив-импорт»	120384,0 0	640000,00
4 месяц	58000,00	80 встреч, 4 отгрузки (5% от встреч) на среднюю сумму 400т.р.		450000,00
5 месяц	58000,00	100 встреч, 5 отгрузки (5% от встреч) на среднюю сумму 500т.р.		650000,00
6 месяц	58000,00	120 встреч, 6 отгрузки (5% от встреч) на среднюю сумму 1 100 т.р.		800000,00
Итого за квартал	174000,00	Валовой доход, вносимый в логистическую систему от ТОО «Актив-импорт»	357390,0 0	1900000,00
Итого за полугодие	477500,00	Валовой доход, вносимый в логистическую систему от ТОО «Актив-импорт»	477774,0 0	2540000,00

Из данного планирования видно, что основными задачами на первое полугодие для ТОО «Актив-импорт» является проведение встреч с существующими и потенциальными клиентами, а также наращивание объемов товарооборота, от которого непосредственно зависит прибыль логистической системы.

За один квартал планируется нарастить товарооборот до 640 000,00 руб., а за второй он уже должен составить 1 900 000,00 руб. Такой объем товарооборота является вполне достижимой целью, исходя из того, что уже имеется наработанная база контрагентов, которые на данный момент изъявляют желание воспользоваться услугами нового звена логистической системы. Зачастую у потенциальных партнеров из Республики Казахстан, обращающихся в компанию возникает потребность заключения сделки с местной организацией. Для того, чтобы окупить существование данного звена логистической системы за полугодие товарооборот за данный период времени должен составить не менее 2 540 000,00 руб.

Валовой доход, вносимый ТОО «Актив-импорт» в логистическую систему, состоит из торговой наценки, которая составляет в среднем 18,81% (включает торговую наценку ТОО «Актив-импорт» и ООО «ВИВА»). По итогам полугодия планируемый валовой доход должен составить 477 774,00 рубля.

Совокупные издержки обращения при этом составят 477 500,00 руб. за 6 месяцев. Они включают в себя перечисленные в табл. 13 ежемесячные расходы и расходы на создание организации ТОО «Актив-импорт».

Прибыль от реализации является разницей между валовым доходом и издержками обращения. По итогам полугодия рано будет говорить именно о полученной прибыли, ибо она составит 274,00 рубля. Но мы можем считать это точкой безубыточности, так как в классическом понимании точка безубыточности предполагает окупаемость затрат.

При дальнейшем существовании и развитии данного звена логистической системы товарооборот будет расти вследствие наращивания клиентской базы, а следовательно будет повышаться прибыль и рентабельность деятельности. Издержки обращения при этом являются условно постоянными.

Помимо получения дополнительного дохода существует множество других преимуществ от такого преобразования логистической системы:

- преодоление территориальных и национальных рамок;

- большее доверие со стороны покупателей;

- проведение всего импортного документооборота и уплата налогов. Это оказывает существенную выгоду для логистической системы в связи с тем, что устраняются проблемы несвоевременного получения необходимых документов, которые необходимы для ведения деятельности, от покупателей;

- привлечение новых покупателей;

- удобство при проведении взаиморасчетов, возможные доходы от игры на курсовых разницеах;

- упрощение разрешения конфликтных ситуаций.

На основании вышесказанного можно утверждать, что создание нового участника логистической системы является достаточно трудоемким процессом и требующим затрат, которые принесут экономический эффект не ранее, чем через полгода. Но благодаря такому нововведению появляется ряд преимуществ, которые в конечном итоге принесут необходимую системе прибыль.

3.3 Оптимизация параметров транспортного процесса

Транспортировка является составной частью логистической системы оптово-посреднической фирмы ООО «ВИВА», включающей операции перемещения и хранения продукции из места происхождения в место потребления. Акцент на сокращении затрат и длительности транспортного процесса увеличивает потребность в конкурентоспособных услугах по транспортировке и оптимизации всех параметров этого процесса.

Если минимизация затрат была бы единственной целью при закупках транспортных услуг, задача была бы относительно легкой. Однако покупатель таких услуг должен учитывать не только денежную сторону, но и сами услуги [18].

Стандартный транспортный процесс в существующей логистической системе представлен следующими параметрами и действиями:

1. Прием груза у поставщика, находящегося в другом регионе, транспортной компанией. Средняя стоимость такой услуги у транспортной компании составляет 450-1250 рублей в зависимости от местонахождения поставщика. Только в 15% случаев поставщики сами довозят груз до терминала транспортной компании.

2. Упаковка груза перед отправкой (может осуществляться поставщиком, либо транспортной компанией). Зачастую это паллетирование груза, жесткая упаковка, либо упаковка в воздушно-пузырьковую пленку. Стоимость жесткой упаковки - 700 руб./м³., воздушно-пузырьковая пленка – 150 руб./м³, паллетный борт – 200 руб./м³.

3. Перевозка до г. Самара.

4. Погрузочно-разгрузочные работы.

5. Приемка груза ООО «ВИВА», проверка его качества, наличия видимых дефектов при транспортировке.

6. Проверка качества продукции.

7. Передача на ответственное хранение.

8. Снятие с хранения и консолидированная отправка заказчику.

Такой процесс сопровождается значительными затратами. Цена транспортировки может занимать до 70% в стоимости продукции.

Та система централизованной доставки грузов, которая в данный момент имеется на предприятии, становится все менее эффективной и слишком дорогостоящей. Присутствует дублирование функций участников логистической системы, таких как: упаковка, которая повреждается в момент осмотра товара на складе в г. Самара, погрузочно-разгрузочные работы и т.д. Данная проблема касается и децентрализованной доставки. Покупатели все чаще начинают работать на условиях доставки до их склада, основываясь на том, что им дорого использовать собственный транспорт и организовывать транспортный процесс. В Казахстане транспортно-логистическая система имеет развитие слабее, чем в России. Цены на перевозку и сроки доставки являются оптимальными при заказе транспорта покупателем только в случае найма выделенного автотранспорта. В случае

перевозки сборным грузом дешевле и быстрее обходится централизованная доставка. Зачастую по причине слишком дорогой и долгой доставки клиенты не укладываются в сроки и финансы и по причине этого может произойти срыв сделки. Оптимизация параметров транспортного процесса в сложившейся ситуации будет осуществляться за счет выбора транспортных посредников, обеспечивающих необходимое сочетание параметров транспортного процесса.

Основные параметры транспортного процесса для предприятия следующие:

1. Консолидация грузов там, где это возможно: оптовые скидки на перевозки могут существенно снизить транспортные затраты [33].

2. Рациональный и быстрый обмен информации с перевозчиками. Это может сопровождаться сокращением числа перевозчиков и выбором одного наиболее подходящего. В том числе не исключено подключение его к системе электронного обмена данными.

3. Сроки доставки. Является очень важным параметром, так как среднее время перевозки у большинства транспортных компаний, с которыми работает предприятие в среднем занимает 2 недели при доставках на расстояние от 250 до 1500 км и 3-4 недели при доставке на более дальние расстояния.

4. Стоимость перевозки как выделенным автотранспортом, так и сборными грузами.

5. Сопутствующие услуги (складирование, упаковка, погрузочно-разгрузочные работы и т.п.) и их стоимость.

6. Предоставление услуги транспортно-экспедиторской компанией по приемке груза не только по количеству грузовых мест, но и по проверке качества товара на предмет видимых дефектов. Это позволит избежать дополнительных затрат, возникающих в связи с промежуточным складированием в г. Самара при отправке в отдаленные регионы Казахстана.

Основными конечными пунктами отправки являются следующие города Республики Казахстан: Уральск (25%), Атырау(35%), Актобе(10%), Астана(7%), Костанай(3%), Караганда (2%), прочие (1%).

Наглядно объемы распределения грузовых потоков можно увидеть на рис. 8

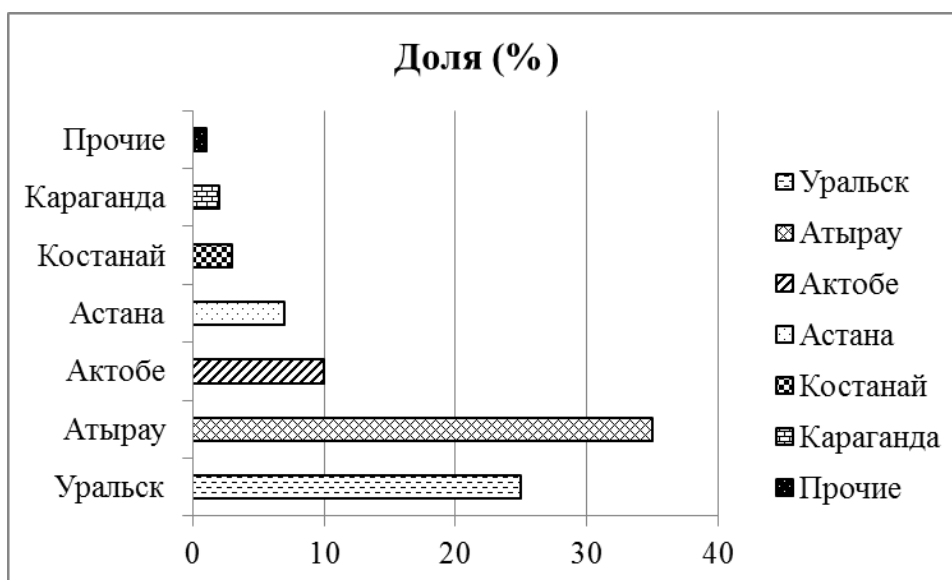


Рисунок 8 - Объем распределения грузовых потоков

Соответственно самые большие транспортные потоки уходят в Атырау и Уральск. При перевозке в Уральск особых проблем не возникает, так как все потоки товарно-материальных ценностей сходятся в Самаре, доставка до Самары происходит ТК Деловые Линии, на чьем складе под ответственное хранение и происходит консолидация пришедшей продукции. Далее нанимается выделенный транспорт и грузовой поток уходит до Уральска с минимальными издержками и временем доставки.

При доставке в Атырау и близлежащие к этому городу регионы проблем же намного больше. А крупных клиентов из этих регионов порядка 50%, которых есть риск потерять. Дабы этого избежать предлагается следующий порядок действий:

- найти посредника – транспортно-экспедиционную фирму, осуществляющую забор из любого города России товара от поставщика и проверку его по комплектности и на предмет видимых дефектов;
- ознакомиться с тарифами на перевозку грузов и сроками доставки;
- произвести консолидацию груза в ближайшем городе России, пограничным с Атырау. Таким городом является Астрахань. Отсюда быстрее и удобнее всего будет доставить грузовой поток в Атырау.

Для выбора транспортно-экспедиционной компании - посредника нами был произведен расчет рейтинга, представленный в табл. 15

Таблица 15 - Расчет рейтинга при выборе транспортно-экспедиционной компании

Критерий выбора	Вес критерия	Оценка критерия по 10-ти балльной шкале			Произведение веса критерия на оценку		
		ТК ПЭК	Глав Доставка	Поволжье-Транс	ТК ПЭК	Глав Доставка	Поволжье-Транс
Цена	0,35	5	8	7	1,75	2,8	2,45
Консолидация груза	0,15	7	6	9	1,05	0,9	1,35
Сроки доставки	0,2	4	6	10	0,8	1,2	2
Возможность информационного обмена	0,1	2	7	8	0,2	0,7	0,8
Приемка груза по количеству и качеству	0,15	3	8	7	0,45	1,2	1,05
Оказание сопутствующих услуг	0,05	8	5	7	0,4	0,25	0,35
Итого:	1				4,65	7,05	8

На основании произведенной оценки мы можем выявить, что самым оптимальным поставщиком транспортно-экспедиционных услуг является ООО «Поволжье-Транс». Данная компания оказывает услуги по приемке груза у отправителя (сотрудничая с ТК ПЭК при перевозках по России), консолидации груза, ответственному хранению на складе в г. Астрахань, экспедированию и страхованию [30]. Также в ходе переговоров была обозначена возможность подключения данного логистического оператора к электронной системе документооборота, что еще больше упростит сотрудничество.

Перевозка будет состоять из следующих этапов:

1. Забор груза от поставщиков и доставка на склад ответственного хранения ООО «Поволжье-Транс».
2. Консолидация отдельных грузовых потоков на складе.
3. Отправка сопроводительных документов на груз от ООО «ВИВА» в адрес ООО «Поволжье-Транс» экспресс почтой с помощью компании Pony Express.
4. Проведение погрузочно-разгрузочных работ.

5. Страхование перевозки.

6. Выставление счета и оплата перевозки ООО «ВИВА» или клиентом.

7. Отправка груза и сопроводительных документов до склада клиента.

Схематично сотрудничество компании ООО «Поволжье-Транс» будет выглядеть следующим образом (рис. 9)

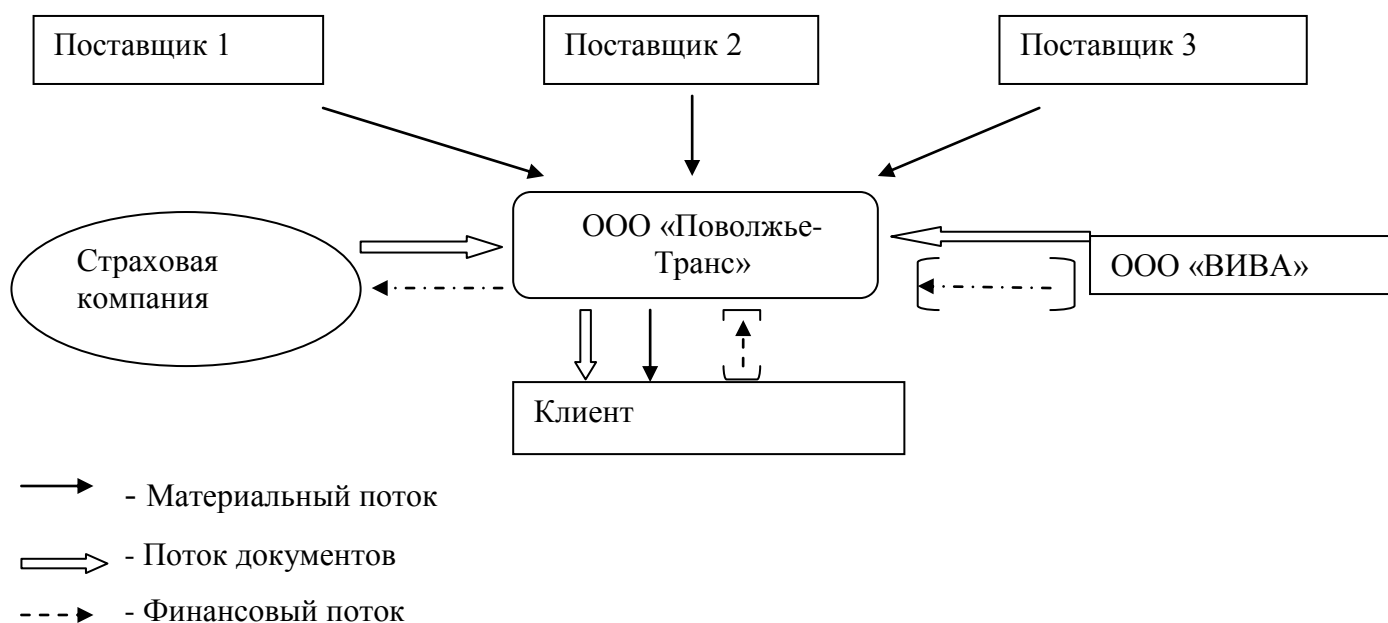


Рисунок 9 - Организация транспортного процесса

Для понимания экономического эффекта от такого совершенствования параметров транспортного потока перейдем к рассмотрению определенной ситуации.

Требуется перевозка груза из четырех разных точек в г. Атырау.

- Поставщик 1 в г. Москва (6 мест, 40кг, 0,14 м3);
- Поставщик 2 в г. Москва (1 место, 6кг, 0,1 м3);
- Поставщик 3 в д. Сосенки Московской обл. (1 место, 200кг, 0,63 м3);
- Поставщик 4 в г. Санкт-Петербург (1 место, 23кг, 0,1 м3).

Общие данные по грузу при этом составят: 9 мест, 269 кг, 0,97 м3.

Для расчета выгоды составим сравнительную характеристику двух способов организации транспортного процесса. Результаты представлены в таблице 16

При этом под принятой на предприятии организацией транспортного процесса будем считать схему перевозки от поставщика до г. Самары ТК Деловые Линии,

полной обработке и принятию груза в Самаре и отправке с Деловыми Линиями до г. Атырау. Усовершенствованной организацией будет доставка при помощи транспортно-экспедиционной компании Поволжье-Транс.

Таблица 16 - Сравнительная характеристика способов организации транспортного процесса по параметрам

Способы организации	Усовершенствованные параметры организации транспортного процесса	Принятая на предприятии организация транспортного процесса	Индекс роста/убыли, %
Параметры процесса			
Время доставки от поставщика до клиента, дни	10	18	0,56
Стоимость перевозки, руб.	15550	25440	0,58
Приемка груза по количеству и качеству	1200	200 (плата за выезд специалиста)	6
Время хранения, дни	5	5	1
Стоимость ответственного хранения, руб.	500 Рассчитывается как услуга по консолидации груза	400	1,25
Упаковка, руб.	200 (паллетный борт только при перевозке Астрахань-Атырау)	700 (ж/у)	0,29
Страхование, руб.	500	360	1,39
Доставка документов, руб.	790	100 (плата за выезд специалиста)	7,9
Общие затраты	18740	26900	0,7

1. Время доставки рассчитывается как общее количество дней от момента забора груза от поставщика и до момента доставки его клиенту.

2. Стоимость перевозки рассчитывается как провозная плата, которая зависит от объема или веса груза согласно тарифного справочника транспортной компании. Так как объем груза небольшой расчет в нашем случае проводится в зависимости от веса груза. При перевозке с Поволжье-Транс плата включает в себя перевозку от поставщика до склада в г. Астрахань и от г. Астрахань до конечного клиента. В ранее принятой на организации схеме транспортного процессе эта плата включает перевозку от поставщика до г. Самара и дальнейшую отправку клиенту в г. Атырау.

3. Стоимость хранения рассчитывается как количество денежных средств, уплаченных за один день хранения на складе транспортной компании. 3 дня при этом считаются бесплатными. Стоимость ответственного хранения у Поволжье-Транс составляет 250 руб./день, а у Деловых Линий 200 руб./день.

4. Упаковка груза (при ее отсутствии) является обязательным условием перевозки для обеспечения сохранности товарно-материальных ценностей. Поволжье-Транс предоставляет упаковку в паллетный борт. Стоимость такого вида упаковки – 200 руб/м³. Деловые Линии считают необходимым видом упаковки жесткую упаковку (ж/у). Ее стоимость составляет 700 руб./м³.

5. Страхование груза является дополнительным гарантом обеспечения его сохранности. Плата за страхование зависит от объявленной стоимости груза. В нашем случае объявленная стоимость груза формируется на основании отгрузочных накладных и составляет в общем 211 765 руб. В Деловых Линиях грузы страхуются по ставке 0,17% [24]. Ставка страхования у Поволжье-Транс составляет 0,24%.

6. Параметр доставка документов включает в себя доставку транспортно-сопроводительной документации на груз до места его отправки. До терминала Поволжье-Транс в г. Астрахань из г. Самара документы доставляются курьерской службой Pony Express. Стоимость доставки составляет 790 руб. [28]. До терминала компании Деловые Линии в г. Самара документы отвозятся на личном транспорте предприятия ООО «ВИВА». Затраты на топливо и рабочее время при этом составляют 100 руб.

Исходя из этой таблицы можно определить, что общие затраты на перевозку снижаются за счет оптимизации всех параметров транспортного процесса от 26 900,00 рублей до 18 740 руб. Общей индекс убыли при этом составляет 0,7%.

Также выгода извлекается за счет сокращения времени общей доставки груза от поставщика до клиента от 18 до 10 дней. Это достигается за счет минимизации расстояний маршрута и точек пребывания груза. Дело в том, что при отправке от Самары до Атырау транспортные компании, перевозящие сборные грузы все равно используют терминалы для временного хранения грузов до момента формирования

автомобиля в Астрахани. Это также вызывает положительную реакцию со стороны покупателя.

Подводя итоги, можно сделать заключение, что предложенный способ оптимизации параметров транспортного процесса является весьма эффективным, как в плане экономического эффекта от его внедрения, так и в плане положительного расположения клиента к компании «ВИВА» за счет сокращения сроков доставки и минимизации его затрат. Также в результате применения такого способа доставки грузов оптимизируются трудозатраты на предприятии ООО «ВИВА», связанные с отсутствием необходимости принимать участие в процессе принятия и отправки грузов.

На основании вышеизложенных предложений по оптимизации логистических процессов организации и сокращению издержек, можно составить прогноз финансовых результатов используя аналогичные данные в исследуемом периоде на следующий год. Для более точного расчета будет сохранена сезонность, и прогноз будет произведен с 1 квартала 2017 г. по 3 квартал 2017г. табл.17.

Таблица 17 – Прогноз финансовых показателей ООО «ВИВА» на 2017 год

Показатели	1 квартал 2017 г.	2 квартал 2017 г.	3 квартал 2017 г.
Товарооборот, руб.	9 252 145	10 827 606	11 510 541
Валовой доход, руб.	1 196 006	1 599 646	1 786 066
Уровень валового дохода, %	12,92	14,77	15,51
Издержки обращения, руб.	1 254 933	1 211 435	1 160 376
Уровень издержек обращения, %	13,56	11,18	10,08
Прибыль от реализации, руб.	-58 927	388 211	625 690
Рентабельность продаж, %	-4,92	24,26	35,03
Внереализационные доходы, руб.	5680	6090	4585
Балансовая прибыль, руб.	-53 247	394 301	630 275
Рентабельность финансово-хозяйственной деятельности, %	-4,45	24,64	35,28

Во внимание брались показания предыдущего периода скорректированные с учетом предложенных нововведений и расчетов:

– Документооборот через систему EDI;

- Как основная выбрана транспортная компания ООО «Поволжье-Транс»;
- Открыто подразделение ООО «Актив-импорт».

Из данных показателей очевидна убыточность по итогам 1 квартала. Связано это с открытием нового подразделения ТОО «Актив-импорт» на территории Республики Казахстан. И с большим разовым капиталовложением в это подразделение (см. табл. 13). Но также по прогнозу очевидна рентабельность всей организации в последующих периодах, при условии соблюдения выполнения плана продаж дополнительным подразделением (см. табл. 14). И в последующих периодах есть уверенная тенденция к росту всех финансовых показателей, которые будут выше чем показатели исследуемого периода.

Заключение

На современном этапе развития рыночной экономики внедрение логистических подходов в управлении товародвижением приобрело высокую значимость. Это связано в том числе и с интенсификацией и расширением деятельности оптово-посреднических организаций.

Конкуренентоспособность таких предприятий на товарном рынке в значительной степени определяется наличием и эффективностью функционирования логистической системы организации.

Логистическая система при этом - это сложная организованная завершенная экономическая система, состоящая из взаимосвязанных звеньев, участвующих в едином процессе управления материальным и сопутствующими ему потоками и объединенных внутренними целями и задачами единой логистической системы организации.

Конечная цель логистического управления – это наличие нужного товара необходимого качества в необходимом количестве в нужное время в нужном месте с минимальными затратами.

Все участники логистического процесса специализируются на выполнении каких-либо необходимых функций, а взаимоотношения этих участников должны являться эффективными и рациональными.

Коммерческая деятельность оптово-посреднических организаций может рассматриваться как элемент макро-, микрологистической системы, а также как самостоятельная система.

Основными функциональными областями оптово-посреднического предприятия ООО «ВИВА» являются закупка, распределение, транспортировка, информационная логистика, маркетинг.

В ходе анализа функционирования логистической системы предприятия ООО «ВИВА» были сделаны следующие выводы:

1. Организационно-правовая форма предприятия является весьма удобной для его функционирования.

2. Организационная структура управления предприятия является не слишком развитой.

3. Прибыль организации зависит от объемов товарооборота и имеет потенциал к росту, но для этого необходимо решение проблемы сокращения совокупных издержек.

4. ООО «ВИВА» является рентабельным предприятием и имеющим возможность к дальнейшему росту и развитию.

5. Выбор поставщиков осуществляется методом ранжирования и основными критериями при этом являются: цена на продукцию, надежность поставщика и удобная форма оплаты.

6. Информационная система предприятия не обеспечивает должного быстрого функционирования логистической системы в целом и вызывает сложность взаимоотношений между участниками.

7. Стратегия интенсивного сбыта, используемая на предприятии, сопровождается большим количеством логистических посредников и необходимостью четкого регулирования и контроля материального и сопутствующих ему потоков. Транспортная составляющая логистической системы перестает удовлетворять само предприятие и его контрагентов в связи со своей сложной организацией и большими ценами на перевозку.

8. Маркетинговая стратегия ООО «ВИВА» не предусматривает большого количества способов увеличения объема продаж компании, но в то же время является достаточно эффективной. При этом сложность заключается только в нахождении общего языка с клиентами из Казахстана.

Для решения существующих на предприятии проблем были предложены следующие способы совершенствования логистической системы:

1. Внедрение системы электронного документооборота (EDI), позволяющей оптово-посредническому предприятию ООО «ВИВА» заменить обмен информацией и документами, осуществляемый на бумажных носителях, электронным документооборотом между компьютерными сетями;

2. Создание на территории Республики Казахстан в городе Уральск Западно-Казахстанской области организации ТОО «Актив-импорт» для решения имеющихся на предприятии проблем во взаимоотношениях с контрагентами из Республики Казахстан, заключающихся в разнице в законодательстве стран, особенностях менталитета, а также территориальных границах и расстояниях, сложностях в выявлении потребностей у потенциальных покупателей, завоевании новых рынков сбыта, проведении взаиморасчетов и т.п.

3. Оптимизация параметров транспортного процесса за счет выбора нового партнера – транспортно-экспедиционной компании «Поволжье-Транс», выполняющей необходимые для ООО «ВИВА» функции по консолидации груза, приемке его по количеству и качеству, предлагающей услуги по упаковке и страхованию грузов.

По каждому из предложенных способов совершенствования логистической системы был рассчитан экономический эффект и определены преимущества.

Так, от внедрения на предприятии системы электронного документооборота экономическая выгода достигает 207 804 руб. в год. При этом также наблюдается экономия временных, трудовых и денежных затрат, своевременные поставки необходимых товаров в нужном количестве, в нужное место и время, избежание ошибок в документах, возможности развития логистической системы и вовлечение в нее новых участников с минимизацией возможных проблем и издержек.

При создании в логистической системе предприятия ООО «ВИВА» нового звена в виде организации ТОО «Актив-импорт» достигается необходимый эффект за счет преодоления территориальных рамок, достижения большего доверия со стороны покупателей из Республики Казахстан, проведении всего импортного документооборота, привлечения новых покупателей, удобства при взаиморасчетах, упрощения разрешения конфликтных ситуаций. Экономический эффект от данного мероприятия показывается с задержкой в полгода, но при правильной работе логистической системы будет значительным.

Выгода от оптимизации параметров транспортного процесса за счет выбора логистического посредника ООО «Поволжье-Транс» заключается в сокращении

издержек на транспортировку продукции от места приобретения до места потребления, а также в минимизации трудовых затрат и сокращении времени на перевозку груза.

Способы совершенствования, предложенные нами, имеют большое количество преимуществ и позволяют оптимизировать логистическую систему предприятия ООО «ВИВА» для достижения эффекта повышения прибыли организации и снижения издержек.

На данный момент в процессе внедрения находится проект по созданию нового звена логистической системы ТОО «Актив-импорт» и началась работа с ООО «Поволжье-Транс».

Введение на предприятии системы электронного документооборота находится в процессе окончательной разработки и переговоров с потенциальными участниками этой системы.

На основании вышесказанного мы можем сделать вывод, что достижение цели, поставленной в самом начале работы и заключающейся в рассмотрении логистической системы оптово-посреднического предприятия ООО «ВИВА», исследовании ее функционирования и определении возможных путей совершенствования сопровождалось решением возникающих проблем и поиском путей их решения. В дальнейшем на предприятии требуется разработка конкретного проекта взаимодействия участников логистической системы с помощью электронного документооборота, выбор бизнес-процессов и оценка рисков, выход на прибыльность от внедрения ТОО «Актив-импорт» и поиск дополнительных путей совершенствования параметров транспортного процесса.

Список использованных источников

1. Аникин, Б.А. Логистика [Текст] /Б.А. Аникин. - М.: Проспект, 2013. - 406 с.
2. Алесинская, Т.В. Основы логистики. Общие вопросы логистического управления. [Текст] Таганрог: Изд-во ТРТУ, 2013. - 121 с.
3. Герасимов, Б.И. Основы логистики [Текст] / Б.И. Герасимов, В.В. Жариков, В.Д. Жариков. - М.: ИНФРА-М, 2013. - 304 с.
4. Григорьев, М. Н. Логистика. Базовый курс : учебник [Текст] / М. Н. Григорьев, С. А. Уваров. — М .: Издательство Юрайт, 2013. — 782 с.
5. Демченко, А.И. Объектно-ориентированная модель управления логистической цепью предприятий [Текст]// Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия «Экономика и менеджмент» выпуск 23, 2013. – 100 – 105 с.
6. Коммерческая деятельность: Учебник [Текст] / Ф. Г. Панкратов, Н. Ф. Солдатова. — 13-е изд., перераб. и доп. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К^о», 2015. – 500 с.
7. Коммерческая деятельность [Текст] / Половцева Ф.П. - М.: Инфра-М, 2015. - 248 с.
8. Левкин, Г.Г. Логистика как предмет внутрифирменного консалтинга при совершенствовании логистической системы предприятия [Текст]// Вестник Омского университета. Серия «Экономика». 2013. № 3. 113-118 с.
9. Логистика: Учебное пособие [Текст] / Под ред. Б.А. Аникина, Т.А. Родкиной - М.: ТК Велби, Проспект, 2013. – 408 с.
10. Логистика: Учебник [Текст] / А. М Гаджинский. 20е изд. М.: Издательско торговая корпорация «Дашков И К^о», 2013. - 484 с.
11. Менеджмент, экономика организации, маркетинг, бухгалтерский учет: учеб. пособие [Текст] / О.В. Осенева, Т.А. Сушкова; Воронеж. гос. технол. акад. - Воронеж : ВГТА, 2014. – 256 с.

12. Миронов, М.Г., Васильева М.А. Матеуш Т.А. Экономика предприятия. Конспект лекций. [Текст] – М., Издательство: Юрайт-Издат, 2015г. – 192с.
13. Неруш Ю. М., Неруш А. Ю. Практикум по логистике [Текст]: учеб. пособие. — М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2014. — 304 с.
14. Основы логистики: Учеб. пособие [Текст] / Под ред. Л. Б. Миротина и В. И. Сергеева. — М.: ИНФРА-М, 2012. — 200 с.
15. Организация и управление коммерческой деятельностью: Учебник [Текст] / Л. П. Дашков, О. В. Памбухчиянц. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2014. — 688 с.
16. Павлова, Е. В. Формирование логистической системы компании. Методическое пособие. [Текст] - М., 2013. – 264 с.
17. Сумец А.М. Логистика: теория, ситуации, практические задания: учебн. пособие. [Текст] – Киев: Хай-Тек Пресс, 2014. – 320 с.
18. Управление закупками и поставками: Учебник [Текст] / М. Линдерс, Ф. Джонсон, А. Флинн, Г. Фирон; пер. с англ. под ред. Ю.А. Щербанина. — 13-е изд. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013. — 751 с. — (Серия «Зарубежный учебник»).
19. Экономика организации: Учебник для бакалавров [Текст] / Арзуманова Т.И., Мачабели М.Ш. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и Ко», 2013. – 240 с.
20. Экономика торговой организации [Текст] / под ред. Валевиц Р.П., Давыдова Г.А.: учебн. Пособие. – Минск, 2013. – 371 с.
21. Экономика торгового предприятия: Торговое дело: Учебник [Текст] / Под ред. Л.А. Брагина. – М.: ИНФРА-М, 2014. – 314 с.
22. 1С: Предприятие 8 [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: http://v8.1c.ru/edi/edi_app/25/
23. Анализ финансового состояния предприятия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://afdanalyse.ru/publ/finansovyj_analiz/1/sistema_pokazatelej_tovarooborota_i_ikh_analiz/5-1-0-15
24. Деловые Линии. [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <http://samara.dellin.ru/service/cargo-insurance/>

25. Задачи и функции логистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://studopedia.net/10_96039_zadachi-i-funktsii-logistiki.html
26. Издержки обращения [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.grandars.ru/college/ekonomika-firmy/izderzhki-obrashcheniya.html>
27. Корпоративный менеджмент. Снабжение [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.cfin.ru/encycl/supply.shtml>
28. Курьерская служба Pony Express [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <http://www.ponyexpress.ru/tariff.php>
29. Логистика. Учебные материалы для студентов предприятия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://studme.org/1257010715002/logistika>
30. Поволжье – Транс [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <http://p-trans30.ru>
31. Электронный обмен данными (EDI) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gs1ru.org/technologies/exchange>
32. Контур Ритейл [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <http://www.r-kontur.ru/>
33. Организация транспортного процесса [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.lobanov-logist.ru/library/352/54401>