

Министерство образования и науки Удмуртской Республики
Автономное профессиональное образовательное учреждение
Удмуртской Республики
«Экономико-технологический колледж»

Дипломная работа
по теме: «Разработка параметров логистической системы на примере
«АО ТАНДЕР»

Выполнил:
Обучающийся группы ОД 18-18
по специальности 38.02.03
«Операционная деятельность
в логистике»
Холкин С.Н.
Руководитель: Кулемина К.В.

Титульный возьмите из методички

Ижевск 2021 г.

Содержание

ВВЕДЕНИЕ	3
ГЛАВА 1. ЛОГИСТИЧЕСКАЯ СИСТЕМА И ЕЁ ПАРАМЕТРЫ	4
1.1. Понятие, виды, состав логистической системы	4
1.2. Параметры логистической системы	11
1.3. Факторы разработки параметров логистической системы	15
ГЛАВА 2. РАЗРАБОТКА ПАРАМЕТРОВ ЛОГИСТИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ НА ПРИМЕРЕ «АО ТАНДЕР»	18
2.1. Характеристика АО «ТАНДЕР»	18
2.2. Анализ логистической системы АО «ТАНДЕР»	28
2.3. Разработка параметров эффективности логистической системы для АО «ТАНДЕР»	32
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	33
Список литературных источников	34

Содержание оформляется не так

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность данной темы заключается в том, что в современных условиях успех предприятия определяется совершенством системы управления: как предприятия в целом, так и отдельных подразделений. Это и подчеркивает актуальность выбранной темы курсовой работы, посвященной внедрению логистических систем на предприятиях. **Никаких выделений быть не должно**

Логистическая система - это сложная организационно завершенная (структурированная) экономическая система, состоящая из элементов (звеньев), взаимосвязанных в едином процессе управления материальными и сопутствующими им потоками. Иными словами, логистическая система - это система, состоящая из нескольких подсистем, выполняет логистические и управленческие функции и имеет развитые связи с внешней средой, то есть с рынком (потребителями, поставщиками, партнерами, посредниками).

Целью данной **курсовой работы** является разработка параметров логистической системы для АО «ТАНДЕР» **Объект и предмет исследования**

Для достижения данной цели необходимо решить следующие задачи:

- **изучить понятие, элементы и свойства логистической системы**
- **Изучить параметры логистической системы**
- **Провести анализ логистической системы АО «Тандер»**
- **Разработать параметры логистической системы для АО «Тандер» Целей очень мало**

Структура данной работы состоит из: введения, 2-ух глав, заключения, списка используемой литературы.

В первой главе теоретически рассмотрены такие понятия как логистическая система и ее состав, элементы, свойства, а также определены параметры логистической системы и факторы их разработки.

Вторая глава посвящена анализу логистической системы АО «Тандер» и разработке параметров эффективности логистической системы.

Глава 1 ЛОГИСТИЧЕСКАЯ СИСТЕМА И ЕЁ ПАРАМЕТРЫ

1.1 Понятие, виды, состав логистической системы

Логистическая система - это адаптивная система с обратной связью, выполняющая те или иные логистические функции. Она, как правило, состоит из нескольких подсистем и имеет развитые связи с внешней средой. В качестве логистической системы можно рассматривать промышленное предприятие, территориально-производственный комплекс, торговое предприятие и т.д.

Цель логистической системы - доставка товаров и изделий в заданное место, в нужном количестве и ассортименте в максимально возможной степени подготовленных к производственному или личному потреблению при заданном уровне издержек.

Логистические системы, подразделяют на макро- и микрологистические. Макрологистическая система - крупная система управления материальными потоками, охватывающая предприятия и организации промышленности, посреднические, торговые и транспортные организации различных ведомств.

На уровне макрологистики выделяют три вида логистических систем.

1. Логистические системы с прямыми связями. В этих логистических системах материальный поток проходит непосредственно от производителя продукции к её потребителю, минуя посредников.

2. Эшелонированные логистические системы. В таких системах на пути материального потока есть хотя бы один посредник.

3. Гибкие логистические системы. Здесь движение материального потока от производителя продукции к её потребителю может осуществляться как на прямую, так и через посредников.

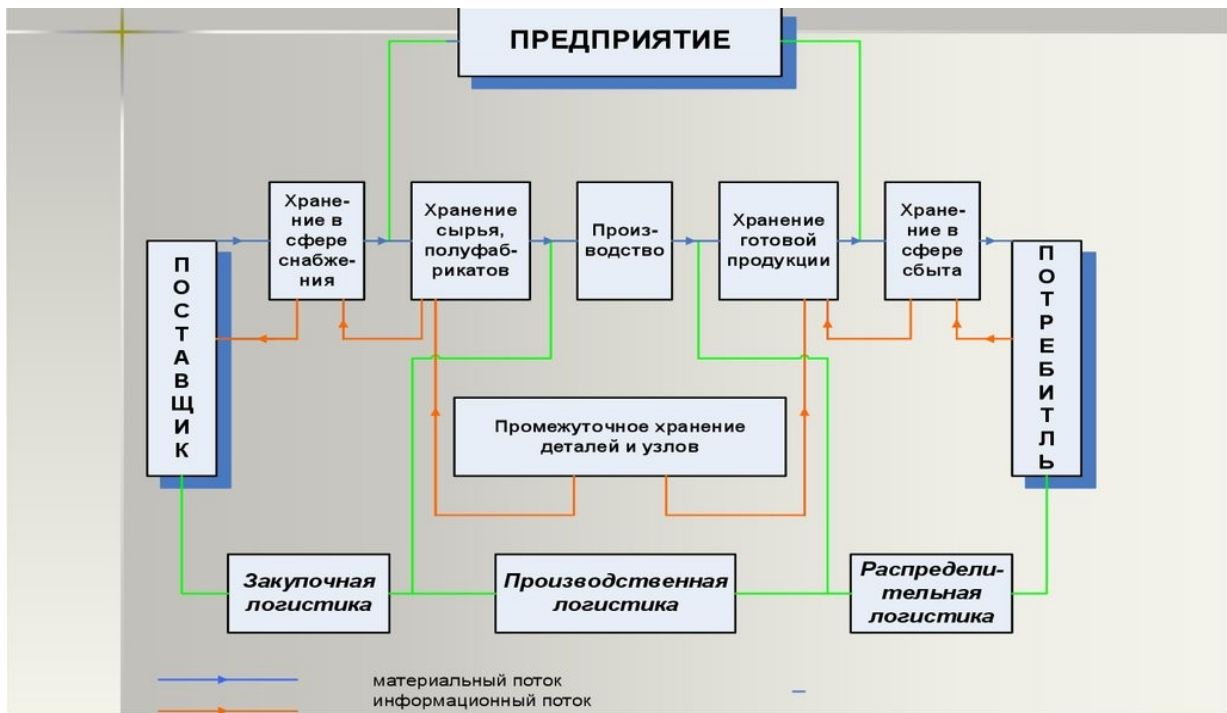


Рисунок 1 – Состав **ЛОГИСТИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ**

Закупочная логистика - это управление материальными потоками в процессе обеспечения предприятия материальными ресурсами.

Значимым элементом микрологистической системы является подсистема закупок, организующая вход материального потока в логистическую систему. Управление материальными потоками на данном этапе имеет известную специфику, что объясняет необходимость выделения закупочной логистики в отдельный раздел изучаемой дисциплины.

Основные вопросы, на которые следует ответить в процессе обеспечения предприятия предметами труда, традиционны и определяются логикой снабжения:

- что закупить;
- сколько закупить;
- у кого закупить;
- на каких условиях закупить.

К традиционному перечню логистика добавляет свои вопросы:

- как системно увязать закупки с производством и сбытом;
- как системно увязать деятельность предприятия с поставщиками.

Обозначенный круг вопросов закупочной логистики определяет состав решаемых в данной функциональной области задач и характер выполняемых работ.

Рассмотрим задачи и работы, относящиеся к закупочной логистике.

1. Определение потребности в материальных ресурсах. Для этого необходимо идентифицировать внутрифирменных потребителей материальных ресурсов. Затем выполняют расчет потребности в материальных ресурсах. При этом устанавливают требования к массе, размеру и другим параметрам поставок, а также к сервису поставок. Далее разрабатывают планы-графики и спецификации на каждую позицию номенклатуры и (или) номенклатурные группы. Для потребляемых материальных ресурсов также может решаться задача «сделать или купить».

2. Исследование рынка закупок. Такое исследование начинают с анализа поведения рынка поставщиков. При этом необходимо идентифицировать всех возможных поставщиков по непосредственным рынкам, рынкам заменителей и новым рынкам. Далее следует предварительная оценка всех возможных источников закупаемых материальных ресурсов, а также анализа рисков, связанных с выходом на конкретный рынок.

3. Выбор поставщика. Он включает в себя поиск информации о поставщиках, поиск оптимального поставщика, оценку результатов работы с выбранными поставщиками.

4. Осуществление закупок. Реализация данной функции начинается с проведения переговоров, которые должны завершиться оформлением договорных отношений, т. е. заключением контракта. Договорные отношения формируют хозяйственные связи, рационализация которых также является задачей логистики. Осуществление закупок включает в себя выбор метода закупок, разработку условий поставки и оплаты, а также организацию транспортировки материальных ресурсов. При этом составляются графики поставки, осуществляется экспедирование, возможно, организуются

таможенные процедуры. Завершаются закупки организацией приемного контроля.

5. Контроль поставок. Одной из значимых задач контроля поставок является контроль качества поставки, т. е. учет количества рекламаций и брака. Контроль поставок включает в себя также отслеживание сроков поставки (число ранних поставок или опозданий), отслеживание сроков оформления заказа, сроков транспортировки, а также контроль состояния запасов материальных ресурсов.

6. Подготовка бюджета закупок. Существенной частью закупочной деятельности являются экономические расчеты, так как необходимо точно знать, во что обходятся те или иные работы и решения. При этом определяют затраты:

- на выполнение заказа по основным видам материальных ресурсов;
- транспортировку, экспедирование и страхование;
- грузопереработку;
- контроль над соблюдением условий договора поставки;
- приемку и проверку материальных ресурсов;
- поиск информации о потенциальных поставщиках.

В рамках проведения экономических расчетов к задачам закупочной логистики следует отнести расчет издержек из-за дефицита материальных ресурсов.

7. Координация и системная взаимосвязь закупок с производством, сбытом, складированием и транспортированием, а также с поставщиками. Эта специфическая задача закупочной логистики, которая решается, как было отмечено выше, посредством организации системной связи закупок с производством, сбытом, а также тесных связей с поставщиками в области планирования, экономики, техники и технологии.

Снабжение - это деятельность, включающая в себя процедуры закупки, доставки, приемки, хранения и предпродажной подготовки продукции.

Управление снабжением - это деятельность по координации взаимодействия участников цепи поставок с целью обеспечения добавленной ценности для потребителей.

Политика снабжения представляет собой общие рекомендации, на основе которых определяются назначение, цель и аспекты деятельности подразделения снабжения предприятия.

Содержание политики снабжения:

- описание организационной структуры подразделения снабжения;
- положение о ценных закупках;
- положение об этике снабженческой деятельности, функции снабжения;
- выявление и изучение источников ресурсов и поставщиков продукции;
- определение потребности и расчет количества заказываемой продукции;
- решение о заказе;
- установление числа и сроков поставок и наблюдение за ними;
- управление запасами;
- учет и контроль хода выполнения договорных обязательств.

Распределительная логистика строится на следующих принципах:

1. координации всех процессов товародвижения, начиная от заключительных операций товаропроизводителя и заканчивая сервисом потребителя;
2. интеграции всех функций управления процессами распределения готовой продукции и услуг начиная с определения целей и заканчивая контролем;
3. адаптации коммерческого, канального и физического распределения к постоянно меняющимся требованиям рынка и в первую очередь к запросам покупателей;

4. системности как управления распределением и обеспечения его целостности и взаимозависимости всех элементов бытовой деятельности;

5. комплексности, т. е. решения всей совокупности проблем, связанных с удовлетворением платежеспособного спроса покупателей;

6. оптимальности как соотношения частей системы, так и режима ее функционирования;

7. рациональности как организационной структуры, так и организации управления.

Производственная логистика - обеспечение качественного, своевременного и комплектного производства продукции в соответствии с хозяйственными договорами, сокращение производственного цикла и оптимизация затрат на производство. Производственная логистика - раздел операционной логистики, посвященный проектированию, формированию и оптимизации микрологистических систем и их эффективному использованию при управлении потоками ресурсов, предметов незавершенного производства и готовой продукции во внутренней среде промышленного предприятия. К основным задачам производственной логистики относят:

- планирование и диспетчирование производства на основе прогноза потребностей в готовой продукции и заказов потребителей;

- разработка план - графиков производственных заданий цехам и другим производственным подразделениям;

- разработка графиков запуска - выпуска продукции, согласованных со службами снабжения и сбыта;

- установление нормативов незавершенного производства и контроль за их соблюдением;

- оперативное управление производством и организация выполнения производственных заданий;

- участие в загрузке производственных мощностей заказами потребителей;

- контроль за количеством и качеством готовой продукции;

- участие в разработке и реализации производственных нововведений;

- контроль за себестоимостью производства готовой продукции.

Цель производственной логистики заключается в точной синхронизации процесса производства и логистических операций во взаимосвязанных подразделениях.

При организации на производстве логистической системы, необходимо в каждом конкретном случае максимально полнее проанализировать особенности предприятия, характер производственного цикла, его тип производства, систему снабжения основного производства и подачи материальных ресурсов на рабочие места, систему норм, параметры эффективности использования ресурсов и т.д.

Сбытовая логистика - обеспечение физического продвижения продукции к потребителю. Главное в сбытовой логистике - улучшение процесса физического распределения товаров от производителя к потребителю в соответствии с его интересами и требованиями.

Функции сбытовой логистики заключаются в следующем: планирование, организация и управление транспортировкой товаров; управление товарными запасами; получение заказов на поставку продукции и их эффективная обработка; комплектация и упаковка товаров; организация отгрузки; управление доставкой и контроль над выполнением транспортных операций в логистических цепях; планирование, организация и управление логистическим сервисом.

Сбытовая деятельность на предприятии требует существенных затрат на ее выполнение. Основная часть логистических затрат связана с выполнением ключевых логистических операций: складированием, переработкой, транспортировкой, экспедированием, подготовкой продукции

к потреблению, сбором, хранением, обработкой и выдачей информации о заказах, запасах, поставках и т.д.

Логистические затраты связаны с транспортно-складскими издержками, расходами на упаковку и тару, расходами, связанными с поставкой товаров, отправкой товаров потребителям

Принципиальное отличие сбытовой логистики от традиционных методов сбыта заключается в следующем:

- ◆ подчинение процесса управления материальными и информационными потоками целям и задачам маркетинга;
- ◆ взаимосвязь процесса распределения с процессами производства и закупок (в плане управления материальными потоками);
- ◆ взаимосвязь всех функций внутри самого сбыта. **По всему тексту должны быть ссылки на источники литературы**

1.2. Параметры логистической системы (полностью)

При разработке параметров ЛС традиционно рассматривают следующие показатели:

За время развития логистики в промышленно развитых странах сформировалась система показателей, в общем плане оценивающих ее эффективность и результативность, к которым обычно относятся:

1. общие логистические издержки;
2. качество логистического сервиса;
3. продолжительность логистических циклов;
4. производительность;
5. возврат на инвестиции в логистическую инфраструктуру.

Эти показатели в дальнейшем мы будем называть ключевыми или комплексными показателями эффективности ЛС.

Они лежат в основе отчетных форм компаний и систем показателей логистических планов разных уровней. Существуют общепринятые процедуры сравнительной оценки фирм (бенч-маркинг) в области логистики

на основе аналитических и экспертных методов, использующие указанные комплексные показатели.

Таким образом, ключевыми/комплексными показателями эффективности логистической системы называются основные измерители эффективности использования ресурсов в компании для сформированной логистической системы, в комплексе оценивающие результативность логистического менеджмента и являющиеся основой логистического планирования, учета и контроля.

Рассмотрим краткую характеристику комплексных показателей.

1. Общие логистические издержки

Общими логистическими издержками называются суммарные затраты, связанные с комплексом функционального логистического менеджмента и логистическим администрированием в логистической системе.

В составе общих логистических издержек можно выделить следующие основные группы затрат:

- затраты на выполнение логистических операций/функций (операционные, эксплуатационные логистические издержки);
- ущербы от логистических рисков;
- затраты на логистическое администрирование.

Большинство отчетных форм о выполнении логистического плана содержат показатели логистических издержек, сгруппированные по функциональным областям логистики, например, издержки в материальном менеджменте, издержки на операции физического распределения и т.п., и внутри этих областей по логистическим функциям.

Общепринятыми являются выделение и учет затрат на транспортировку, складирование, грузопереработку, управление запасами, управление заказами, информационно-компьютерную поддержку и т.п.

2. Качество логистического сервиса

Понятие качества логистического сервиса базируется на стандартизированных терминах "услуга" и "сервис". По существу

подавляющее большинство логистических операций/функций является услугами, поэтому логистический сервис можно определить как процесс предоставления логистических услуг (в результате выполнения соответствующих операций или функций) внутренним или внешним потребителям.

Последовательность действий по формированию системы логистического сервиса на фирме осуществляется по следующей схеме:

1. Сегментация потребительского рынка.
2. Определение наиболее значимых услуг для покупателей.
3. Ранжирование услуг.
4. Определение стандартов услуг в разрезе отдельных сегментов рынка.
5. Оценка оказываемых услуг, установление взаимосвязи между уровнем сервиса и стоимостью оказываемых услуг, определение уровня сервиса, необходимого для обеспечения конкурентоспособности компании.
6. Установление обратной связи с покупателями для обеспечения соответствия услуг потребностям покупателей.

Для уменьшения затрат, связанных с оказанием сервисных услуг, ресурсы компании концентрируются на предоставлении покупателям выявленных, наиболее важных для них услуг.

Важным критерием, позволяющим оценить систему обслуживания, как с позиции поставщика, так и с позиции получателя услуг, является уровень логистического сервиса.

Расчет данного показателя можно осуществить по следующей формуле:

$$П = м/М \times 100\%, \quad (4)$$

где, П -- уровень логистического сервиса,

М - количественная оценка фактически оказываемого объема логистического сервиса,

м - количественная оценка теоретически возможного объема логистического сервиса.

Посредники являются в основном предприятиями сервиса, в которых услуги неразрывно связаны с продуктом, распределяемым продвигаемым и продаваемым на различных участках логистической сети. К таким звеньям относятся различные транспортные компании, экспедиторы, оптовые и розничные торговцы, склады, терминалы, таможенные брокеры, страховые компании и т.п. При этом стоимость логистических услуг может значительно превосходить затраты непосредственно на производство продукции.

Несмотря на важность логистического сервиса для реализации корпоративных стратегий, до сих пор отсутствуют эффективные способы оценки его качества, что объясняется рядом особенностей характеристик сервиса в сравнении с характеристиками продуктов. Такими особенностями являются:

1. Неосвязаемость сервиса.
2. Поставщикам сервиса сложно объяснить и дать спецификации видам сервиса, покупателям также трудно их оценить.
3. Покупатель зачастую принимает непосредственное участие в производстве услуг
4. Услуги потребляются в тот момент, когда они производятся, т.е. услуги не складываются и не транспортируются.
5. Покупатель никогда не становится собственником, приобретая услуги.
6. Сервис деятельность, и поэтому он не может быть протестирован прежде, чем покупатель его купит.

Указанные характеристики и особенности услуг играют важную роль в логистическом процессе. Очень важно учитывать тот факт, что качество сервиса в логистике проявляется в тот момент, когда встречаются поставщик сервиса и покупатель. Измерение качества сервиса при анализе и проектировании логистической системы должно основываться на критериях, используемых покупателями логистических услуг для этих целей. Когда покупатель оценивает качество логистического сервиса, он сравнивает

некоторые фактические значения "параметров измерения" качества с ожидаемыми им величинами этих параметров, и если эти ожидания совпадают, то качество признается удовлетворительным

1.3. Факторы разработки параметров логистической системы

Среди факторов, оказывающих прямое влияние на величину логистических издержек, необходимо выделить следующие.

Издержки, связанные со сроком исполнения заказов. При этом, чем выше уровень запасов, тем меньше времени расходуется на выполнение заказов, так как поставка по заказу может быть выполнена из ранее созданных резервов.

Издержки хранения и содержания запасов. Чем выше уровень запасов и выше расходы на хранение, тем меньше риск упущенной выгоды от непоставки по заказам клиентуры.

Издержки доставки товаров. Здесь в первую очередь имеются в виду транспортные издержки. При этом компании часто предпочитают увеличить транспортные издержки, чем нести издержки упущенной выгоды. Эти дополнительные издержки в области транспортировки возникают в связи с обеспечением лучшего обслуживания клиентуры.

Например, обеспечение перевозки товаров более скоростным, но в то же время более дорогим видом транспорта приводит к тому, что за счет увеличения затрат на доставку снижаются издержки упущенной выгоды.

Логистические издержки фирмы зависят во многом от удаленности компании-производителя от рынка сбыта.

Качество сервиса в логистике будет определяться совокупным ожиданием покупателя в смысле минимальных расхождений между ожиданиями и фактическими параметрами, хотя, конечно, оценка расхождения и самих измерений будет субъективна

- осязаемость —та физическая среда, в которой представлен сервис, удобства, оргтехника, оборудование, вид персонала и т.п.;

• надежность—последовательность исполнения «точно в срок»; например, в физическом распределении — доставка нужного товара в нужное время в необходимое место; также надежность информационных и финансовых процедур, сопровождающих физическое распределение;

• ответственность — желание помочь покупателю, гарантии выполнения сервиса;

• законченность — обладание требуемыми навыками и компетентностью, знаниями для оказания сервисных услуг;

• доступность — легкость установления контактов с поставщиками сервиса, удобное для покупателя время оказания услуг;

• безопасность — свобода от опасности, риска, недоверия; сохранность груза при физическом распределении;

• вежливость — культура поведения поставщика сервиса, корректность, любезность контактного персонала;

• коммуникабельность — способность разговаривать на языке, понятном покупателю;

• взаимопонимание с покупателем — искренний интерес к покупателю, способность контактного персонала войти в роль покупателя, узнать его нужды (требования)

Качество сервиса в логистике будет определяться совокупным ожиданием покупателя в смысле минимальных расхождений между ожиданиями и фактическими параметрами, хотя, конечно, оценка расхождения и самих измерений будет субъективна

Оценка продолжительности логистического цикла носит количественный характер и также может быть проведена несколькими путями:

- путем сопоставления фактической и запланированной продолжительности;

- путем сравнения продолжительности логистического цикла конкретной компании с аналогичным показателем других предприятий отрасли;
- путем сравнения продолжительности логистического цикла со средним значением по данному показателю по отрасли.

Факторы производительности труда - это объективные и субъективные причины, обуславливающие изменение этого показателя. В практической деятельности все факторы находятся в тесном взаимодействии. Определение зависимости уровня производительности труда от того или иного фактора позволяет не только вскрыть резервы развития, но и привязать их к ресурсной составляющей на конкретный период времени.

Производительность труда - динамичный показатель. Он имеет значение лишь в своем прогрессирующем изменении. Именно повышение производительности труда является основным условием, обеспечивающим в масштабах страны экономический рост и развитие экономики. Уровень производительности труда (его численное значение) зависит от множества причин самого разного характера, которые в научно-экономической литературе и хозяйственной практике принято называть факторами.

Глава 2 РАЗРАБОТКА ПАРАМЕТРОВ ЛОГИСТИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ НА ПРИМЕРЕ «АО ТАНДЕР»

2.1 Характеристика АО «Тандер»

Основным видом деятельности АО «Тандер» является розничная и оптовая продажа продуктов питания и первой необходимости. В состав данной компании входит очень много различных сетей супермаркетов, что является приоритетной частью компании. Так же в последнее время, компания начала пробовать себя в сфере доставки грузов, так сказать «почтовыми услугами». На рисунке 2 изображена эмблема предприятия.



Рисунок 2 – Эмблема АО «Тандер»

Общие сведения об АО «Тандер» приведены в таблице 1.

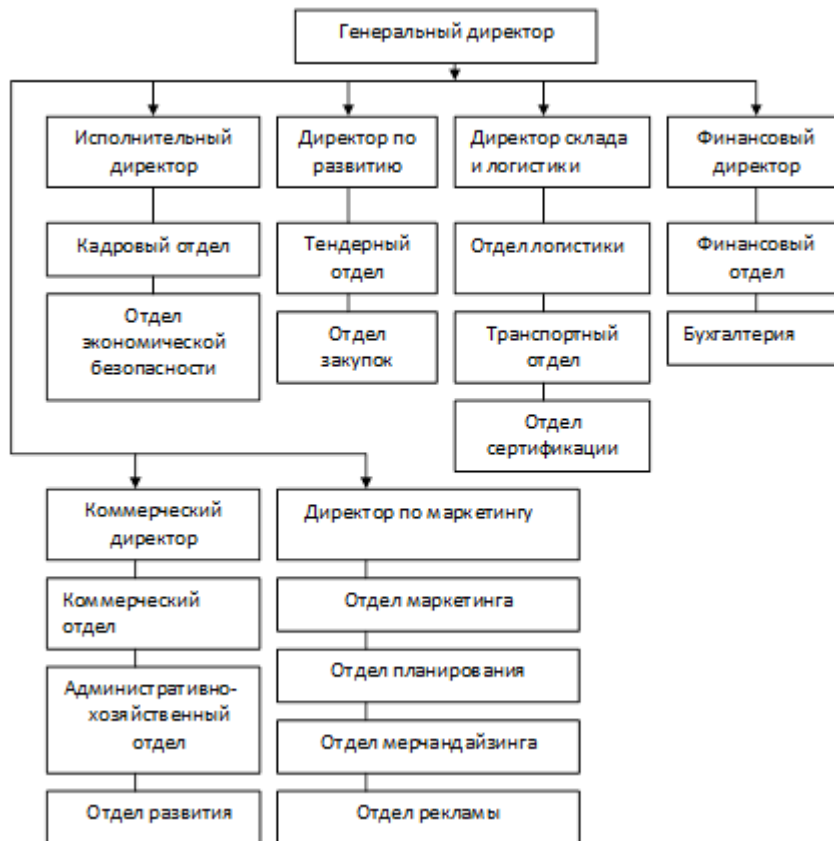
Таблица 1 – общие сведения об АО «Тандер»

Полное наименование компании	Акционерное общество «Тандер»
Сокращенное наименование компании	АО "Тандер"
Юридический адрес	Российская Федерация, г. Санкт-Петербург, пр. Невский, 90/92
Фактический адрес	Российская Федерация, 115409, г. Москва, Каширское шоссе, д.49
Дата государственной регистрации	20.12.2002

регистрации	
Номер Государственной регистрации (ОГРН)	1027809237796
Зарегистрировавший орган	Межрайонная инспекция МЧС России №10 по г. Санкт-Петербургу
ФИО руководителя	Гончаров Сергей Владимирович
Телефон руководителя	8(812)123 10 87
Адрес страницы в сети Интернет	https://5ka.ru/
Численность персонала	Более 200 000 человек
капитал	

Структура управления АО «Тандер» представлена на рисунке 3

Рисунок 3. Структура управления АО «Тандер»



Основные конкуренты АО «Тандер»: сети магазинов «Магнит», «Лента», «Ашан», «Светофор», «Копеечка».

Миссия АО «Тандер»: Обеспечение населения сбытовыми товарами и продуктами.

Стратегическая цель АО «Тандер»: Создание самой эффективной сбытовой сети.

Ценности АО «Тандер»: сотрудники компании, профессионализм и качество работы, клиенты и потребители, честность и справедливость, эффективность и результативность работы, инновации, сложные задачи и развитие.

Внутренняя среда АО «Тандер»: производство, персонал, организация управления, маркетинг, финансы и учет.

Внешняя среда АО «Тандер» представлена на рисунке 4

Рисунок 4. Внешняя среда АО «Тандер»



К поставщикам АО "Тандер" по Удмуртской республике относятся такие популярные, как: "Милком", "Гамбринус", "Сарапульская кондитерская фабрика", а также, большое множество других поставщиков.

К конкурентам АО "Тандер": Пятерочка, Гастроном, Ашан, Лента.

Таблица 2. Ассортимент товара АО «Тандер»

Группа товаров	Наименование товарных групп			2019 год		2020 год		Темп роста	Отклонение, (+,-)	Относительное, %
		тыс. руб.	уд. вес.	тыс. руб.	уд. вес. %	тыс. руб.	уд. вес. %			
Продовольственные товары	Фрукты, овощи	27 370	7,42	39100	7,1	42100	7,2	104,2	3000	0,1
	Готовая кулинария	37 923	10,28	44615	8,3	45600	8,2	100,1	985	-0,1
	Бакалея	18 120	4,91	30200	6	31300	5,8	100,9	1100	-0,2
	Рыба	31 080	8,43	44400	7,8	47600	8	105,9	3200	0,2
	Мясные деликатесы	42 500	11,52	50000	8,5	52300	8,5	102,5	2300	0
	Сыры	25 560	6,93	42600	7,8	46700	7,9	104,4	4100	0,1
	Хлебобулочные изделия	34 790	9,43	49700	8,5	51400	8,4	101,5	1700	-0,1
	Торты и пирожные	17 425	4,72	20500	4,7	21700	4,6	101,4	1200	-0,1
	Кондитерские изделия	23 760	6,44	39600	7,8	44900	7,9	105,2	5300	0,1
	Алкоголь	35 140	9,53	50200	8,6	51460	8,5	102,6	1260	-0,1

Группа товаров	Наименование товарных групп			2019 год		2020 год		Темп роста	Отклонение, (+,-)	Относительное, %
		тыс. руб.	уд. вес.	тыс. руб.	уд. вес. %	тыс. руб.	уд. вес. %			
Продовольственные товары	Фрукты, овощи	27 370	7,42	39100	7,1	42100	7,2	104,2	3000	0,1
	Готовая кулинария	37 923	10,28	44615	8,3	45600	8,2	100,1	985	-0,1
	Бакалея	18 120	4,91	30200	6	31300	5,8	100,9	1100	-0,2
	Рыба	31 080	8,43	44400	7,8	47600	8	105,9	3200	0,2
	Мясные деликатесы	42 500	11,52	50000	8,5	52300	8,5	102,5	2300	0
	Сыры	25 560	6,93	42600	7,8	46700	7,9	104,4	4100	0,1
	Хлебобулочные изделия	34 790	9,43	49700	8,5	51400	8,4	101,5	1700	-0,1
	Торты и пирожные	17 425	4,72	20500	4,7	21700	4,6	101,4	1200	-0,1
	Кондитерские изделия	23 760	6,44	39600	7,8	44900	7,9	105,2	5300	0,1
	Алкоголь	35 140	9,53	50200	8,6	51460	8,5	102,6	1260	-0,1

	Соки, воды	25 840	7,01	30400	6	31400	6	100,7	1000	0
	Молочные товары	23 400	6,34	39000	7,1	40800	7	101,5	1800	-0,1
	Табачные изделия	9 000	2,44	15000	2,5	15400	2,5	102	400	0
	Итого по прод. товарам	316768	85,88	495315	90,6	522660	90,5	102,5	27345	-0,2
	Бытовая химия	18 105	4,91	21300	2,8	22000	2,8	103,3	700	0
	Средства личной гигиены	9 120	2,47	15200	2	15300	2	100,7	100	0

Непродовольственные товары	Игрушки	9 310	2,52	13300	1,7	14000	1,8	105,3	700	0,1	
	Посуда	8 798	2,39	10350	1,4	11100	1,4	107,2	750	0	
	Диски, фильмы	6 750	1,83	11250	1,5	12100	1,5	107,6	850	0	
	Итого по непродовольственным товарам	52 083	14,12	71400	9,4	74500	9,5	104,8	3100	0,1	
	Итого по двум группам	368 850	100,00	566715	100	597160	100	103,7	30445	0,1	

Непродовольственные товары также повлияли на прибыль, выручка увеличилась по сравнению с 2019 годом с 71400 тыс. руб. до 74500 тыс. руб. в 2020 г. Абсолютное отклонение составило 30445 тыс. руб. по двум группам. Темп роста составил 103,7%. Наибольший удельный вес пришёлся на группы товаров:

- кондитерские изделия, их удельный вес составил -7,9%;
- алкоголь – 8,5%;
- хлебобулочные товары -8,4%;
- мясные деликатесы – 8,5%;
- рыба -8%.

Ассортиментная политика АО «Тандер»

– результат целенаправленной деятельности в области товарного обеспечения рынка, основанной на долгосрочном планировании и регулировании ассортимента товаров сети, направленной на удовлетворение спроса потребителей супермаркетов АО «Тандер» и обеспечения рентабельности деятельности сети в целом.

Основополагающими принципами формирования ассортиментного предложения сети являются:

Сбалансированность: лучшие по качеству бренды во всех подгруппах товаров в каждой ценовой категории; популярные марки класса premium и

деликатесов в каждой подгруппе товаров.

Устойчивость/стабильность: бесперебойное наличие в реализации основного рабочего ассортимента магазинов.

Динамичность: своевременное поступление новых марок и продуктов улучшенного качества; ротация за счет вывода из ассортимента слабооборачиваемых мало доходных позиций.

Ассортиментная политика сети реализуется категорийным менеджментом компании, который осуществляет целостное управление категориями товаров и относящимися к ним продуктам: от определения ассортиментного портфеля и закупки до контроля реализации в магазинах сети.

Валовой доход является основным источником формирования прибыли. Основную долю валового дохода составляют торговые наценки, относящиеся к проданным товарам. Валовой доход выражается в тысячах рублей и в процентах.

За счет валового дохода возмещаются издержки обращения и образуется прибыль. Валовой доход представляет разность между суммой реализованных товаров по продажной цене (выручка от продаж за минусом НДС) и себестоимостью проданных товаров.

Кроме стоимостной оценки валовой доход может быть выражен в процентах. Это уровень валового дохода, т.е. отношение валового дохода к обороту.

За 2020 год, АО "Тандер" очень сильно увеличил свои доходы по сравнению с конкурентами. Исходя из данной диаграммы, можно сделать вывод о том, самым главным конкурентом является АО "Тандер"

Таблица 3. Основные экономические показатели деятельности АО «Тандер» за 2019–2020 гг. (тыс. руб.)

№ п/п	Показатели	Единицы измерения		2019 год	2020 год	Темп роста, %
1	Выручка от	тыс. руб.	538379,25	566715,00	597160,00	105,30

	продажи товаров					
2	Себестоимость проданных товаров	тыс. руб.	365461,45	440315,00	458260,00	99,40
3	Валовая прибыль	тыс. руб.	172917,80	126400,00	138900,00	113,70
4	Издержки обращения	тыс. руб.	16200,00	18010,00	19600,00	199,30
5	Прибыль от продаж	тыс. руб.	156717,80	108390,00	119300,00	232,30
6	Прочие операционные расходы	тыс. руб.	4800,00	5200,00	6300,00	121,10
7	Внереализационные доходы	тыс. руб.	2900,00	3500,00	3850,00	110,00
8	Налог на прибыль (20%)	тыс. руб.	6800,00	7500,00	8200,00	109,30
9	Чистая прибыль	тыс. руб.	142217,80	92190,00	100950,00	104,50
10	Рентабельность	%	26,42	19,10	20,00	-

Общая сумма валового дохода на анализируемом торговом предприятии формируется за счет доходов, полученных от реализации товаров.

Величина валового дохода зависит от ряда факторов, основными из которых являются: объем оборота и уровень валовых доходов к обороту.

Издержки обращения – это выраженные в денежной форме затраты живого и овеществленного труда, необходимые для доведения товаров от производителя (поставщика) до покупателя. Издержки обращения отражают расходы на транспортировку, хранение и приведение товара в удобную для реализации форму, а также расходы по продаже товаров.

При анализе используется относительный уровень издержек обращения в процентах (УИО), который рассчитывается как отношение суммы издержек обращения (ИО) к обороту торговой организации (О).

Издержки в «2020 г. по сравнению с 2019 г. выросли на 1590 тыс. руб., что связано с расширением деятельности компании В структуре издержек обращения большую часть занимают 3 группы расходов

- оплата труда,
- содержание зданий и оборудования
- амортизация основных средств

Прежде всего это можно объяснить тем, что продажа товаров является

главным видом деятельности предприятия, часть прибыли уходит на оплату труда персонала, а также на содержание и строительство новых магазинов и складских помещений или их ремонт.

Финансовые результаты хозяйственной деятельности торговой организации характеризуются показателями прибыли от продаж, прибыли до и после налогообложения и выражается в тысячах рублей или в процентах к обороту (рентабельность).

Прибыль от продаж (ПО) определяется как разница между валовым доходом (ВД) и издержками обращения (ИО).

Прибыль до налогообложения (ПДН) определяется как разность между прибылью от продаж (По) и суммой внереализационных доходов (расходов) и прочих операционных доходов (расходов).

Чистая прибыль (ЧП) определяется как прибыль после налогообложения (ПДН) за минусом налога на прибыль.

Рентабельность продаж показывает, сколько прибыли организация получила с каждого рубля проданного товара. Цель: в ходе анализа динамики изменения прибыли необходимо сравнить финансовые результаты отчетного года с предыдущим, определить темп роста прибыли различных видов, сравнить темп их роста с темпом роста основных экономических показателей (оборота валового дохода, издержек обращения). Особенно тщательно надо проанализировать внереализационные доходы и расходы, которые возникают в большинстве случаев в результате отсутствия контроля за расходами (дебиторской задолженности и т.д.). Задача: в случае образования убытка найти причины его образования и увеличения расходов по каждой позиции.

Размер валового дохода является главным источником финансирования торговой деятельности. От него зависит размер прибыли и рентабельность организации.

В компании наблюдается рост товарооборота, валового дохода при росте себестоимости товаров и снижении уровня издержек обращения. Темп роста ВД составил 113,7%. В результате по показателям эффективности

присутствуют положительные изменения по издержкам обращения за рассматриваемый период, но отклонение не велико и составляет 0,2%. Все же, компании следует искать пути снижения ИО.

Товарообороты магазина в «2020 г. возросли на 103,7% или на 30445 тыс. руб., что говорит о том, что предприятие не стоит на месте, а развивается.

Уровень издержек обращения – это отношение их величины в денежной форме к обороту. Уровень издержек обращения выражен в%, он отражает долю, которую занимают данные издержки в розничной стоимости товаров (в «2020 г. доля издержек в стоимости товаров составила 13,6%, что составило на 0,9% больше, чем в 2019 г.).

Прибыльность компании растет, т. к. прибыль в отчетном году по сравнению с базисным увеличилась на 104,5%.

На прибыль и рентабельность компании оказывают влияния различные факторы. Определим влияние их на прибыль и рентабельность финансово-хозяйственной деятельности АО "Тандер".

1. Влияние выручки от продаж на прибыль = рентабельность продаж базисного периода * отклонение товарооборота отчетного периода от оборота базисного периода/100%.

$$20,0 * 30445 / 100\% = 6089 \text{ тыс. руб.}$$

2. Влияние среднего уровня валового дохода на прибыль = сумма оборота отчетного периода * (уровень валового дохода отчетного периода – уровень валового дохода базисного периода) /100%.

$$597160 * 1,1 / 100\% = 6568 \text{ тыс. руб.}$$

3. Влияние издержек обращения на прибыль = – (товарооборот отчетного периода * величина отклонения уровня издержек отчетного периода от предшествующего).

$$- 597160 * (-0,9) / 100\% = 5374 \text{ тыс. руб.}$$

Проведенные расчеты говорят о том, что увеличение выручки от продаж, валового дохода и снижения показателя издержек положительно

повлияло на величину прибыли и составляет 32500 тыс. руб.

Магазин АО "Тандер" предлагает своим клиентам следующие услуги, которые позволяют выделить именно этот магазин из множества конкурентов:

1. огромный выбор традиционных и деликатесных товаров;
2. высокое качество товаров;
3. индивидуальный подход;
4. парковка;
5. качество обслуживания;
6. лёгкость и быстрота совершения покупки;
7. комфорт.

Именно эти критерии важны покупателям, а это главная ценность организации, ради которой данное предприятие работает на данном сегменте рынка.

2.2 Анализ логистической системы АО "Тандер"

Логистическая система АО "Тандер" эффективно работает на потребителя в том случае, если основные элементы системы (закупки, хранение, транспортировка и распределение) функционируют как единый четко отлаженный механизм. Этого невозможно добиться, если в процессе выполнения заказов сотрудники функциональных подразделений АО "Тандер", достаточно профессионально реализуя свою часть функции по выполнению заказа, не несут ответственность за результаты обслуживания потребителей в целом. Для обеспечения эффективности логистических операций обслуживания необходима централизация управления процессом выполнения заказов. Система логистического обслуживания потребителей требует эффективного взаимодействия работников компании по обеспечению качества услуг. Руководство компании, менеджеры функциональных подразделений должны использовать интеграцию при осуществлении логистических операций. Если сотрудники отдельного функционального подразделения компании не в состоянии выполнить свои

задачи в других подразделениях будут напрасными. Поэтому необходимо осуществлять постоянное согласование деятельности работников компании, вовлеченных в процесс выполнения заказа. Совершенствование системы обслуживания с помощью логистики означает представление услуг, необходимых потребителям, с самым низкими возможными затратами. При этом возникает проблема отыскания свойств товара, которые потребители действительно хотят получить, и уровня обслуживания, за который они готовы заплатить. Понятие «уровень обслуживания покупателей», по мнению покупателей и торговых экспертов, определяется следующими элементами:

- наличие широкого и устойчивого ассортимента товаров, способствующего удовлетворению спроса обслуживаемых контингентов покупателей;
- применение прогрессивных методов продажи товаров, обеспечивающих наибольшие удобства минимизацию затрат времени на совершение покупок; логистика торговли обслуживание
- предоставление покупателям дополнительных торговых услуг, связанных со спецификой реализуемых товаров;
- широкое использование средств внутримагазинной рекламы и информации;
- высокая профессиональная квалификация персонала, непосредственно осуществляющего процесс обслуживания покупателей в торговом зале;
- полное соблюдение установленных правил продажи товаров и порядка осуществления торговли.

Для того чтобы спроектировать систему обслуживания, необходимо разработать процессы управления и организовать систему управления некоторым комплексом процессов, составляющих объект управления. Объект управления представляет собой совокупность одновременно

протекающих логистических процессов, нуждающихся во взаимном регулировании и координации.

При проектировании системы обслуживания должны быть продуманы как способы транспортировки, так и методы управления распределением товаров на различных участках канала распределения. Во многих случаях расходы на транспортировку в анализе общих затрат не учитываются.

Гораздо более сложной проблемой представляется управление распределением товаров, поступающих от изготовителя к нескольким удаленным от него потребителям. В этом случае каналы распределения могут быть различного типа: от прямой связи «изготовитель-потребитель» до сложной - через множество комбинаций различных посредников. При проектировании систем обслуживания необходимо подробно прорабатывать распределительную сеть и четко выделять при этом все виды затрат, включая обработку материалов, хранение и транспортировку продукции. Экономические параметры логистической системы (на уровне микрологистики) определяются рыночными и внутрипроизводственными экономическими отношениями. Они возникают в ходе организации и логистического управления информационными и материальными, товарными и финансовыми потоками в процессе материального обеспечения производства, изготовления и реализации продукции.

Эти параметры зависят от ряда факторов и отражаются в показателях экономической деятельности предприятий представлены на рисунке 4.

Рисунок 4 – Аналитические показатели экономической деятельности предприятий.



Критерием экономической эффективности логистической системы служит достижение наилучших результатов при наименьших затратах ресурсов. Общий критерий эффективности логистической системы дополняется частными критериями: научно-технической (обновление технической базы), социальной (жизнеобеспечение и охрана здоровья) и экологической (охрана окружающей среды) эффективности. Показателями экономической эффективности подсистем ЛС (снабженческой, производственной и сбытовой логистики) могут быть ускорение, при прочих равных условиях, движения материальных и товарных потоков, сокращение продолжительности производственных циклов, объема материальных и товарных запасов, управленческих расходов в логистической системе в целом. На практике для отражения результативности системы чаще всего используют такие взаимосвязанные критериальные показатели, как: рентабельность; фондоотдача; производительность труда.

В условиях рыночной экономики в качестве конечных экономических результатов ЛС выступает чистая прибыль от реализации продукции и услуг за вычетом налогов, платежей и отчислений. В условиях акционерной формы хозяйствования в качестве экономического результата может выступать также чистый доход, включающий чистую прибыль от реализации, оплату труда, социальное страхование и дивиденды.

Эффективность логистической системы достигается путем максимизации результатов труда (максимум продукции/услуг при неизменном расходе ресурсов), минимизации ресурсов (минимум ресурсов при неизменном объеме производства) и оптимизации результатов, когда обеспечивается максимизация объема реализации продукции и прибыли при минимизации текущих и единовременных затрат. При оценке эффективности ЛС необходимо оценивать возможности и резервы повышения результативности ЛС от использования как оборотных, так и основных фондов.

Оборотные средства представляют один из трех элементов производства. Предметы труда получают стоимостную оценку и в обороте представляют денежные средства, которые вещественно не входят в продукцию. Как известно, свою стоимость они переносят на себестоимость продукции полностью и обеспечивают непрерывность изготовления и реализации продукции и услуг.

Первая группа факторов — внедрение достижений науки и техники и повышение технического уровня производства — позволяет снизить себестоимость за счет повышения производительности труда. Вторая группа связана с повышением уровня организации производства, труда и управления. Эти факторы способствуют снижению себестоимости в результате увеличения объема производства продукции и услуг. Третья группа — рациональное использование и экономия материальных ресурсов в материальном потоке логистической системы, что достигается за счет применения более прогрессивных и дешевых материальных ресурсов.

Наконец, четвертая группа факторов включает внешние факторы, такие, как структурные сдвиги в ассортименте продукции и услуг, изменение рыночных цен, рыночного спроса и т.д.

У АО "Тандер" нет целостной логистической системы, она представлена отдельными элементами. В ходе анализа было выявлено, что проблемы АО "Тандер" это низкий уровень логистического сервиса и достаточно долгая загрузка одного транспортного средства.

Поэтому необходимо разработать параметры, достижение которых позволит считать логистическую систему эффективной.

2.3. Разработка параметров эффективности логистической системы для АО "Тандер"

Показатели	Формула расчета	Расчет, результаты расчета	Интерпретация результатов расчетов
1. общие логистические издержки: - на складирование, - на грузопереработку, - на управление запасами, - на управление заказами, - на информационно-компьютерную поддержку		227900 53000 30900 45000 79000 20000	Наибольший показатель логистических издержек это – управление заказами Наименьший показатель логистических издержек это – информационно-компьютерная поддержка
2. качество логистического сервиса	$P = m/M \times 100\%$	$5/12 \times 100\% = 0,41$	Низкий уровень логистического сервиса
3. продолжительность логистических циклов; Время на загрузку 1 ТС	$T_{цикла} = T_{раб} + T_{пер}$	$85 + 35 = 120$ мин	На загрузку 1 транспортного средства уходит 120 мин
4. производительность: - число обработанных заказов в единицу времени	$P = O / Ч$	$480/120 = 4$ авто	За рабочий день можно загрузить 4 транспортных средства

Рекомендации: Добавить, как можно больше услуг, чтобы увеличить уровень логистического сервиса, если добавить хотя бы 3, то уровень логистического сервиса составит 0,67. Сократить время на загрузку одного транспортного средства, если добавить одного грузчика и сократить время

перерыва, то получится $75+15=90$ мин, следовательно, за день можно будет загрузить 5,3 транспортных средств.

Рекомендации должны быть расписаны подробно. Вы должны предоставить все расчеты и показать, что изменится на предприятии после внедрения ваших рекомендаций

Заключение

Средняя стоимость загрузки одного транспортного средства 220000 тыс. руб., до реализации предложения, загружалось 4 машины на сумму 880000 тыс. руб., после рекомендации можно в день осуществлять 5.3 загрузок, на сумму 1166000 тыс. руб. Разница составляет 286000 тыс.руб.

Экономический эффект очевиден, соответственно цель дипломной работы достигнута.

Это не заключение

Объем диплома должен быть 50-60 страниц. Дорабатывайте 2 главу

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Левкин, Г. Г. Логистика: теория и практика: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Г. Г. Левкин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 187 с. — (Профессиональное образование)

2. Гаджинский, А. М. Логистика: учебник / А. М. Гаджинский. - 21-е изд. - Москва: Дашков и К, 2017. - 420 с.

3. Мельников, В. П. Логистика: учебник для СПО / В. П. Мельников, А. Г. Схиртладзе, А. К. Антонюк; под общ. ред. В. П. Мельникова. — М.: Издательство Юрайт, 2018. — 287 с.

4. Гамкрелидзе, Л. И. Логистика. Теория и практика / Л.И. Гамкрелидзе, Е.Л. Гамкрелидзе. - М.: МГИУ, 2019. - 280 с.

5. Миротин, Л. Б. Основы логистики / Л.Б. Миротин, А.К. Покровский. - М.: Academia, 2017. - 192 с.

6.

https://knowledge.allbest.ru/marketing/2c0a65625a3bd69a4d43a89521206d26_0.html

7. https://www.studmed.ru/view/kurovaya-rabota-transportnaya-logistika-na-predpriyatii-na-primere-zao-regata_4e12844.html

8. https://otherreferats.allbest.ru/marketing/00350374_0.html

9.

https://studbooks.net/1555454/marketing/osnovnye_problemy_puti_resheniya_zakupochnoy_logistike 10. http://www.aup.ru/books/m192/2_1.htm

11. https://studref.com/348818/tovarovedenie/zakupochnaya_logistika

12. https://studref.com/348819/tovarovedenie/vidy_zakupok
13. https://studref.com/348820/tovarovedenie/traditsionnye_netraditsionnye_vidy_zakupok
14. https://studref.com/348821/tovarovedenie/mezhdunarodnye_zakupki
15. <https://logist.ru/articles/logistika-zakupok-opisanie-biznes-processa-zakupki>
16. <https://nauka-rastudent.ru/13/2370/>
17. <https://axd.semestr.ru/index/average-prices.php>
18. <https://nauka-rastudent.ru/13/2370/>
19. <https://www.utilizaciya.com/>
20. https://ru.wikipedia.org/wiki/Переработка_отходов#Утилизация
21. <https://ya-prepod.ru/vnutrennyaya-i-vneshnyaya-sreda-organizatsii-sreda-menedzhmenta.html>
22. https://edu.logisticsgr.com/index.php?option=com_content&view=article&id=1724:2013-06-11-04-54-26&catid=27:2011-12-02-21-29-07&Itemid=

Так много электронных источников быть не должно