Марченко М.Ю.

Объектом моего исследования является распределительный центр розничной сети магазинов «Магнит» (ЗАО «Тандер»).

На сегодняшний день «Магнит» уверенно находится на втором этапе развития логистики. ЗАО «Тандер» (краснодарская торговая сеть «Магнит») намерено в 2010 году построить и ввести в эксплуатацию логистический центр площадью 26,5 тыс. кв. м в Тамбовской области. Объем вложений декларируется на уровне 500 млн рублей. Аналитики позитивно оценивают действия компании, отмечая, что наличие у ритейлера собственных складских помещений значительно сокращает издержки и положительно влияет на показатели рентабельности.

«Магнит» лидирует в развитии собственной системы логистики среди продуктовых ритейлеров: фактически компания демонстрирует одну из наиболее оправданных бизнес-моделей в текущих условиях. Основные ее преимущества – возможность увеличивать долю прямых закупок у поставщиков через собственные распределительные центры, добиваясь более выгодных условий и, как результат, увеличивая показатели валовой рентабельности. Надо учитывать тот факт, что в 2008 году доля продукции, проходящей у «Магнита» через собственную систему логистики, составила порядка 72%. В 2005-м тот же показатель был на уровне 57%. Причем за 2005-2008 годы произошло достаточно уверенное увеличение валовой рентабельности – с 16,9 до 21,7%. В перспективе компания планирует достичь уровня поставок через собственную логистику 85%, что, очевидно, повысит рентабельность „Магнита».

Задачи логистики, которые решает «Магнит», делятся на глобальные, общие и частные.

К глобальным относятся введение нового логистического центра, с целью сокращения затрат и увеличения доли прямых закупок.

К общим задачам можно отнести то, что после введения логистического центра, «Магнит», имея собственный транспорт, будет обслуживать 12 близлежащих регионов. Тем самым усилится контроль за движением материальных потоков и будет контролироваться распределение транспортных средств.

К частным задачам относится то, что в «Магните» будут действовать линии по отбору, сортировке и упаковке овощей и фруктов местного производства, холодильное оборудование для хранения продукции животноводства на площади 8 тыс. м2, планируется установка автоматов для штрихового кодирования продукции.

На данный момент цель логистики сетью «Магнит» практически достигнута, и с каждым днем все больше совершенствуется.

Ведь основатель и основной акционер Сергей Галицкий нанял консультантов из McLane International, выделившейся из McLane после поглощения Wal-Mart. Платил им «страшнейшие деньги» — по $1000 в день на человека, — чтобы те помогли создать логистику. Галицкого обуревала идея ликвидировать мелкие склады и перейти на cross-docking — систему прямых поставок клиенту из распределительных центров. Первый распределительный центр построили в 1998 г. Один из бывших партнеров Галицкого говорит, что с технологиями McLane, адаптированными к местным условиям, «Тандер» «стало легче работать в ритейле, чем нам в дистрибуции». От поступления заказа до доставки товара к клиенту проходило не более суток. «В России и сейчас мало компаний с суточной доставкой», — говорит он.

Распределительный центр является узловой точкой логистической структуры розничной сети. Безусловно, есть компании которые, владея более полсотней магазинов, обходятся без распределительных центров, полагаясь на прямые поставки производителей и поставщиков. Но в таком случае им приходится выделять в каждом магазине большие площади под хранение товаров.

Кроме того, они оказываются в зависимости от поставщиков, срыв работы которых может поставить под угрозу нормальное функционирование магазина.

Объектом исследования логистики являются потоки, которые бывают материальными, информационными и финансовыми.

Материальные потоки по отношению к логистической системе бывают внешними и внутренними.

В распределительных центрах «Магнит» к внешним материалопотокам относятся все поставки товаров, полуфабрикатов.

Ко внутренним можно отнести материалы для оформления витрин, витрины.

Входные материалопотоки – это поступление товаров (например сахар) в мешках, а выходные – в пакетах по 5 кг.

По натурально-вещественному составу это: Многоассортиментные ( на примере молока производители «Веселый молочник», «Кубанская буренка», «Домик в деревне» и т.д) и одноассортиментные (например «Кока-кола», «Фанта», «Спрайт»)

По удельному весу материальные потоки бывают тяжеловесные ( в сети «Магнит» такие потоки отсутствуют); большой массы ( это могут быть потоки овощей, фруктов, замороженного мяса и т.д.); и легковесные материальные потоки ( молочные товары, хлебобулочные и макаронные изделия, кондитерские товары, яйца и яйцепродукты).

По степени совместимости: совместимые материалопотоки ( молочные продукты и мясные; минеральная вода и пиво, вино) и несовместимые ( растительные масла и пряности, приправы – т.к. масла впитывают посторонние запахи)

К детерминированным МП можно отнести такую продукцию, как мука, крупа, макароны, конфеты печенье и т.д., имеющую полностью известные параметры.

Стохастические материальные потоки, один из параметров которых неизвестен или случаен, это фрукты, овощи, молочные и мясные продукты., т.к. за время доставки может произойти естественная убыль и произойдут потери в качестве или количестве товара.

Информационные потоки в распределительном центре «Магнит» классифицируются по направлению в логистической системе:

* Внешние – например информация о конкурентах
* Внутренние – бухгалтерская отчетность, учет остатка на складах
* Входные – скидки
* Выходные – информация о новых товарах, реклама

По времени возникновения : регулярные (ежедневно отсылается остаток товаров на прилавках магазинов) и периодические ( скидки на определенную группу товаров и т.д.).

Финансовые потоки:

1. По отношению к логистической системе:

* Внешние – оплата за товар закупаемый
* Внутренние – внутри склада, к примеру кассовые операции
* Входные – заработная плата
* Выходные – оплата за поставку товара

1. По источникам финансирования: собственные (внутри сети «Магнит») и заемные (кредиты на открытие гипермаркетов)
2. По форме расчета классифицируются на наличные и безналичные.

Логистические операции, выполняемые сотрудниками в распределительном центре «Магнит»:

ЛО с материалопотоками: грузчик разгружает партию товаров; мерчендайзер раскладывает товары по полкам, фасовщик-упаковщик фасует товары.

ЛО с информационными потоками: товаровед отправляет заказы поставщикам, бухгалтер подсчитывает доходы и расходы, и т.д.

ЛО с финансовыми потоками: кассир-операционист проводит расчетно-кассовые операции и т.д.

Логистическая функция – комплексная логистическая активность. В сфере снабжения в «Магните» логист управляет движением товаров от склада к магазину.

К обратной логистической функции можно отнести возврат товара.

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

Для данного предприятия можно выделить логистические системы промышленных дистрибьюторов, дистрибьюторов продовольственных товаров и т.п.

В поисках своего покупателя «Магнит» расширяет ассортимент прелагаемых товаров и имеет достаточное количество, чтобы осуществить немедленную поставку. Отрицательным моментом такой политики являются дополнительные расходы связанные с затратами на хранение больших запасов. Выходом из сложившейся ситуации является формирование ассортимента товара состоящего из наиболее ходового товара или ориентация на крупных покупателей, формируя для них необходимый ассортимент товаров.

Другим направлением успешной деятельности компании является сокращение времени реализации заказа, т.е. время получения заказа от розничной сети до поставки товара заказчику. Применение логистической системы «точно в срок» позволяет наилучшим образом решить эту проблему. Одним из направлений эффективного решения поставленных задач является кооперация в сфере товародвижения. Т.е. кооперация между оптовиками различных видов деятельности внутри одного района, например, по доставке скоропортящихся товаров и т.д.

В качестве логистических звеньев «Магнита» можно выделить поставщиков, страховую организацию, банк и таможню.

Логистическая цепь – это линейно упорядоченное множество звеньев ЛС, осуществляющих логистические функции по доведению внешнего материального потока от одной ЛС к другой.

Логистический канал – частично упорядоченное множество предприятий, осуществляющих доведение МП от производителя до потребителя.

Логистической системой с прямыми связями можно считать доведение товаров на продажу , производимых только для магазинов «Магнит».

Эшелонированная логистическая система это доведение МП, как минимум через одного посредника, к таковой можно отнести доведение на продажу хлебобулочных изделий хлебозавода №1.

При выборе канала распределения происходит выбор формы товародвижения — транзитной или складской. При выборе логистической цепи — выбор конкретного дистрибьютора, перевозчика, страховщика, экспедитора, банкира и т. д. При этом могут использоваться различные методы экспортных оценок, методы исследования операций и другие.

Возможность выбора логистического канала является существенным резервом повышения эффективности логистических процессов.

**Донпродукт**

Поставка продуктов питания бакалейного ассортимента

**Ростовский завод плавленых сыров**

Производство плавленых, копченых сыров и цельномолочной продукции

**Донской табак**

Российская табачная компания

**Белый медведь**

Производство глазированных творожных сырков

**Золотой колос**

Кондитерская фабрика

**Марина**

Кондитерская база

**Викинг**

Рыбная торговая компания

**Тавр**

Мясоперерабатывающий завод

**Природа**

Ростовский производитель продуктов разных групп

**Век**

Производство замороженных продуктов и полуфабрикатов

**КСК**

Поставка рыбных консервов, свежемороженой рыбы

*Складская логистика в сети «Магнит»*

«МАГНИТ» по праву может гордиться своей логистикой.

При 45-тысячном ассортименте у этой торговой сети показатели складских остатков — одни из лучших в России и вызывают искреннее уважение даже у западных ритейлеров. Отчасти это объясняется тем, что централизованная логистическая модель сети создавалась при участии западных консультантов, вооруженных передовым опытом зарубежных компаний. «МАГНИТ» стал первым ритейлером в России, построившим распределительный центр — центральную базу для снабжения всех магазинов сети восемью тысячами наиболее ходовых товаров.

Складирование - это логистическая операция, заключающаяся в содержании запасов участниками логистического канала и обеспечивающая сохранность запасов, их рациональное размещение, учет, постоянное обновление и безопасные методы работы.

Логистика складирования - отрасль логистики, занимающаяся вопросами разработки методов организации складского хозяйства, системы закупок, приемки, размещения, учета товаров и управления запасами с целью минимизации затрат, связанных со складированием и переработкой товаров. Это также комплекс взаимосвязанных операций, реализуемых в процессе преобразования материального потока в складском хозяйстве.

Основными причинами использования складов в логистической системе являются:

1) уменьшение логистических издержек при транспортировке за счет организации перевозок экономичными партиями;

2) координация и выравнивание спроса и предложения в снабжении и распределении за счет создания страховых и сезонных запасов;

3) обеспечение бесперебойного процесса производства за счет создания запасов материально-технических ресурсов;

4) обеспечение максимального удовлетворения потребительского спроса за счет формирования ассортимента продукции;

5) создание условий для поддержания активной стратегии сбыта;

6) увеличение географического охвата рынков сбыта;

7) обеспечение гибкой политики обслуживания.

Таким образом, складское хозяйство создается для приема грузопотока с одними параметрами (размерными, качественными и временными), его переработки и накопления и выдаче его с уже другими параметрами потребителю. Эта процедура должна выполняться с наибольшей экономической эффективностью. Проблемы, связанные с функционированием складов, оказывают значительное влияние на оптимизацию движения материальных потоков в логистической цепи и в конечном итоге на совокупные издержки обращения.

Логистика распределительного центра «Магнит» на примере рыбных консервов.

После окончания производственного процесса консервы направляются на склад готовой продукции, где они должны находиться в течение 15 дней (по технологической инструкции). После этого консервы готовы к реализации. Затем оптовый покупатель сети «Магнит» самостоятельно осуществляет транспортировку продукции с этого склада до своего распределительного центра.

Таким образом схема распределения продукции выглядит следующим образом:

Распределительный центр

Потребитель

Магазин «Магнит»

Склад готовой продукции

Производство

Транспортная организация

Реки, озера

Поэтому логистический процесс в РЦ «Магнит» гораздо шире технологического процесса и включает:

-снабжение запасами,

- контроль за поставками,

- разгрузку и приемку грузов,

- внутри складскую транспортировку и перевалку грузов,

- складирование и хранение грузов,

- комплектацию (комиссионирование) заказов клиентов и отгрузку, - транспортировку и экспедицию заказов,

- сбор и доставку порожних товароносителей,

- контроль за выполнением заказов,

- информационное обслуживание склада,

- обеспечение обслуживания клиентов (оказание услуг).

Учет и контроль за поступлением запасов и отправкой заказов позволяет обеспечить ритмичность переработки грузопотоков, максимальное использование имеющегося объемам склада и необходимые условия хранения, сократить сроки хранения запасов и тем самым увеличить оборот склада.



В заключении хочется отметить, что все же основное назначение распределительного центра «Магнит» – это концентрация запасов, их хранение и обеспечение бесперебойного и ритмичного снабжения заказов потребителей.

К основным функциям склада можно отнести следующие:

1. Преобразование производственного ассортимента в потребительский в соответствии со спросом — создание необходимого ассортимента для выполнения заказов клиентов. Особое значение данная функция приобретает в распределительной логистике, где торговый ассортимент включает огромный перечень товаров различных производителей, отличающихся функционально, по конструктивности, размеру, форме, цвету и т.д. (рис. 48).

Создание нужного ассортимента на складе содействует эффективному выполнению заказов потребителей и осуществлению более частых поставок и в том объеме, который требуется клиенту.

2. Складирование и хранение позволяет выравнивать временную разницу между выпуском продукции и ее потреблением и дает возможность осуществлять непрерывное производство и снабжение на базе создаваемых товарных запасов. Хранение товаров в распределительной системе необходимо также и в связи с сезонным потреблением некоторых товаров.

3. Унитизация и транспортировка грузов. Многие потребители заказывают со складов партии «меньше - чем - вагон» или «меньше - чем - трейлер», что значительно увеличивает издержки, связанные с доставкой таких грузов. Для сокращения транспортных расходов склад может осуществлять функцию объединения (унитизацию) небольших партий грузов для нескольких клиентов, до полной загрузки транспортного средства.

4. Предоставление услуг. Очевидным аспектом этой функции является оказание клиентам различных услуг, обеспечивающих фирме высокий уровень обслуживания потребителей. Среди них:

— подготовка товаров для продажи (фасовка продукции, заполнение контейнеров, распаковка и т.д.);

— транспортно-экспедиционные услуги и т. д.