**ВВЕДЕНИЕ**

Процесс доведения товаров от предприятий-изготовителей через предприятия оптовой торговли непосредственно на и предприятия розничной торговли называется товароснабжением. Он включает не только физическое перемещение товаров из мест производства в места потребления, но и операции, связанные с их хранением, подсортировкой и подготовкой к продаже на торговых предприятиях.

Тема данной курсовой работы достаточно актуальна т.к. в процессе кругооборота средств, вложенных в производство товара, происходит превращение товарной формы стоимости в денежную и создается экономическая основа для возобновления производства товаров. Поэтому рациональная организация процесса товароснабжения - одна из важных функций торговли. Для достижения этой цели нужны более экономичные виды транспорта для перевозки товаров из мест производства в места потребления, создание сети складов и баз. От того, насколько рационально организован процесс товароснабжения, в значительной степени зависят уровень торгового обслуживания населения, а также время оборота товарно-материальных ценностей. Поэтому товароснабжение предполагает создание технологической цепи, способной своевременно и бесперебойно доводить товары от производства до потребителей в необходимом количестве, широком ассортименте, высокого качества, при минимальных затратах труда, материальных средств и времени.

Основными звеньями технологической цепи товароснабжения являются промышленные и сельскохозяйственные предприятия, производящие товары народного потребления, оптовые базы, магазины и другие пункты розничной продажи товаров.

Объектом данной курсовой работы является предприятие Ливенское РАЙПО.

Цель курсовой работы - изучение и анализ организации и технологии товароснабжения торговых предприятий.

Для достижения поставленной цели необходимо выполнить следующие задачи:

- изучение сущности и основных требований, предъявляемых к организации товароснабжения;

- рассмотрение форм товароснабжения и схем товаров в розничную торговую сеть;

- организация и технология завоза товаров в розничные торговые предприятия;

- изучение организационно-хозяйственной характеристики Ливенского РАЙПО;

- анализирование финансово-экономического состояния Ливенского РАЙПО и др.

# 

# 1.ОРГАНИЗАЦИЯ И ТЕХНОЛОГИЯ ТОВАРОСНАБЖЕНИЯ

# РОЗНИЧНЫХ ТОРГОВЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

* 1. **Сущность и основные требования, предъявляемые**

**к организации товароснабжения**

Под товароснабжением розничной торговой сети понимается система мероприятий, представляющая собой сложный комплекс коммерческих и технологических операций по доведению товаров до предприятий розничной торговли.

Благодаря рационально организованному товароснабжению на розничных торговых предприятиях обеспечивается полнота и устойчивость ассортимента товаров, необходимый уровень товарных запасов, удовлетворение спроса населения, а также высокие финансово-экономические показатели работы торговых организаций предприятий.

При организации товароснабжения предприятий розничной торговли должны учитываться следующие основные требования:

- источники и приемлемые формы снабжения должны осуществляться с учетом ассортимента и объема выпускаемых предприятиями промышленности и другими изготовителями товаров и их территориальной удаленности от снабжаемых предприятий торговли;

- завоз товаров следует осуществлять в соответствии со спросом населения и установленным для магазина обязательным ассортиментным перечнем;

- количество завозимых товаров должно определяться типом предприятия его мощностью, характеризуемом объемом товарооборота и размерами торговых площадей. Особое значение имеет оснащенность торговых предприятий соответствующим торгово-технологическим оборудованием (холодильным оборудованием, различными емкостями и т.п.);

- величина единовременно доставляемой партии должна исчисляться с учетом имеющихся товарных запасов, объема среднедневной реализации и установленной периодичности завоза;

Товароснабжение розничных торговых предприятий должно основываться на следующих основных принципах:

- планомерность;

- ритмичность;

- оперативность;

- экономичность;

- централизация;

- технологичность.

Планомерность означает, что процесс товароснабжения предприятий розничной торговли должен носить планомерный характер. Завоз товаров в магазины и другие пункты продажи следует осуществлять на основе плановых графиков с учетом их ассортиментного профиля.[1]

Ритмичностьснабжения предполагает завоз товаров через относительно одинаковые промежутки времени. Ритмичность доставки товаров в магазины способствует ускорению оборачиваемости товаров, исключает образование излишних товарных запасов, необходимых для обеспечения бесперебойной работы розничного торгового предприятия на случай нарушения сроков завоза. Кроме того, ритмичность товароснабжения предприятий розничной торговли создает оптимальные условия для работы складов, оптовых баз и транспортных предприятий. Она позволяет более производительно использовать рабочую силу. При ритмичном товароснабжения рациональнее используются складские площади.

Для того чтобы определить, насколько ритмично осуществляется товароснабжение розничного торгового предприятия, можно использовать такой показатель, как коэффициент ритмичности снабжения (, который рассчитывается следующим образом



=, (1)



где Пф – фактическая поставка за исследуемый период (месяц, декаду и т.д.) в пределах графика (плана);

Пп – поставка по графику за каждый период времени.

Важным условием рациональной организации товароснабжения является его оперативность.Она предусматривает, что ритм завоза товаров должен нарастать или сокращаться в зависимости от изменений в спросе на них, сезонных и других колебаний. Оптовые базы и другие предприятия, осуществляющие товароснабжение розничной торговой сети, должны оперативно учитывать эти изменения и вносить соответствующие коррективы, для чего им не обходимо своевременно получать от розничных торговых предприятий информацию о ходе реализации товаров и состоянии товарных запасов.

Экономичностьтовароснабжения означает минимальные затраты рабочего времени, материальных и денежных средств на весь процесс доставки товаров в розничную торговую сеть. Это достигается эффективным использованием транспортных средств, механизацией погрузочно-разгру-зочных работ, установлением рациональной звенности движения товаров, четким оформлением документов по отпуску и приемке товаров.

Таким образом, товароснабжение розничной торговой сети должно осуществляться на основе рациональных схем завоза товаров, которые разрабатываются с учетом минимизации грузооборота, оптимальной звенности, частоты доставки и размеров товарных партий.[4]

Централизацияпредполагает товароснабжение розничных торговых предприятий силами и средствами предприятий-поставщиков. При этом работники магазинов хотя и несут ответственность за коммерческую сторону товароснабжения, но не отвлекаются от своей непосредственной работы по обслуживанию покупателей.

Товароснабжение должно осуществляться на основе использования на всех его этапах прогрессивных решений.Большую роль здесь играют модульные таротранспортные системы, являющиеся основой индустриализации товароснабжения розничной торговой сети.

На организацию товароснабжения розничной торговой сети оказывают влияние многие факторы, важнейшие из которых следующие: уровень управления процессом товароснабжения; достоверность коммерческой информации, используемой для определения потребности в товарах; размещение сети розничных торговых предприятий; состояние и размещение складского хозяйства; транспортные условия; оснащенность предприятий розничной торговли торгово–технологическим оборудованием.

**1.2 Формы товароснабжения и схемы завоза товаров**

**в розничную торговую сеть**

Значительная часть товаров завозится в розничную торговую сеть с оптовых предприятий. Продовольственные товары повседневного спроса поступают на предприятия розничной торговли непосредственно с производственных предприятий – хлебозаводов, пищекомбинатов и т.п. В крупные универсальные специализированные магазины транзитом с промышленных предприятий могут поступать и другие товары, в том числе и сложного ассортимента. В основной же массе товары сложного ассортимента (одежда, обувь и т.д.) завозят в магазины со складов оптовых торговых баз.

Выбор источников товароснабжения зависит от многих факторов. При этом учитываются ассортимент товаров, типы и размеры магазинов, объем товарооборота, возможность бесперебойного снабжения магазинов, количество звеньев товародвижения и уровень транспортных расходов.

В зависимости от источников поступленияприменяют транзитную или складскую форму товароснабжения розничной торговой сети. Подробная характеристика этих форм представлена в таблице 1.

Таблица-1 Формы товароснабжения розничной торговой сети

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| №  п/п | Форма товароснабжения | Характеристика |
| 1 | Транзитная | Доставка товаров в магазины осуществляется непосредственно из производственных предприятий промышленности или сельского хозяйства. При такой форме ускоряется обращение товаров, сокращаются издержки обращения, снижаются товарные потери. Вместе с тем эта форма товароснабжения имеет ограниченное применение из-за измельченности и рассредоточенности розничной торговой сети. В основном она применяется по товарам простого ассортимента, а также по товарам, производство которых осуществляется в районах потребления (хлеб и хлебобулочные изделия, молоко и молочные продукты и т.п.). |
| 2 | Складская | товары сложного acсортимента, нуждающиеся в предварительной подсортировке, завозятся в магазины со складов оптовых предприятий. |

Выбрать наиболее оптимальные источники и формы товароснабжения розничных торговых предприятий можно с помощью разработки схем завоза по каждой товарной группе. Схемы предусматривают конкретный порядок завоза товаров на каждое розничное торговое предприятие. Их разработку рекомендуется осуществлять с учетом ряда принципов, основными из которых являются следующие:

- прохождение товаров через минимальное число промежуточных звеньев, преимущественно по схеме: промышленное предприятие – oптовая база – магазин;

- сосредоточение оптовой торговли товарами сложного ассортимента на оптовых предприятиях;

- расширение централизованной доставки товаров в розничную торговую сеть.

- более широкая оптовая продажа товаров через передвижные склады и залы торговых образцов, разъездных товароведов и путем почтово-посылочных операций.[2]

При разработке схем завоза товаров до межрайбаз и оптовых предприятий районных кооперативных организаций. Следует предусматривать завоз товаров в эти оптовые звенья с предприятий промышленности, выходных и торгово-закупочных баз. Сосредоточение оптовой торговли товарами сложного ассортимента на крупных межрайонных оптовых базах препятствует распылению этих товаров по мелким оптовым предприятиям и создает возможность для установления рациональных связей с производственными предприятиями.

Разработанные с учетом перечисленных требований сводные схемы завоза товаров в оптовые предприятия кладут в основу разработки конкретных схем завоза товаров в розничную торговую сеть.[3]

Наряду с оптовыми базами разрабатывают схемы завоза товаров, которые должны поступать на предприятия розничной торговли, минуя оптовые предприятия. В них предусматривают порядок завоза в магазины товаров местной промышленности, сельскохозяйственных продуктов. Это в первую очередь относится к завозу хлеба и хлебобулочных изделий, молочных и мясных продуктов и т.п.

В разработке схем завоза товаров в оптовые предприятия и в розничную торговую сеть должны участвовать квалифицированные работники.

Схемы завоза товаров следует регулярно пересматривать и уточнять с учетом появления новых источников поступления товаров или других обстоятельств.[8]

**1.3 Организация и технология завоза товаров**

**на розничные торговые предприятия**

Основанием для завоза товаров на розничное торговое предприятие служит заявка. Она составляется по установленной форме. В ней указывают наименование товаров и основные их ассортиментные признаки (вид, сорт и т.д.), требуемое количество товаров. Заявку, составленную в двух экземплярах, подписывает заведующий или директор магазина, затем ее заверяют печатью и направляют поставщику для исполнения.

Товары могут доставляться в магазины и другие пункты продажи централизованным и децентрализованным методами.

Наиболее эффективный метод доставки товаров на розничные торговые предприятия – централизованный завоз, при котором доставка товаров осуществляется силами и средствами поставщика на основе заявок розничных торговых предприятий в согласованные сроки. Применение этого метода позволяет организовать более четкое снабжение магазинов товарами, не отрывает работников розничных торговых предприятий от выполнения их основных обязанностей. При рационально организованной централизованной доставке товаров эффективнее используется рабочая сила и транспорт, снижаются издержки обращения. Товары завозятся ритмично по графикам, благодаря чему в магазинах поддерживается стабильный ассортимент. Ускоряется оборачиваемость товаров, уменьшается их порча.[10]

При ценрализованной доставке товаров в розничную торговую сеть может осуществляться собственным транспортом поставщика или транспортом общего пользования. Если завоз товаров осуществляется автотранспортом общего пользования, то наряду с договором поставки, который заключается между поставщиком и покупателем, поставщик заключает договор с автотранспортным предприятием на перевозку грузов.[12]

Оптовые предприятия и другие поставщики, осуществляющие централизованный завоз товаров, проводят следующие подготовительные мероприятия:

- анализируют расположение торговой сети, группируют предприятия розничной торговли по типам и объему товарооборота;

- рассчитывают грузооборот, оптимальные размеры поставки и частоту завоза товаров, потребность в транспортных средствах и многооборотной таре и разрабатывают рациональные маршруты доставки товаров;

- осуществляют подготовку механизмов, транспортных средств и оборудования экспедиционных складов и предприятий розничной торговли для рационального выполнения операций, связанных с доставкой товаров;

- устанавливают систему материальной ответственности сторон за выполнение условий централизованной доставки;

- рассчитывают эффективность применения централизованной доставки товаров и выявляют резервы ее повышения.[15]

Анализируя дислокацию розничной торговой сети, обращают внимание на следующие данные: наименование, типы розничных торговых предприятий, среднемесячный розничный товарооборот, площадь торгового зала и помещений для хранения товаров, численность работников, режим работы магазина, расстояние от магазина до оптовой базы или другого поставщика.

Грузооборот определяют на основе данных о товарообороте и средней цены 1 т товара.

Частоту и оптимальные размеры завозимых партий товара определяют для того, чтобы обеспечить бесперебойную торговлю товарами соответствующего ассортимента при минимальных размерах товарных запасов.

При определении частоты завоза товаров учитывают физико-химические свойства товаров, предельные сроки их реализации, среднедневной объем продажи, размеры установленных неснижаемых товарных запасов и другие факторы. Так, хлебобулочные изделия должны завозиться в магазины ежедневно, другие продовольственные товары, имеющие небольшие предельные сроки реализации – не реже чем через два-три дня. Непродовольственные товары, а также продовольственные товары с длительными сроками реализации могут завозиться один раз в семь-десять дней.[16]

Количество заказываемых товаров должно полностью обеспечивать устойчивость ассортимента и бесперебойную их продажу до очередного завоза и вместе с тем исключать образование излишних запасов. При определении этого количества учитывают частоту завоза товаров и среднедневную их реализацию, неснижаемые запасы и остатки товаров на день завоза.

Если составляется заявка на завоз товаров сложного ассортимента (готовые платья, обувь и др.), то количество изделий по размерам, расцветкам и т.д. заказывают с учетом в продаже их удельного веса, запасы и остатки товаров на день завоза.

Определяя потребность в завозе скоропортящих товаров, следует также учитывать емкость имеющегося в магазине холодильного оборудования.

Товары-новинки, которыми магазин ранее не торговал и возможная среднедневная реализация которых не известна, рекомендуется для начала заказывать небольшими пробными партиями.

Централизованная доставка товаров должна осуществляться по строго установленным графикам, представляющим собой расписание времени отборки и доставки товаров в магазины. В них указывают номера маршрутов, дни завоза, наименования торговых предприятий и их адреса, вид транспорта и часы доставки.

При составлении графиков учитывают размещение розничной торговой сети, объем завозимых товаров и переодичность их завоза, особенности эксплуатации используемого транспорта. Их согласовывают с товарополучателями.

Графики завоза товаров тесно связаны с маршрутами централизованной доставки товаров, разрабатываемыми оптовыми базами. Их составление предусматривает более эффективное использование грузоподъемности транспортных средств и кратчайшие пути доставки товаров. Они бывают линейные и кольцевые.

Линейные маршруты используют для доставки товаров за один рейс в один магазин. По кольцевым маршрутам товары завозятся одним рейсом на несколько розничных торговых предприятий.

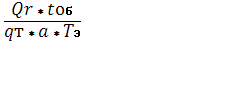
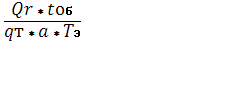
Маршруты доставки товаров разрабатывают с учетом территориального размещения сети розничных торговых предприятий. С этой целью составляют карту-схему размещения обслуживаемых оптовой базы розничных торговых предприятий и по ней определяют возможные транспортные связи между несколькими населенными пунктами, в которых расположены предприятия розничной торговли. При этом сначала составляют линейные маршруты, а затем формируют кольцевые. Маршруты составляются с учетом обеспечения оптимальных показателей работы транспортных средств.[11]

Оптовые базы, осуществляющие централизованную доставку товаров в розничную торговую сеть, должны правильно определять потребность в транспортных средствах и многооборотной инвентарной таре.

В основу расчетов потребности в транспортных средствах должны быть положены данные об объемах заявок розничных торговых предприятий, грузоподъемности транспортных средств и среднем количестве рейсов. Потребность в транспортных средствах должна отвечать требованиям безусловного выполнения разработанных оптовой базой графиков и маршрутов централизованной доставки товаров в розничную торговую сеть.

Для определения потребности в отдельных видах инвентарной многообразной тары может быть использована следующая формула

Qит = , (2)



Где Qит – потребное количество инвентарной многообразной тары;

Qr – количество подлежащего доставке груза, т;

tоб – время оборота единицы тары, дни;

qт – грузовместимость тары, т;

а – коэффициент использования грузовместимости тары;

Тэ – время эксплуатации тары в планируемом периоде (с учетом времени нахождения тары в ремонте), дни.

В системе мероприятий, направленных на обеспечение рациональной организации централизованного товароснабжения розничной торговой сети, важная роль принадлежит разработке технологических схем товароснабжения, основанных на применении взаимосвязанных транспортных систем. Так, все более широкое применение находят технологические схемы процесса товародвижения с использованием тары-оборудования. Они предусматривают выполнение следующих основных операций:

- комплектование ассортимента товаров для каждого магазина и укладка их в контейнер;

- зачехление и пломбирование контейнера;

- доставка и передача опломбированных контейнеров и сопроводительных документов в экспедицию оптовой базы;

- группировка контейнеров по принятым маршрутам;

- оформление передачи загруженных контейнеров водителям транспортных средств;

- погрузка и крепление контейнеров в кузове транспортного средства;

- доставка контейнеров с товарами на розничное торговое предприятие;

- выгрузка контейнеров и перемещение их в зону приемки, хранения или в торговый зал магазина;

- оформление сдачи-приемки контейнеров с товарами;

- прием, погрузка и доставка на базу порожних контейнеров.[12]

Внедрение товароснабжения по этой схеме требует соответствующей подготовленности как оптовых предприятий, так и магазинов. В частности, оптовые базы должны располагать необходимым парком колесных контейнеров. Маршруты, в которые включены магазины, снабжаемые по технологической схеме с использованием тары-оборудования, должны обслуживаться автомобилями. Оснащенными борт-подъемниками. Соответствующим образом должны быть оборудованы места для приемки грузов в магазинах.

В последние годы многое сделано для внедрения тары-оборудования для доставки хлеба и хлебобулочных плодоовощной продукции, бакалейных и других товаров.

Для внедрения передовой технологии транспортирования, хранения и продажи товаров с применением тары-оборудования создаются опорные комплексы на базе предприятий-поставщиков и розничных торговых предприятий. Они создаются по следующим схемам: «оптовая торговая база – торговый зал магазина», «хлебзавод – торговый зал магазина», «овощекартофелехранилище – торговый зал магазина» и «промышленное предприятие – торговый зал магазина».

Использование контейнерной доставки товаров в магазины позволяет существенно сократить численность работников, занятых переноской и перемещением товаров на предприятиях оптовой и розничной торговли, упрощает организацию товароснабжения магазинов и в значительной степени облегчает внутримагазинное перемещение товаров, создает условия для более эффективной эксплуатации автотранспорта и торговой площади магазинов.

Наряду с тарой-оборудованием для доставки товаров в розничную торговую сеть используют специальную многооборотную ящичную и текстильную тару. При этом технологическая схема процесса товароснабжения будет отличаться от приведенной выше.[14]

Для упрощения управления процессом товароснабжения могут быть использованы технологические карты, которые представляют собой детальную разработку важнейших составных элементов централизованной доставки товаров в розничную торговую сеть. В них указывают не только день и время доставки товаров в магазин, но и ноиер автомашины, обслуживающей маршрут, фамилия водителя, размер партии товара и другие данные.

Успешное функционирование системы товароснабжения розничной торговой сети требует оперативного сбора, обобщения и передачи коммерческим службам информации о состоянии торговли отдельными товарами на каждом розничном торговом предприятии. Оперативное управление товароснабжением розничной торговой сети возлагается на диспетчерскую службу. Диспетчерская служба обеспечивает постоянную связь с розничной торговой сетью и оптовыми базами, осуществляющими товароснабжение. Она занимается сбором и обобщением информации, поступившей от магазинов, и оперативно передает ее коммерческой службе оптовой базы для принятия необходимого решения о завозе товаров.[13]

2.**ОРГАНИЗАЦИОННО-ХОЗЯЙСТВЕННАЯ**

**ХАРАКТЕРИСТИКА ЛИВЕНСКОГО РАЙПО**

* 1. **Организационное построение и характеристика основных внутренних подразделений Ливенского РАЙПО**

Ливенское районное потребительское общество райпо  
зарегистрированное администрацией Ливенского района постановлением №122 от 06 июня 1995 года принимает Устав в соответствии с Законом РФ «О потребительской кооперации (потребительских обществах, их союзах) в Российской Федерации» в новой редакции.

Ливенское потребительское общество (далее по тексту) общество - юридическое лицо, являющееся некоммерческой организацией, имеющей самостоятельный баланс, расчетные и иные счета в банках, печать и другие реквизиты.

Граждане и юридические лица, внесшие вступительный и паевой взнос и принятые в общество, являются пайщиками.

Полное наименование общества - Ливенское районное потребительское общество. Сокращенное наименование общества - Ливенское РАИПО,

Местонахождение и почтовый адрес: 303850 г.Ливны Орловской области ул.Дружбы Народов, 122.

Целью общества является удостоверение материальных и иных потребностей пайщиков.

Для выполнения указанной цели общество осуществляет

-оптовую, розничную торговлю, в том числе путем создания торговых баз, магазинов, коммерческих центров, ларьков, киосков;

-производство и реализацию продукции научного, промышленного, культурно-оздоровительного, сельскохозяйственного назначения, продовольственных, промышленных товаров;

-заготовительную деятельность, в том числе сбор и реализацию сырья из дикорастущих лекарственных растений (кроме занесенных в Красную книгу России);

-хранение нефти и продуктов ее переработки;

-перевозочную, транспортно-экспедиционную и другую деятельность, связанную с осуществлением транспортного процесса на морском, внутреннем водном транспорте;

-пассажирские и грузовые перевозки автомобильным транспортом; -транспортные и транспортно-экспедиционные услуги; -лизинговую деятельность; -строительную деятельность; -юридические услуги;

-производство отдельных видов строительных материалов, конструкций и изделий по перечню, утвержденному Правительством Российской Федерации;

-образовательную деятельность в области средне-специального, высшего, послевузовского профессионального и соответствующего дополнительного образования, в том числе дополнительного к полному среднему;

-туристическую деятельность, гостиничный бизнес: -скупку у населения ювелирных и других бытовых изделий из драгоценных материалов и драгоценных камней и лома таких изделий;

-реализацию изделий из драгоценных металлов и драгоценных камней;

-промышленное, товарное рыболовство и рыбоводство; -деятельность по страхованию имущества, физических лиц, ответственности;

-производство, розлив, хранение на предприятиях и оптовую реализацию этилового спирта, изготовленного из всех видов сырья;

-производство, розлив, хранение на предприятиях и оптовую реализацию готовой алкогольной продукции, виноматериалов и полуфабрикатов этой продукции;

-организацию биржевой торговли на товарных биржах; -медицинскую деятельность; -фармацевтическую деятельность; -деятельность ломбардов;

-эксплуатацию инженерных систем городов и населенных пунктов;

-деятельность по оказанию ритуальных услуг; -организацию и проведение местных лотерей;

-оказание услуг в содействии занятости граждан негосударственными организациями (при наличии заключения органов Федеральной службы занятости России);

-публичный показ кино и видеофильмов:

-ветеринарную деятельность;

-деятельность по содержанию и эксплуатации нефтебаз (кроме входящих в топливно-энергетический комплекс России) и автозаправочных станций, в том числе передвижных;

-проектно-изыскательские работы, связанные с использованием земель;

-организацию спортивного и любительского лова и добычи ценных видов рыб, водных животных и растений;

-строительство, реконструкцию, ремонт, содержание

автомобильных дорог и дорожных сооружений (кроме федеральных);

-розничную торговлю грузовыми автомобилями и специальными транспортными средствами, автобусами;

* прокат бытовых изделий и предметов личного пользования;
* предоставление услуг парикмахерскими и салонами красоты;

- предоставление секретарских, редакторских услуг и услуг по  
переводу;

-ведение секретного делопроизводства, выполнение мероприятий по мобилизационной подготовке, гражданской обороне, предупреждению и ликвидации чрезвычайных ситуаций;

* аренда грузового автомобильного транспорта с водителем;
* сдача в наем недвижимого собственного имущества;
* арендную деятельность, т.е. заключать договора аренды как в качестве Арендодателя, так и в качестве Арендатора.

Эффективность хозяйственной деятельности предприятия во многом определяется организацией подразделений, необходимых для более полного и точного выполнения целей, поставленных перед предприятием. Они должны быть функциональными, специализированными и интегрированными в общую работу. На предприятии Ливенское РАЙПО была создана определенная организационная структура для достижения, поставленных перед данным предприятием целей. Данная структура представлена на рисунке 1.

Председатель

Торговый отдел

Отдел кадров

Бухгалтерия

Юридическая служба

Технический отдел

Рисунок 1-Организационная структура торгового предприятия Ливенского РАЙПО

Председатель является головным органом данного торгового предприятия ,в его обязанности входит заключение договоров и контрактов, принятие работников на различные должности и их увольнение , переводит работников с одной должности на другую, осуществление надлежащего руководства за деятельностью общества. Он имеет право основной подписи финансовых документов; руководит имуществом общества для дальнейшего развития деятельности в пределах, установленных уставом и договором; представляет интересы общества; исполняет другие функции, необходимые для достижения поставленных целей и достижения достойных результатов деятельности общества.

Главный бухгалтер непосредственно находиться в подчинении руководителя и исполняет его распоряжения. В ведении главного бухгалтера находиться организацию бухгалтерского учета хозяйственно-финансовой деятельности предприятия и контроль за использованием различных видов ресурсов: материальных, трудовых и финансовых и т.д. Он также ведет учет по заработной плате с работниками предприятия, начисляет и перечисляет платежи в бюджет и внебюджетные фонды; участвует в проведении экономического анализа хозяйственно-финансовой деятельности по данным бухгалтерского учета и отчетности в целях выявления внутрихозяйственных резервов; составляет бухгалтерскую отчетность на основе данных первичных документов; несет ответственность за выполнение возложенных на него обязанностей в соответствии с законодательством.

Начальник отдела кадров занимается вопросами подбора персонала, помогает руководителю решать вопросы по назначению, повышении квалификации работников предприятий Ливенского РАЙПО.

На данном предприятии представлена линейно-функциональная организационная структура. Все полномочия идут от высшего звена к низшему, обмен информацией осуществляется в двух направлениях (снизу вверх и сверху вниз), линейное управление подкрепляется функциональными службами.

К преимуществам данной структуры относят: единство и четкость распорядительства; согласованность действий исполнителей; повышение ответственности руководителя за результаты деятельности возглавляемого им предприятия; высокую компетентность специалистов, отвечающих за выполнение определенных функций; личную ответственность руководителя за результаты своей деятельности.

Недостатки состоят в следующем:

- высокие требования к руководителю, который должен иметь  
обширные и разносторонние знания и опыт;

- большая перегрузка информацией, огромный поток бумаг,  
множественность контактов с вышестоящими и смежными организациями;

- неполнота и неточность информации, также можно сказать о несвоевременности получения информации.

Функционирование структуры управления предприятием, ее эффективность характеризуется конечными результатами деятельности. Оптимальные отношения «начальник - подчиненный» способствуют четкому выполнению указаний, распоряжений и приказов, что в свою очередь определяет рост товарооборота, снижение издержек и повышение прибыли предприятия, и соответственно завоевание прочной позиции на рынке.

В целом можно сказать, что данная организационная структура позволяет более точно выполнять цели, поставленные перед Ливенским РАЙПО, соответствовать миссии и стратегии, выработанной фирмой.

**2.2 Анализ финансово экономического состояния Ливенского РАЙПО**

Для проведения данного анализа необходимо рассмотреть основные финансово-экономические показатели деятельности предприятия Ливенское РАЙПО, которые представлены в Приложение А

Выручка от продажи товаров в 2007 году составила 99635 тысяч рублей, а в 2008 году она составила 129445 тысяч рублей. Данный показатель в 2008 году увеличился из-за роста объема продаж.

Валовая прибыль представляет собой часть стоимости товара, которая предназначается для покрытия издержек обращения и образования прибыли предприятия. Валовая прибыль рассчитывается как выручка от реализации за вычетом себестоимости. Данный показатель Ливенского РАЙПО в 2008 году возрос по сравнению с 2007 годом и составил в 2008 году 22951,54 тысяч рублей. Это произошло из-за увеличения выручки от продаж и себестоимости проданных товаров.

Для Ливенского РАЙПО коммерческие и управленческие расходы в фактических ценах в 2007 году составили 19051 тысяч рублей, а в 2008 году они значительно увеличились и приняли значение 22748,90 тысяч рублей.

Прибыль от реализации – главный показателей финансово-хозяйственной деятельности предприятия. Прибыль от реализации в 2007 году составила 1262 тысяч рублей, а в 2008 году – 202,64 тысяч рублей. Из этого следует, что прибыль уменьшилась на 1059,36 тысяч рублей. Данный показатель сократился за счет роста цен на товары.

Прибыль – это не только конечный финансовый результат, но и показатель эффективности деятельности предприятия, а также является основным источником его развития. Прибыль до налогообложения в 2007 году составила 287 тысяч рублей, а в 2008 году -704,85 тысяч рублей. Данный показатель снизился по сравнению с 2007 годом на 417,85 тысяч рублей. Это свидетельствует об уменьшении балансовой прибыли. Такой рост данного показателя в этом случае произошел из-за увеличение коммерческих и управленческих расходов. В большей степени повлияло увеличение внереализационных доходов.

Чистая прибыль в фактических ценах в 2007 году составила 207 тысяч рублей, а в 2008 году - 1137,44 тысяч рублей. Выручка от реализации предприятия увеличился в 2008 году по сравнению с 2007 годом на 14413,46 тысяч рублей.

В 2008 году фондоотдача увеличилась на 1,02 руб. по сравнению с 2007 годом. Рост фондоотдачи оказывает положительное значение на выручку от реализации и приводит к ее увеличению.

Фондовооруженность показывает, количество основных фондов приходящихся на одного работника. Фондовооруженность Ливенского РАЙПО возросла с 664,23 тысяч рублей на человека в 2007 году до 760,32 тысяч рублей на человека в 2008 году, то есть на 96,09 тысяч рублей на человека. Повышение фондовооруженности не способствует росту производительности труда и оказывает отрицательное влияние на деятельность предприятия.

Для осуществления производственной деятельности анализируемое предприятие располагает всеми необходимыми ресурсами. Приложение Б

Среднемесячная выручка в 2007 году составила 8302,92 тысяч рублей, а в 2008году возросла и стала равной 10787,08 тысяч рублей. Это свидетельствует о повышении объемов продаж

Доля денежных средств в выручке в 2008году по сравнению с 2007 не изменилась и составила 1- т.к. все расчеты осуществляются с помощью наличных денежных средств.

В 2008 году степень платежеспособности находиться на уровне 2,15.В 2007 году данный показатель составил 2,42.Снижение степени платежеспособности 2008 года произошло под влиянием резкого спада валовой прибыли.

Коэффициент задолженности по кредитам банков и займов и коэффициент задолженности другим организациям в 2008 году сократились и составили соответственно 0,41и 1,47.Следовательно, на данном предприятии собственных денежных средств достаточно, для того чтобы оплатить все расходы и не привлекать заемные денежные средства.  
В отличие от предыдущего показателя, коэффициент внутреннего долга, наоборот, в 2008 увеличился и составил 0,23,в свою очередь данный показатель в 2007 году оставался на уровне 0,19 .Вероятно предприятию в 2008 году пришлось в больших количествах прибегнуть к займам и кредитам государственных систем, чем в 2007 году.

Коэффициент финансовой устойчивости в 2007 году был равным 0,32. В 2008 году этот же показатель составил 0,27.Данный показатель в 2007 году и в 2008 году не превышал допустимого уровня в 0,6.Следовательно, предприятие занимает устойчивое положение на рынке.

Коэффициент покрытия текущих обязательств оборотными активами в 2007 году остановился на уровне 0,87, а в 2009 году-0,92.Не смотря на то, что показатель 2008 года увеличился, но он не превысил допустимой нормы равной 2.У данного предприятия хватает оборотных активов для погашения текущих обязательств.

Собственный капитал в обороте в 2008 году составил – 4109,а в 2007 году данный показатель был равным- 4063.Собственный капитал в обороте в 2008 году снизился, но у предприятия, как и в 2007 году по-прежнему нет в наличии необходимого капитала.

Коэффициент автономии финансовой независимости в 2007 и в 2008 годах находился в пределах от 0,5 до 0,7 и составил соответственно 0,29 и 0,25. Следовательно, данное предприятие занимает достаточно прочные позиции, не смотря на то, что приходиться прибегать к займам и кредитам, поэтому происходит увеличение коэффициента финансовой зависимости с 0,71 в 2007 году до 0,75 в 2008году.

Снижение коэффициента обеспеченности собственными оборотными средствами в 2008 году по сравнению с 2007годом с 1,93 до 1,77отрицательно сказывается на дальнейшем развитии предприятия, т.к это приведет к займам капитала и увеличения задолженности перед другими организациями и следовательно увеличивается коэффициент оборотных средств в расчетах с 0,20 в 2007году до 0,25 в 2008году.

Рентабельность оборотного капитала в 2007 году составила -0.08,а в 2008 году стала равной – 0,01.данный показатель увеличился за счет увеличения выручки и снижения среднегодовой стоимости оборотного капитала.

## 3.АНАЛИЗ ТОВАРОСНАБЖЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ ЛИВЕНСКОЕ РАЙПО

## 3.1 Организация товароснабжения магазина №30

## Ливенского РАЙПО

Специализация магазинов способствует облегчению труда торговых работников и росту его производительности, более эффективному использованию материально-технической базы торговли и оказывает положительное влияние на качество обслуживания покупателей.

Магазин №30 предприятия Ливенское РАЙПО можно отнести к универсальному магазину, так как в нем реализуется универсальный ассортимент продовольственных и непродовольственных товаров.

Данный магазин имеет смешанный ассортимент, который представляет собой набор товаров разных групп, видов, наименований, отличающихся большим разнообразием функционального назначения. Большую долю в структуре ассортимента занимают продовольственные товары (более 70 %). В продаже находятся в основном товары повседневного спроса (наиболее часто и даже ежедневно приобретаемые населением) и периодического спроса (покупка которых осуществляется периодически). Ассортимент товаров очень широкий и глубокий в пределах отдельных наименований продукции.

Формирование ассортимента товаров в данном магазине имеет свою специфику и зависит от ряда факторов. На построение ассортимента оказывают влияние следующие факторы: размер магазина, его техническая оснащенность; условия товароснабжения, наличие постоянных поставщиков; численность обслуживаемого населения.

Организация хозяйственных связей торгового магазина №30 предприятия Ливенского РАЙПО с поставщиками товаров должна обеспечивать полноту и устойчивость ассортимента, удовлетворения спроса населения, а также хорошие финансово-экономические показатели деятельности торговли.

Инструментом, с помощью которого осуществляется регулирование ассортимента товаров в магазине №30 Ливенского РАЙПО, является ассортиментный перечень. В него включается перечень наименований товаров, соответствующий установленной широте ассортимента, и минимально необходимое количество разновидностей товаров, которые должны быть постоянно продаже (таблица 2).

Таблица 2 - Ассортиментный перечень магазина №30 предприятия Ливенского РАЙПО

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| №  п/п | Наименование продукции | Ассортимент |
| 1 | Алкогольная продукция | не менее 200 наим. |
| 2 | Табачные изделия | не менее 60наим. |
| 3 | Пиво | не менее 70наим. |
| 4 | Соки, сиропы, концентраты | не менее 50наим. |
| 5 | Минеральная вода, питьевая вода | не менее 15 наим. |
| 6 | Газированные напитки | не менее 30наим. |
| 7 | Консервы | не менее 75наим. |
| 8 | Замороженные товары | не менее 70наим. |
| 9 | Рыбная продукция г/к, х/к, вяленая | не менее 25 наим. |
| 10 | Молочные продукты | не менее 30 наим. |
| 11 | Хлебобулочные изделия | не менее 40наим. |
| 12 | Чай | не менее 40 наим. |
| 13 | Кофе, какао | не менее 15 наим. |
| 14 | Кондитерские изделия | не менее 100 наим. |
| 15 | Готовая выпечка | не менее 40 наим. |
| 16 | Детское питание | не менее 20 наим. |
| Продолжение таблицы 2 | | |
| 17 | Диабетические, диетические продукты | не менее 60 наим. |
| 18 | Яйцо | не менее 8 наим. |
| 19 | Сухофрукты, орехи, сухие грибы | не менее 50 наим. |
| 20 | Бумажные изделия, туалетная бумага | не менее 60наим. |
| 21 | Бытовая химия | не менее 80наим. |
| 22 | Электроприборы | не менее 30наим. |
| 23 | Тара | не менее 100 наим. |
| 24 | Промышленные товары | не менее 30наим. |
| 25 | Единичные товары | не менее 4 наим. |
| 26 | Икра | не менее 10 наим. |
| 27 | Соления, салаты из морепродуктов | не менее 40наим. |
| 28 | Продукция производства | не менее 60 наим. |
| 29 | Расходные материалы | не менее 20 наим. |
| 30 | Фрукты, овощи, ягоды | не менее 30 наим. |

В настоящее время состав поставщиков магазина является относительно постоянным. Сотрудничество ведется в основном с крупными оптовыми организациями, которые работают на ливенском рынке не один год. При выборе поставщиков главным образом специалисты ориентируются на качество поставляемой продукции, на уровень цен, на условия поставки. Согласно договору товары поставляются в магазин по заявкам, в которых указывается наименование товара, его количество. Заявка заверяется подписью предпринимателя и печатью. Если поставщик по каким-либо причинам не может выполнить частично или полностью заказ, то он обязан об этом оповестить предпринимателя, который делал заявку. Поставщики обязаны доставлять товар своим транспортом и за свой счет. Поставка должна сопровождаться всеми необходимыми документами. Право собственности на товар переходит к магазину в момент подписания сторонами накладной.

Почти вся продукция требует особых условий хранения и транспортирования. Часть продукции имеет ограниченные сроки хранения и относится к скоропортящейся, поэтому ее поставляют ежедневно.

Критерии определения количества заказываемого товара:

- необходимость пополнения продукции для удовлетворения покупательского спроса

- сроки и частота поставки

- срок годности

- средняя продажа в день

- место, занимаемое в торговом зале (на полке, расширенная выкладка, дополнительная выкладка)

- наличие места на складе

- проведение дополнительных мероприятий по продвижению товара

- форма оплаты (предоплата, консигнация, оплата по реализации)

Основными поставщиками данных групп товаров являются ливенские фирмы-производители и оптовые фирмы, представленные в таблице 3.

Доля разных поставщиков в общем объеме поставок различна. Из таблицы 3 видно, что наибольшее количество товаров в магазин №30 предприятия Ливенское РАЙПО поставляют ИП Байда, ООО «Винком», ООО «Межрайбаза».

Таблица 3 - Поставщики магазина № 30 предприятия Ливенское РАЙПО

| № | Наименование поставщика | Ассортимент | Кол-во |
| --- | --- | --- | --- |
| 1  1 | ИП Байда В.И. | Майонез  Кетчуп  Рыбные консервы  Масло растительное  Уксус | 38  15  30  24  3 |
| 2  2 | ООО «Винком» | Замороженные овощи  Замороженные фрукты  Соусы  Хрен  Мясные консервы  Птица весовая  Мороженое  Пельмени  Вареники  Блинчики | 68  14  45  2  26  34  125  37  14  34 |
| к  3 | ООО «Межрайбаза» | Кетчупы  Соусы  Уксус  Мясные консервы  П/ф из птицы  Масло растительное | 61  49  3  47  7  13 |
| 44 | ООО «Общепит» | Рыба мороженая  Рыба охлажденная | 6  8 |

Таким образом, предприятию «Ливенское РАЙПО» необходимо сократить долю поставщиков, оставив самых крупных из них.На данном предприятии действует свыше 150 поставщиков, что не позволяет сократить издержки на обеспечение товарами. Основными поставщиками «Ливенского РАЙПО являются: ИП БАЙДА В.И, ООО «Винком»,ООО «Межрайбаза», ООО «Катран»,ООО «Мир вина»,ОАО «Этанол»,ООО«Продторг», ПО Коопцентр. Массовую поставку обеспечивают первые четыре, наглядно это представлено на рисунке 2.

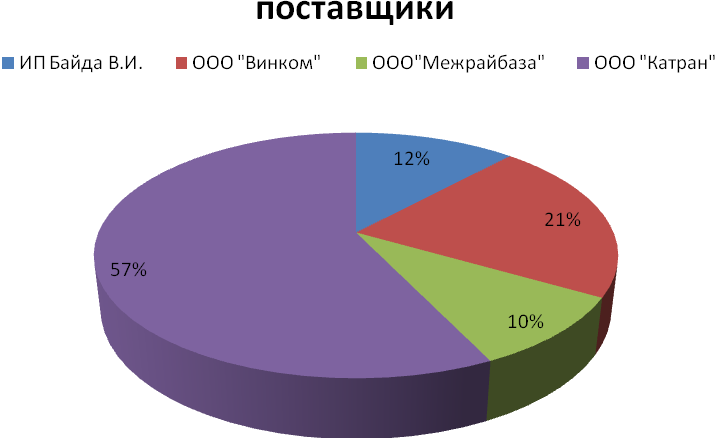


Рисунок 2- Долевое соотношение поставщиков Магазина №30 предприятия Ливенское РАЙПО.

**3.2 Мероприятия по совершенствованию**

**товароснабжения предприятия Ливенское РАЙПО**

При организации хозяйственных связей большое значение имеет правильный выбор поставщика – это является основным мероприятием по совершенствованию процесса товароснабжения. Выбор поставщика предприятием Ливенское РАЙПО осуществляется в том случае, когда нет монополизма среди поставщиков. Правильный выбор поставщика в условиях рынка – дело весьма сложное, и ошибка здесь может дорого стоить предприятию Ливенское РАЙПО. При прочих равных условиях предпочтительнее воспользоваться услугами местных поставщиков. Выбор поставщиков необходимо начать с анализа материальных потребностей предприятия и возможностей удовлетворить их на рынке. После изучения рынка нужно составить спецификации на необходимые виды материальных ресурсов. Спецификация должна включать наименование и характеристику товаров, требования к ним.

В спецификацию должны быть включены все характеристики и стандарты требуемого товара. После подготовки спецификации составляется список возможных поставщиков для каждого вида продукции. Какое число поставщиков должно участвовать в выполнении заказа на каждый товар, зависит от назначения товара, конъюнктуры рынка и от количества требуемого товара. Эти вопросы решает отдел материально- технического обеспечения предприятия Ливенское РАЙПО. Если предприятие закупает продукцию у одного поставщика, то можно наладить тесные деловые контакты и установить взаимовыгодные формы деловых торговых отношений, связанных с предоставлением потребителям скидок с цены и дополнительными формами обслуживания. Источником информации для составления списка поставщиков является изучение рынка товаров и услуг. Когда поставщиков немного (два, три), критериями выбора наиболее подходящего из них служит сравнительные производственные мощности, цены на закупаемые товары, надежность поставщиков. Выбирается поставщик, в наиболее полной степени соответствующий названным критериям.

Когда поставщиков много, то выбор наиболее подходящего целесообразно проверять в два этапа. На первом этапе производиться предварительный отбор поставщиков. Критерии выбора представлены в таблице 4.

Таблица 4 - Критерии предварительного выбора поставщика

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| №  п/п | Критерии выбора | Поставщик | | | | |
| ООО «Межрайбаза» | ООО «Винком» | ПО «Кооператор» | ООО «Этель торг» | ООО «Триумф» |
| 1 | Комплектность поставки | 5 | 4 | 3 | 4 | 2 |
| 2 | Удаленности поставщика | 4 | 5 | 3 | 2 | 3 |
| 3 | Форма расчетов | 5 | 3 | 4 | 3 | 3 |
| 4 | Качество продукции (по сертификации) | 5 | 3 | 5 | 4 | 4 |
| 5 | Цена единицы продукции | 5 | 4 | 4 | 5 | 3 |
| 6 | Упаковка | 5 | 4 | 5 | 3 | 3 |
| 7 | Размер партии | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 |
| 8 | Итого | 34 | 27 | 27 | 25 | 21 |
| 9 | Среднее значение | 4,86 | 3,86 | 3,86 | 3,57 | 3 |

После анализа поставщиков часть из них, не соответствующая требованиям предприятия Ливенское РАЙПО, исключается из таблицы. Поставщики ООО «Этель торг» и ООО «Триумф» не устраивают предприятие Ливенское РАЙПО, т.к. их бальная оценка была наимешьшей.

На втором этапе используется более расширенный перечень критериев выбора поставщиков (таблица 5.)

Таблица 5 - Критерии окончательного выбора поставщика

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| №  п/п | Критерий выбора | Поставщик | | |
| ООО «Межрайбаза» | ООО «Винком» | ПО Кооператор |
| 1 | Финансовые условия | 5 | 4 | 4 |
| 2 | Время поставки | 4 | 5 | 5 |
| 3 | Переодичность поставки | 4 | 5 | 5 |
| 4 | Наличие сервесного обслуживания после поставки | 5 | 4 | 5 |
| 5 | Коммуникационные условия | 4 | 5 | 5 |
| 6 | Складские условия поставки | 5 | 4 | 5 |
| 7 | Другие критерии | 5 | 4 | 3 |
| 8 | Итого | 32 | 31 | 32 |
| 9 | Среднее значение | 4,57 | 4,43 | 4,57 |

Критериями выбора поставщика могут быть дополнены и другими специфическими для конкретного предприятия-потребителя критериями. Целесообразно заполнить таблицы 6 и 7, проставляя баллы каждому поставщику по каждому критерию. При этом балл «5» означает «отлично» , «4» - «очень хорошо» , «3» - «хорошо» , «2» -0 «удовлетворительно» , «1» - «малоприемлемо» , «0» - «неприемлемо». Сложив все оценки по критериям, можно вывести среднее значение оценки. Предпочтение должно отдаваться тем поставщикам, которые имеют наибольшее среднее значение оценки.

По итогам таблицы 5 наибольшее предпочтение отдается двум поставщикам ,т.к. они набрали самые высокие значения по критериям оценки. К данным поставщикам относятся: ООО «Межрайбаза» и ПО кооператор.

Более тщательный выбор поставщика предприятия Ливенское РАЙПО может быть достигнут при его посещении. При этом необходимо выяснить следующие вопросы

- качество продукции (соответствует ли качество продукции поставщика спецификации потребителя);

- возможные финансовые льготы;

- возможна ли модернизация продукции;

- достаточно ли хорошо упаковка предохраняет закупаемую продукцию, экологична ли она;

- контролирует ли поставщик качество продукции на каждом этапе производства, какие методы контроля качества он применяет.

**ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

По результатам данной курсовой работы было выявлено, что предприятие Ливенское РАЙПО работает достаточно продуктивно, но для улучшения своей деятельности и повышения прибыли и рентабельности продаж необходимо учесть следующие мероприятия:

- прибыль до налогообложения в 2007 году составила 287 тысяч рублей, а в 2008 году -704,85 тысяч рублей. Данный показатель снизился по сравнению с 2007 годом на 417,85 тысяч рублей. Это свидетельствует об уменьшении балансовой прибыли. Такой рост данного показателя в этом случае произошел из-за увеличение коммерческих и управленческих расходов. В большей степени повлияло увеличение внереализационных доходов. В данном случае необходимо провести анализ основных статей расходов и по возможности снизить некоторые расходы;

- фондовооруженность Ливенского РАЙПО возросла с 664,23 тысяч рублей на человека в 2007 году до 760,32 тысяч рублей на человека в 2008 году, то есть на 96,09 тысяч рублей на человека. Повышение фондовооруженности не способствует росту производительности труда и оказывает отрицательное влияние на деятельность предприятия. Следовательно, нужно более точно проанализировать показатели производительности труда и найти рациональное решение данного вопроса;

- В 2008 году степень платежеспособности находиться на уровне 2,15.В 2007 году данный показатель составил 2,42.Снижение степени платежеспособности 2008 года произошло под влиянием резкого спада валовой прибыли. Значит нужно снизить себестоимость продукции, повышение которой отрицательно влияет на валовую прибыль;

- коэффициент задолженности по кредитам банков и займов и коэффициент задолженности другим организациям в 2008 году сократились и составили соответственно 0,41и 1,47.Следовательно, на данном предприятии собственных денежных средств достаточно, для того чтобы оплатить все расходы и не привлекать заемные денежные средства.  
В отличие от предыдущего показателя, коэффициент внутреннего долга, наоборот, в 2008 увеличился и составил 0,23,в свою очередь данный показатель в 2007 году оставался на уровне 0,19 .Вероятно предприятию в 2008 году пришлось в больших количествах прибегнуть к займам и кредитам государственных систем, чем в 2007 году. Здесь также необходимо провести мероприятия по снижению задолженности предприятия Ливенское РАЙПО;

- собственный капитал в обороте в 2008 году составил – 4109,а в 2007 году данный показатель был равным- 4063.Собственный капитал в обороте в 2008 году снизился, но у предприятия, как и в 2007 году по-прежнему нет в наличии необходимого капитала. По возможности доступными способами увеличить собственный капитал предприятия;

- кооэффициент автономии финансовой независимости в 2007 и в 2008 годах находился в пределах от 0,5 до 0,7 и составил соответственно 0,29 и 0,25. Следовательно, данное предприятие занимает достаточно прочные позиции, не смотря на то, что приходиться прибегать к займам и кредитам, поэтому происходит увеличение коэффициента финансовой зависимости с 0,71 в 2007 году до 0,75 в 2008году. Провести анализ собственных средств предприятия Ливенское РАЙПО;

- снижение коэффициента обеспеченности собственными оборотными средствами в 2008 году по сравнению с 2007годом с 1,93 до 1,77отрицательно сказывается на дальнейшем развитии предприятия, т.к это приведет к займам капитала и увеличения задолженности перед другими организациями и следовательно увеличивается коэффициент оборотных средств в расчетах с 0,20 в 2007году до 0,25 в 2008году.Прибегнуть к мероприятиям по снижению задолженности.

Кроме того предприятию Ливенское РАЙПО необходимо провести анализ поставщиков, а именно необходимо сократить долю поставщиков, оставив самых крупных из них. На данном предприятии действует свыше 150 поставщиков, что не позволяет сократить издержки на обеспечение товарами. Основными поставщиками «Ливенского РАЙПО являются: ИП БАЙДА В.И, ООО «Винком»,ООО «Межрайбаза», ООО «Катран»,ООО «Мир вина»,ОАО «Этанол»,ООО«Продторг», ПО Коопцентр. Массовую поставку обеспечивают первые четыре.

Если предприятием Ливенское РАЙПО будут учтены все выше изложенные мероприятия, то по окончании 2009 года оно займет лидирующее положение не только в Ливенском районе, но и по всей Орловской области.

**СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ**

1. Беликова, Т.Н. Все об учете и отчетности индивидуального предпринимателя / Т.Н. Беликова. – СПб.: Питер, 2006. – 176 с.
2. Белов, Г.В., Информационные технологии предпринимательства: учебное пособие / Г.В. Белов. – М.:. Академкнига, 2005. – 432 с.
3. Белозерцев, Л.В. Оптовая торговля: маркетинг и коммерция : учеб. пособие. – М.: Экономика, 1990. – 198 с.
4. Белявский, И.К. Маркетинговое исследование: информация, анализ, прогноз : учебное пособие / И.К. Белявский. – М.: Финансы и статистика, 2001. – 320 с.
5. Берман, Барри, Эванс, Джоэл, Р. Розничная торговля: стратегический подход / 8-е изд., пер. с англ. Т.В. Клекоты. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2003. – 1184 с.:ил.
6. Годин, А.М. Маркетинг : учебник / А.М. Годин. – М.: Дашков и Ко, 2003. – 604 с.
7. Голиков, Е.А. Оптовая торговля. Менеджмент. Маркетинг. Логистика. Финансы. Безопасность : учебно-практическое пособие / Е.А. Голиков. – М.: Издательство «Экзамен», 2003. – 352 с.
8. Голиков, Е.А. Оптовая торговля. Менеджмент. Маркетинг. Логистика. Финансы. Безопасность : учебно-практич. пособие/ Е.А. Голиков. – М.: издательство «Экзамен», 2004. – 272 с.
9. Дашков, Л.П. Организация и правовое обеспечение бизнеса в России: коммерция и технология торговли / Л.П. Дашков, В.К. Памбухчиянц. – 2-е изд. – М.: Дашков и К, 2006. – 520 с.
10. Карданская, Н.Л. Управленческие решения : учебник / Н.Л. Карданская. – Изд. 2-е, перераб. И доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА: Единство, 2003. – 416 с.
11. Книга директора магазина / Владислав Горлов [и др.]; под ред. С.В. Сысоевой. – СПб.: Питер, 2005. – 384 с.: ил.
12. Крылова Г.Д. Маркетинг. Теория и практика : учебник / Г.Д. Крылова, М.И. Соколова. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2004. – 655 с.
13. Крюков, А.Ф. Управление маркетингом: учебное пособие / А.Ф. Крюков. – М.: Кнорус, 2005. – 368 с.
14. Организация коммерческой деятельности : учеб. пособие/ Л.А. Брагин [и др.]; под ред. Л.А. Брагина. – М.: Издательский центр «Академия», 2003. – 176 с.
15. Памбухчиянц, О.В. Технология розничной торговли: учебник / О.В. Памбухчиянц. – 4-е перераб. и доп. – М.: Дашков и К, 2005. – 288 с.
16. Попов Е.В. Продвижение товаров и услуг : учеб. пособие/ Е.В. Попов. – М.: Финансы и статистика, 2002. 320 с.: ил.

**ПРИЛОЖЕНИЕ А**

**АНАЛИЗ ОСНОВНЫХ ТЕХНИКО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ**

**ПОКАЗАТЕЛЕЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

**ЛИВЕНСКОЕ РАЙПО**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование показателя | Базовый период | Отчетный период | | Абсолютное отклонение | Относительное отклонение,% |
| В фактических ценах | В сопоставимых ценах |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| Выручка (нетто) от продажи товаров, работ, услуг | 99635 | 129445 | 114048,46 | 14413,46 | 114,47 |
| Себестоимость реализованных товаров, работ, услуг | 79322 | 103395 | 91096,92 | 11774,92 | 114,84 |
| Валовая прибыль | 20313 | 26050 | 22951,54 | 2638,54 | 112,99 |
| Расходы на продажу (издержки обращения) | 19051 | 25820 | 22748,90 | 3697,90 | 119,41 |
| Прибыль (убыток) от продаж | 1262 | 230 | 202,64 | -1059,36 | 16,06 |
| Уровень издержек обращения | 19,12 | 19,95 | 17,57418 | -1,55 | 91,91 |
| Прибыль (убыток)до налогообложения | 287 | -800 | 704,85 | 417,85 | -245,59 |
| Чистая прибыль (непокрытый убыток) отчетного периода | 207 | 1291 | 1137,44 | 930,44 | 549,49 |
| Среднегодовая стоимость имущества | 25952 | 29507 | 25997,36 | 45,36 | 100,17 |
| Среднегодовая стоимость основных средств | 11662 | 11921 | 10503,08 | -1158,92 | 90,06 |
| Среднегодовая стоимость оборотных средств | 14181,5 | 17558,5 | 15470,04 | 1288,54 | 109,09 |
| Среднесписочная численность персонала | 150 | 150 | 0 | -150,00 | 0,00 |
| В том числе торгово оперативного | 140 | 140 | 0 | -140,00 | 0,00 |
| Продолжение таблицы | | | | | |
| Фонд оплаты труда | 67,39 | 94,19 | 82,99 | 15,60 | 123,14 |
| Производительность труда | 711,68 | 924,61 | 814,63 | 102,95 | 114,47 |
| Среднемесячная заработная плата одного работника | 5,62 | 7,85 | 2,23 | -3,38 | 39,77 |
| Фрондоотдача | 8,54 | 10,86 | 9,57 | 1,02 | 111,98 |
| Фондоемкость | 0,12 | 0,09 | 0,08 | -0,04 | 69,32 |
| Фондовооруженность | 664,23 | 862,97 | 760,32 | 96,09 | 114,47 |
| Козффициент оборачиваемости оборотных средств (вчисле оборотов) | 7,03 | 7,37 | 6,50 | -0,53 | 92,45 |
| Коэффициент оборачиваемости оборотных средств (в днях) | 51,24 | 48,83 | 43,02 | -8,22 | 83,96 |
| Коэффициент загрузки средств в обороте | 0,14 | 0,14 | 0,12 | -0,02 | 83,96 |
| Относительное высвобождение оборотных средств (по сравнению с базовым периодом) |  | 865,99 | 762,99 |  |  |
| Индекс цен |  | 1,135 |  |  |  |

**ПРИЛОЖЕНИЕ Б**

**АНАЛИЗ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ**

**ЛИВЕНСКОЕ РАЙПО**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование показателя | Оптимальное значение | 2007 | 2008 | Относительное отклонение |
| 1.Общие показатели |  |  |  |  |
| 1.1.Среднемесячная выручка | рост | 8302,92 | 10787,08 | 129,92 |
| 1.2.Доля денежных средств в выручке | 1 | 1 | 1 | 100,00 |
| 2.Показатели платежеспособности и финансовой устойчивости |  |  |  |  |
| 2.1. Степень платежеспособности | ≥1 | 2,42 | 2,15 | 89,15 |
| 2.2.Коэффициент задолжности по кредитам банков и займов | ≤1 | 0,59 | 0,41 | 69,71 |
| 2.3.Коэффициент задолжности другим организациям | ≤1 | 1,59 | 1,47 | 92,31 |
| 2.4.Коэффициет задолжности фискальной системы | ≤1 | 0,04 | 0,05 | 114,71 |
| 2.5.Коэффициент внутреннего долга | ≤1 | 0,19 | 0,23 | 116,68 |
| 2.6.Коэффициент финансовой устойчивости | ≥ 0,6 | 0,32 | 0,27 | 83,65 |
| 3.Степень платежеспособности по текущим обязательствам |  |  |  |  |
| 3.1.Коэффициент покрытия текущих обязательств оборотными активами | > 2 | 0,87 | 0,92 | 105,10 |
| 3.2.Собственный капитал в обороте | > 0 | -4063 | -4109 | 101,13 |
| 3.3.Доля собственного капитала в оборотных средствах | >0,1 | -0,25 | -0,21 | 84,59 |
| 3.4.Коэффициент автономии финансовой независимости | 0,5 ÷ 0,7 | 0,29 | 0,25 | 84,52 |
| Продолжение таблицы | | | | |
| 3.5.Коэффициент финансовой зависимости | 0,3 ÷ 0,5 | 0,71 | 0,75 | 106,37 |
| 4.Показатели эффективности использования оборотного капитала |  |  |  |  |
| 4.1.Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами | рост | 1,93 | 1,77 | 92,02 |
| 4.2.Коэффициент оборотных средств в расчетах | снижение | 0,20 | 0,25 | 124,42 |
| 4.3.Рентаьельность оборотного капитала | рост | -0,08 | -0,01 | 13,41 |
| 4.4. Рентабельность продаж | рост | 0,0018 | 0,013 | 712,86 |
| 4.5. Рентабельность активов | рост | -0,046 | -0,007 | 14,79 |
| 4.6. Рентабельность основных средств | рост | -0,105 | -0,018 | 17,07 |
| 4.7.Среднемесячная выработка на одного работника | рост | 59,31 | 77,05 | 129,92 |
| 4.8. Коэффициент инвестиционной активности | рост | 0,00203 | 0,00259 | 127,72 |