Анализ закупок и сбыта сельхозпродукции (на материале ООО «Арзамасская заготовительная контора»)

Введение

Глава 1. Специфика закупочной деятельности предприятий розничной торговли

1.1 Способы и методы организации закупок сельхозпродукции

1.2 Формы товародвижения сельскохозяйственной продукции

Глава 2. Организация товародвижения сельхозпродукции в ООО «Арзамасская заготовительная контора»

2.1 Организационно-экономическая характеристика ООО «Арзамасская заготовительная контора»

2.2 Изучение покупательского спроса на сельхозпродукцию в ООО АЗК

2.3 Роль эффективного товароснабжения в торговле ООО АЗК сельскохозяйственной продукцией

Заключение

Литература

Введение

Товароснабжение розничной торговой сети — сложный комплекс торгово-оперативной деятельности торговых организаций и предприятий. Этот процесс включает оптовые закупки товаров у поставщиков, завоз товаров на склады и в розничную торговую сеть, формирование торгового ассортимента, хранение товаров и подготовку их к продаже. Товароснабжение предприятий сельхозпродукцией и ее реализация имеют свою специфику.

Рациональная организация системы товародвижения сельхозтоваров в розничной торговой сети позволяет решить следующие основные задачи:

* повышение экономической эффективности системы товароснабжения в первую очередь за счет ускорения товарооборачиваемости, сокращения звенности движения товаров и уровня товарных запасов на основе развития материально-технической базы оптовой торговли;
* рациональное разделение труда между оптовой и розничной торговлей;
* совершенствование и повышение достоверности изучения спроса на товары, усиление воздействия на промышленность;
* правильное сочетание экономических методов управления товароснабжением, повышение материальной заинтересованности организаций, осуществляющих товароснабжение, и удовлетворение спроса покупателей;
* применение эффективной организации автоматизированного управления процессами товароснабжения.

Решение указанных задач обеспечивает необходимые предпосылки планомерного, бесперебойного и ритмичного снабжения товарами розничной торговой сети.

Эти обусловлена актуальность темы исследования. Ее новизна связана с недостаточным вниманием, уделяемым специалистами проблемам закупок и реализации сельскохозяйственной продукции.

Цель работы – рассмотреть процесс товародвижения сельскохозяйственной продукции в ООО АЗК (г. Арзамас).

Глава 1. Специфика закупочной деятельности предприятий розничной торговли

1.1 Формы и методы организации закупок сельхозпродукции

Выход на рынок представителей многочисленных хозяйственных организаций с прямыми закупками необходимой им продукции (например, сельхозпродукции) привел к тому, что закупки массовых товаров стали переходить в руки посреднических структур. Однако прямые закупки производственными предприятиями сырья и полуфабрикатов имеют и будут иметь превалирующее значение в обозримой перспективе[[1]](#footnote-1).

Магазины могут заключать договоры поставки непосредственно с розничными торговыми организациями и предприятиями государственной торговли и потребительской кооперации. Такие хозяйственные связи устанавливаются, как правило, при условии, что поставщики и покупатели расположены в одном городе, области, не имеющей областного деления. Кроме того, непосредственные договорные связи устанавливаются, когда количество сельскохозяйственных товаров в ассортименте в период поставки не ниже минимальной нормы отгрузки или доставки. По соглашению между поставщиком и покупателем договор может быть заключен и в тех случаях, когда количество подлежащих поставке товаров ниже минимальной нормы отгрузки или доставки. Но и в этом случае следует поставить в известность орган, координирующий работу по выбору поставщиков.

При соблюдении указанных условий разрешается устанавливать непосредственные хозяйственные связи по поставке товаров между предприятиями промышленности (производственными объединениями) и крупными розничными торговыми предприятиями (организациями) независимо от их места нахождения, а также с предприятиями (организациями) — внерыночными потребителями.

Договоры могут быть заключены предприятиями промышленности с находящимися в районах потребления товаров оптовыми предприятиями государственной торговли, с союзами потребительских обществ и с их оптовыми организациями.

К организации закупочного процесса предъявляют следующие требования. Закупки товаров должны соответствовать профилю торговой организации, обеспечивать полное удовлетворение покупательского спроса, установленный ассортиментный перечень товаров в магазинах, выполнение плана товарооборота, поддержание нормативного уровня товарных запасов, доходность (рентабельность) торговой деятельности[[2]](#footnote-2).

Проведение закупок товаров возложено в розничных торговых организациях на торговый отдел. Задачами товароведов торгового отдела являются: организация изучения покупательского спроса; полное использование выделенных и изыскание дополнительных товарных ресурсов, особенно за счет местных источников, включая продукцию кооперативов и индивидуальной трудовой деятельности; контроль за выполнением поставщиками договорных обязательств и за поставкой в торговую сеть товаров в согласованном ассортименте, установленные сроки и надлежащего качества.

Для успешного выполнения закупочного процесса в торговых организациях составляют план закупок товаров на предстоящий период. Исходной базой для планирования служат объем розничного товарооборота в составе государственного заказа, рыночные фонды товаров народного потребления и нормативный размер товарных запасов, материалы изучения покупательского спроса, а также возможность достижения высоких результатов торговой деятельности. На основе этих данных рассчитывают объем закупок, определяют возможных поставщиков, группы и подгруппы товаров, которые требуется закупить, исполнителей и сроки выполнения.

Характерная особенность хозяйственной деятельности оптовых торговых предприятий состоит в том, что они выступают не только покупателями, но и поставщиками товаров. Поэтому Положение о поставках товаров предусматривает и такой вариант установления хозяйственных связей, когда договоры заключаются оптовыми торговыми предприятиями с розничными торговыми предприятиями и организациями и внерыночными потребителями, а когда это экономически целесообразно, с другими оптовыми торговыми предприятиями.

Учитывая, что особые условия поставки призваны решать вопросы, связанные с особенностями поставки отдельных видов "товаров, ими может быть предусмотрена иная структура договорных связей.

Договор на поставку во всех случаях заключается в письменной форме, но документальное оформление договорных отношений может быть различным. На практике наиболее часто договорные отношения оформляются составлением одного документа, подписываемого сторонами. Вместе с тем при установлении разовых или краткосрочных договорных отношений используется и такая форма, как обмен письмами и телеграммами.

В некоторых случаях договорные отношения по поставкам товаров оформляются путем подтверждения поставщиком принятия заказа покупателя.

Договорные отношения по поставке товаров могут устанавливаться путем принятия сторонами наряда к исполнению в случаях, предусмотренных в особых условиях поставки, и когда в наряде, выданном поставщику и покупателю, содержатся все необходимые для осуществления поставки данные (количество, ассортимент, качество товаров, сроки поставки и др.), цена на товары установлена прейскурантом и не требуется согласования каких-либо дополнительных условий.

До заключения планового договора на поставку покупатель должен представить поставщику заказ на товары, подлежащие поставке. Заказы представляются в строго установленные сроки.

Во всех случаях заказы на предстоящую поставку товаров должны содержать развернутый ассортимент, количество, качество и сроки поставки. Заказ служит основой для составления поставщиком проекта спецификации, подлежащей согласованию при заключении договора. Такой порядок представления заказов является общим. Поэтому особые условия поставки отдельных товаров могут предусматривать иной порядок. Например, Особые условия поставок сельхозпродукции предусматривают специальный, отличный от общего, порядок представления заказов.

Проект договора поставки, который составляет, как правило, поставщик, содержит следующее: наименование, количество и развернутый ассортимент подлежащих поставке товаров; качество, а в необходимых случаях сортность и комплектность товаров; общий срок действия договора и сроки (периоды) поставки; цену на товары и общую сумму договора; требования, предъявляемые к таре и упаковке; порядок отгрузки, доставки,

Договоры поставки могут быть заключены на оптовых ярмарках. Этот способ установления договорных отношений имеет ряд преимуществ. На ярмарке покупатель имеет возможность ознакомиться с образцами подлежащих поставке товаров, в короткий срок заключить договор. Между поставщиком и покупателем, кроме того, устанавливаются личные контакты, способствующие более оперативному заключению договора.

В рыночных условиях хозяйствования особое значение приобретает установление оптимального срока, на который заключается договор. Согласно общему правилу, установленному Положением о поставках товаров, договоры могут заключаться на 5 лет, на год или иной период (краткосрочные, сезонные и др.), а также на разовые поставки.

К числу преимуществ длительных и долгосрочных договоров поставки следует отнести следующие: возможность обеспечить более благоприятные и устойчивые условия снабжения розничной торговой сети; содействие поставщику в увеличении производства новых видов товаров; возможность более активного воздействия на производство товаров народного потребления с учетом изменения спроса и более полного удовлетворения заказов оптовых покупателей.

1.2 Формы товародвижения сельскохозяйственной продукции

Рациональная организация движения товаров является важнейшей задачей, стоящей перед предприятием розничной торговли. Установление кратчайших путей движения товаров из пунктов производства в магазин возможно при условии правильного, оптимального выбора районов потребления и пунктов производства, установления оптимальных схем направлений грузопотоков на транспорте. Выбор кратчайших путей товародвижения ускоряет процесс перемещения товаров, исключает нерациональные перевозки.

Эффективность использования транспортных средств характеризуется совокупной стоимостью перевозок товаров и погрузочно-разгрузочных работ при транспортировании. Она зависит от выбора соответствующего вида транспорта для перевозок товаров; степени использования транспортных средств за счет увеличения перевозок, например сборными вагонами, контейнерами, уменьшения мелких отправок; повышения производительности единицы транспортных средств за счет более эффективного использования грузоподъемности, сокращения простоев и др. Большое влияние на ускорение движения товаров из пунктов производства в розничную сеть оказывает правильный выбор формы товародвижения.

Существуют две формы товародвижения: складская и транзитная. При складской форме товары проходят через промежуточные складские звенья, что замедляет скорость товародвижения и увеличивает издержки по хранению и продаже товаров. С этой точки зрения складская форма товародвижения является нерациональной. Однако большинство сельскохозяйственных товаров - картофель, лук, морковь, свекла и т.д. - перед отправкой в розничную сеть нуждаются в подсортировке.

Снабжение розничной торговой сети сельскохозяйственными товарами в подсоротированном виде способствует ускорению товарооборачиваемости, снижению сверхнормативных товарных запасов, улучшению обслуживания покупателей. Это оправдывает складскую форму товародвижения.

Однако прохождение товаров через каждое дополнительное звено влечет за собой увеличение расходов на погрузочно-разгрузочные работы, приемку, хранение, отпуск, учет товаров, а иногда и потерю ими товарного вида, качества.

Практика организации движения товаров в розничную сеть показывает, что для большинства крупных городов характерно прохождение товаров через одно складское звено, максимально приближенное к розничной торговой сети. Существование в ряде случаев дополнительных звеньев объясняется некоторыми специфическими факторами. Например, в условиях измельченности и рассредоточенности розничной сети нередко возникает необходимость в дополнительном складском подсортировочном звене[[3]](#footnote-3).

Транзитная форма товародвижения способствует ускорению доставки товаров в розничную сеть и сокращению затрат на их перевозку и хранение. Однако применение транзитной доставки без учета широты ассортимента товаров и объема товарооборота конкретных магазинов может привести к замедлению товарооборачиваемости и образованию сверхнормативных товарных запасов в розничной сети.

Форму товародвижения выбирают на основе тщательного анализа и учета всех факторов, определяющих процесс движения товаров из пунктов производства в розничную сеть. В ООО АЗК используется смешанная форма товародвижения, поскольку большинство сельскохозяйственных товаров поступает непосредственно со складов сельскохозяйственных предприятий. АЗК имеет собственные склады, на которых хранится запас сельхозпродукции.

В ООО АЗК сочетается продажа товаров с индивидуальным обслуживанием покупателей и открытая выкладка товаров. Индивидуальное обслуживание покупателей представляет собой метод продажи, при котором все основные операции по обслуживанию (встреча покупателя и выявление его намерения, предложение и показ товара, помощь в выборе товара и консультация; операции, связанные с нарезкой сыров, взвешиванием, отмериванием; расчетные операции; упаковка и выдача покупок) осуществляются при участии продавца.

Однако полное применение традиционного метода продажи товаров снижает уровень обслуживания населения, увеличивает затраты времени на приобретение товаров, ограничивает самостоятельность покупателей в выборе товаров. Поэтому в АЗК используется также открытая выкладка. Запасы товаров открыто выкладываются на рабочем месте продавца, на пристенном или островном оборудовании. Покупатели имеют возможность самостоятельно ознакомиться и отобрать выложенные товары. Функции продавца при этом сводятся к консультированию покупателей, взвешиванию, упаковке и отпуску отобранных ими товаров.

Критерием выявления рациональной формы товародвижения является сопоставление совокупной скорости процесса движения товаров из пунктов производства в районы потребления и совокупных издержек обращения. При этом необходимо учитывать бесперебойное снабжение розничной торговой сети товарами широкого ассортимента.

Звенность товародвижения зависит не только от размещения производственных предприятий на территории страны, республики или области, уровня специализации промышленных предприятий, но и от физико-химических свойств и особенностей сельхозтоваров; объема товарооборота оптовых покупателей; размеров партий единовременной отгрузки товаров; размещения сети оптовых предприятий; удаленности районов потребления от пунктов производства товаров; состояния и характера транспортных связей между поставщиками и покупателями.

Каждый из этих факторов влияет на усложнение или упрощение путей товародвижения, ускорение или замедление скорости движения товаров, увеличение или сокращение расходов на транспортировку и обработку грузов.

Звенность движения товаров и определение ее экономической целесообразности зависят от целого ряда географических, экономических, организационно-технических и транспортных условий.

Тенденция постепенного сокращения относительного объема оптового оборота (по отношению к розничному) при неуклонном росте его физического объема является закономерной. Разумное сокращение звеньев товародвижения способствует снижению коэффициента звенности товарооборота, т.е. отношения валового товарооборота (суммы всех продаж в сфере обращения товаров народного потребления) к чистому (розничному) товарообороту. Этому способствуют систематические мероприятия по сокращению звенности в оптовой торговле и товародвижении, укреплению непосредственных связей промышленности с розничной торговлей.

В условиях рыночной экономики товародвижение осуществляется в соответствии с требованиями экономического закона планомерного развития народного хозяйства и обусловлено разрывом между производством и потреблением изготовленного продукта во времени и пространстве.

На процесс формирования товарных запасов оказывает влияние ряд факторов, важнейшим из которых является обеспечение устойчивого предложения товаров. Этот фактор выполняет функцию показателя конъюнктуры торговли. Однако на бесперебойность продажи товаров населению при минимальных товарных запасах в магазинах влияет ряд факторов неконъюнктурного порядка. К числу этих факторов относятся равномерность и частота завоза, транспортные условия, наличие и состояние материально-технической базы торговли, физико-химические свойства товаров. Чтобы иметь для контроля и анализа состояния товарных запасов сравнительный показатель, учитывающий влияние этих факторов, осуществляется их нормирование, т.е. определяется необходимая оптимальная величина запаса. Эта величина служит важнейшим ориентиром в коммерческой работе.

Нормализация товарных запасов неразрывно связана с рационализацией системы товароснабжения и выходит за рамки нормирования товарных запасов. Она включает комплексное регулирование всех взаимосвязанных процессов формирования запасов - нормирование, контроль за их состоянием, порядок пополнения и подачи заказов, размеры партий товаров, т.е. управление по существу всем процессом движения товарной массы. Решение этой задачи требует применения соответствующей системы управления товарными запасами.

Теорию управления запасами по существу можно рассматривать как один из разделов исследования операций наряду с линейным программированием, теорией игр, теорией массового обслуживания.

Существует множество математических моделей управления запасами. Все многообразие систем управления запасами может быть сведено к трем основным типам, которые различаются по принципу пополнения запасов и по способу обработки информации: система с фиксированным размером заказа, система с постоянным уровнем запаса и двухбункерная система.

Система с фиксированным размером заказа предполагает его размер величиной постоянной, и повторный заказ подается при уменьшении наличных запасов товаров до определенного критического уровня Р (точка заказа). Размер партии товаров выбирается таким, чтобы общие издержки управления запасами были минимальными[[4]](#footnote-4).

Глава 2. Организация товародвижения сельхозпродукции в ООО «Арзамасская заготовительная контора»

2.1 Организационно-экономическая характеристика ООО «Арзамасская заготовительная контора»

Общество с ограниченной ответственностью «Арзамасская заготовительная контора» (далее ООО «АЗК») создано его участниками в ходе реорганизации потребительского общества путем объединения усилий, финансовых и материальных средств участников с целью ведения предпринимательской деятельности. Общество зарегистрировано Постановлением главы администрации Арзамасского района № 312 от 24.07.97 г. До 1997 года ООО «Арзамасская заготовительная контора» входило в состав Арзамасского райпо Нижегородской области.

ООО «АЗК» является юридическим лицом, обладает обособленным имуществом, имеет самостоятельный баланс, расчетные и другие счета в кредитных учреждениях, в том числе и в иностранной валюте, имеет печать и штамп со своим наименованием. Отношения, связанные с созданием и деятельностью ООО «АЗК», регулируются действующим законодательством, учредительным договором и Уставом. Для обеспечения деятельности ООО «АЗК» за счет вкладов участников был образован уставный капитал в размере 3 351 483 рубля.

Основным видом деятельности ООО «Арзамасская заготовительная контора» являются заготовки и реализация сельскохозяйственной продукции, в основном, продукции растениеводства (картофель, капуста, лук-репка, морковь, свекла), а также вторсырья (макулатура).

Общество закупает сельскохозяйственную продукцию у колхозов, совхозов и населения, имеющих личные подсобные хозяйства, по ценам согласно договоренности.

Реализацию своей продукции ООО АЗК осуществляет военным базам г. Арзамаса и Нижнего Новгорода, воинским частям, управлению внутренних дел г. Владимира, ассоциации крестьянских хозяйств, отделу рабочего снабжения г. Арзамаса, МЧС г. Москвы и Московской области и другим покупателям по оптово-отпускным ценам.

В настоящее время ООО «Арзамасская заготовительная контора» представляет собой развитое предприятие, имеющее большую сеть заготовительных складов, холодильников, свой транспорт. Заготовительных складов насчитывается 15, также 7 единиц грузовых автомобилей. ООО АЗК имеет устойчивое финансовое положение.

На данный момент, численность работников ООО АЗК составляет 59 человек. Состав и структура работников ООО АЗК представлена в таблице 2.1.

Таблица 2.1. Состав и структура работников ООО «Арзамасская заготовительная контора» в динамике с 2004 по 2006 гг.

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Категории работников | 2004 | | 2005 | | 2006 | |
| чел. | % | чел. | % | чел. | % |
| руководящие работники | 5 | 9,43 | 5 | 8,62 | 5 | 8,47 |
| административный персонал | 5 | 9,43 | 5 | 8,62 | 6 | 10,17 |
| производственный персонал | 37 | 69,81 | 40 | 68,97 | 40 | 67,80 |
| технический обслуживающий персонал | 6 | 11,33 | 8 | 13,79 | 8 | 13,56 |
| Всего | 53 | 100,00 | 58 | 100,00 | 59 | 100,00 |

Данные по социально-демографическому составу сотрудников ООО «АЗК» представлены в таблице 2.2.

Таблица 2.2. Социально-демографическая структура работников ООО «Арзамасская заготовительная контора» в динамике с 2004 по 2006 гг.

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Социально-демографические характеристики | 2004 | | 2005 | | 2006 | |
| чел. | % | чел. | % | чел. | % |
| Пол: |  |  |  |  |  |  |
| Мужчины | 30 | 56,60 | 32 | 55,17 | 33 | 55,93 |
| Женщины | 23 | 43,40 | 26 | 44,83 | 26 | 44,07 |
| Возраст: |  |  |  |  |  |  |
| до 40 лет | 26 | 49,06 | 31 | 53,45 | 31 | 52,54 |
| 40 и старше | 27 | 50,94 | 27 | 46,55 | 28 | 47,46 |
| Всего | 53 | 100,00 | 58 | 100,00 | 59 | 100,00 |

Кадровый состав сотрудников ООО «АЗК» молодеет. Это связано с открытием новых направлений деятельности и набор специалистов в новые отделы более молодого возраста. По сравнению с 2004 году на текущий момент доля сотрудников в возрасте до 40 лет возросла на 3,48 % и составляет более половины кадрового состава предприятия.

По половому признаку в кадровом составе ООО «АЗК» наблюдается незначительное преобладание мужчин. Но можно отметить, что явного преобладания сотрудников какого-то пола не наблюдается.

Таблица 2.3. Основные показатели эффективности использования трудовых ресурсов ООО «АЗК» за 2003 - 2005 гг.

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатели | Год | | | Изменение (+;-) | | Темп изменения, % | |
| 2003 | 2004 | 2005 | 2004 г. к  2003 г. | 2005 г. к  2004 г. | 2004 г. к  2003 г. | 2005 г. к  2004 г. |
| Выручка от продажи товаров, продукции, работ, услуг, тыс. руб. | 69336 | 89626 | 107149 | +20290 | +17523 | 129,26 | 119,55 |
| Численность работающих, чел. | 53 | 58 | 59 | +5 | +1 | 109,43 | 101,72 |
| Фонд оплаты труда, тыс. руб. | 1888,92 | 2658,72 | 3497,52 | +769,80 | +838,80 | 140,75 | 131,55 |
| Среднемесячная зарплата, тыс. руб. | 2,97 | 3,82 | 4,94 | +0,85 | +1,12 | 128,62 | 129,32 |
| Производительность труда, тыс. руб./чел | 1308,23 | 1545,28 | 1816,08 | +237,05 | +270,80 | 118,12 | 117,52 |

Производительность труда в 2003 году составила 1308,23 тыс. руб./чел., в 2004 году – 1545,28 тыс. руб./чел, в 2005 году – 1816,08 тыс. руб./чел. В 2004 году по сравнению с 2003 годом произошло увеличение показателя на 18,12%, в 2005 году по сравнению с 2004 годом рост показателя составил 17,52%. Руководству предприятия стоит обратить внимание на существующую, хоть и незначительную, отрицательную динамику темпа роста производительности труда.

Средняя заработная плата работника за месяц составила в 2003 году – 2,97 тыс. руб., в 2004 году – 3,82 тыс. руб., в 2005 году – 4,94 тыс. руб. Среднемесячная заработная плата также обнаруживает тенденцию к росту: в 2004 году по сравнению с 2003 годом наблюдается увеличение среднемесячной заработной платы на 850 руб. на 28,62%, в 2005 году по сравнению с 2004 годом – на 1120 руб., или 29,32 %. Темпы роста производительности труда существенно ниже темпов роста заработной платы, что свидетельствует о преобладании экстенсивного типа развития.

Основные показатели деятельности ООО «АЗК» представлены в таблице 2.4.

Таблица 2.4. Основные показатели деятельности ООО «АЗК» за 2003 - 2005 гг.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатели | Год | | | Изменение (+;-) | | Темп изменения, % | | |
| 2003 | 2004 | 2005 | 2004 г. к  2003 г. | 2005 г.  К 2004 | 2004 г.  К 2003 | 2005 г.  К 2004 | 2005 г.  К 2003 г. |
| Выручка от реализации услуг, тыс.руб. | 69336 | 89626 | 107149 | +20290 | +17523 | 129,26 | 119,55 | 154,54 |
| Себестоимость услуг, тыс.руб. | 66125 | 84204 | 100922 | +18079 | +16718 | 127,34 | 119,85 | 152,62 |
| Прибыль, тыс. руб. | 3211 | 5422 | 6227 | +2211 | +805 | 168,86 | 114,85 | 193,93 |

Из таблицы 2.4. следует, что выручка от реализации услуг в 2004 году по сравнению с 2003 годом увеличилась на 20 290 тыс. руб. или на 29,3%. В 2005 году рост выручки от реализации составил по сравнению с 2004 годом 17 523 тыс. руб. или 19,6%.

Себестоимость услуг ООО АЗК в 2003 году составила 66125 тыс. руб., в 2004 году – 84204 тыс. руб., в 2005 году – 100922 тыс. руб., то есть наблюдается увеличение себестоимости на 18079 тыс. руб. или 27,3% в 2004 году по сравнению с 2003 годом, на 16718 тыс. руб. или 19,85% в 2005 году по сравнению с 2004 годом.

Вследствие чего наблюдается увеличение балансовой прибыли предприятия в 2004 году на 2211 тыс. руб. и в 2005 году – на 805 тыс. руб.

2.2 Изучение покупательского спроса на сельхозпродукцию в ООО АЗК

Розничная торговая организация, заключив договор непосредственно с производственным предприятием, сможет более гибко управлять ассортиментом, оперативнее влиять на производство. Особенно благоприятные условия для этого возникают в случаях, когда производственное предприятие расположено в том же городе, где находится розничная торговая организация. Для сельхозпродукции, выпускаемой в Арзамасском районе, это правило эффективно действует. Непосредственные связи розничной торговли с местными производственными предприятиями создают условия, способствующие снижению роли оптовых звеньев в местном обороте.

Тенденция постепенного сокращения относительного объема оптового оборота (по отношению к розничному) при неуклонном росте его физического объема является закономерной. Разумное сокращение звеньев товародвижения способствует снижению коэффициента звенности товарооборота, т.е. отношения валового товарооборота (суммы всех продаж в сфере обращения товаров народного потребления) к чистому (розничному) товарообороту. Этому способствуют систематические мероприятия по сокращению звенности в оптовой торговле и товародвижении, укреплению непосредственных связей промышленности с розничной торговлей.

В условиях рыночной экономики товародвижение в ООО АЗК осуществляется в соответствии с требованиями экономического закона планомерного развития народного хозяйства и обусловлено разрывом между производством и потреблением изготовленного продукта во времени и пространстве.

Эффективность организации товародвижения предусматривает максимальную скорость обращения товаров в оптовом и розничном звене и минимальный размер совокупных издержек обращения, связанных с передвижением товаров из пунктов производства в районы потребления.

Оптовые закупки товаров ведут также розничные торговые организации хозрасчетные универмаги, крупные специализированные магазины. Осуществляя закупки товаров, оптовые организации и предприятия интенсивно воздействуют на поставщиков, добиваясь увеличения выпуска аваров и расширения ассортимента продуктов, пользующихся повышенным спросом покупателей, повышения качества продукции[[5]](#footnote-5). Закупки сельхозпродукции включают комплекс следующих взаимосвязанных операций:

* выявление и изучение источников закупки товаров,
* изучение спроса покупателей, представление обоснованных заказов на производство и поставку товаров,
* заключение договоров с поставщиками,
* контроль за ходом закупок, поступлением товаров, выполнением договорных обязательств поставщиками.

Основными экономическими показателями, характеризующими объем деятельности ООО АЗК, являются план оптового товарооборота и размер товарных запасов, обеспечивающие бесперебойное снабжение розничной торговой сети. Основными поставщиками сельскохозяйственных товаров являются:

* сельскохозяйственные предприятия;
* предприятия оптовой торговли;
* кооперативы (товарищества), ориентированных в основном на переработку сельскохозяйственных продуктов питания из местного сырья.
* развивается производство товаров на основе индивидуальной трудовой деятельности.

Определенная часть оптовых закупок при этом носит внутрисистемный характер, когда поставщики и оптовые покупатели принадлежат одной и той же оптовой системе.

В организации закупочной работы важное значение имеет изучение поставщиков. Для наиболее полного удовлетворения требований покупателей оптовые организации и предприятия должны хорошо знать возможности производственных предприятий своего района деятельности, располагать данными об их производственной мощности, объеме и ассортименте вырабатываемой продукции, условиях и размерах поставки товаров, потенциальных возможностях увеличения выпуска ими товаров.

Оптовые организации и предприятия призваны оказывать постоянную помощь производственным предприятиям в расширении ассортимента и повышении качества выпускаемой продукции, побуждать их к выпуску новых товаров.

Среди обязанностей товароведа Арзамасской заготовительной конторы - постоянное общение с представителями оптовых предприятий, а также посещение местных заводов, сельскохозяйственных предприятий, что позволяет тщательно знакомиться с их работой и выявлять резервы. Оптовое предприятие в процессе своей деятельности не связано с непосредственными потребителями товаров, но это не умаляет значения тех мероприятий, которые проводятся в оптовой торговле по установлению контактов с покупателями.

Особенность изучения покупательского спроса в оптовой торговле заключается в сочетании методов изучения спроса оптовых покупателей и методов изучения спроса населения. Это позволяет оптовым организациям и предприятиям точнее определять действительную потребность в товарах, глубже изучать экономику района своей зоны деятельности, полнее выявлять внутренние резервы и возможности завоза товаров из других районов страны.

Рассмотрим основные методы изучения спроса оптовых покупателей. На основе анализа материалов статистической отчетности, учета выполнения заказов покупателей и данных количественно-суммового учета определяется объем продажи товаров как в целом, так и по группам, подгруппам и наименованиям.

На основе анализа движения товарных запасов устанавливается соответствие фактических товарных запасов плановым, выявляется частота поступления товаров от поставщиков (объединений) и отпуска оптовым покупателям, что косвенно характеризует объем спроса.

Для повышения действенности анализа продажи товаров и движения товарных запасов необходимо не только выявить причины повышенного или слабого спроса на отдельные товары, но и принять меры к увеличению или соответственно прекращению их закупок у поставщиков.

Для изучения тенденций изменения спроса в планируемом периоде в зависимости от валового оборота оптовых предприятий и объема заказов розничной торговли можно использовать методы регрессионного анализа.

В АЗК ведется учет и анализ неудовлетворённого спроса покупателей. Неудовлетворенный спрос фиксируется в журналах или на специальных карточках. Товароведы оптовых предприятий в процессе обслуживания покупателей отражают в этих документах причины невыполнения заказов магазина и организаций на отдельные товары, а также их пожелания и замечания по ассортименту и качеству товаров. На основании данных неудовлетворенного спроса принимаются срочные меры к дополнительной закупке необходимых товаров и корректируются заказы промышленности на их производство и поставку.

Учет отказов покупателей от закупки товаров и возвратов. Отказ от закупки товаров является одним из показателей неудовлетворительной работы производственных предприятий (объединений) или оптового звена по формированию товарного ассортимента и соблюдению качества продукции. Такой учет ведется при заключении договоров на ярмарках и вне ярмарок, а также при текущей поставке товаров. Причины отказа розничных предприятий и организаций от закупки товаров, а также их возврата должны быть тщательно проанализированы и приняты соответствующие меры.

В соответствии с Положением о поставках товаров возвращенные товары должны быть заменены на товары, отвечающие требованиям покупателей. Регистрация случаев отказов оптовых покупателей от закупки и возврата товаров ведется в журнале.

К числу организационных мероприятий по изучению спроса, проводимых предприятиями, следует отнести сельскохозяйственные выставки-ярмарки. На таких выставках демонстрируется сельхозпродукция. Выставки-просмотры завершаются подробным обсуждением отзывов заинтересованных лиц и организаций об экспонируемых товарах и выработкой рекомендаций по расширению или сокращению их производства.

Выставки-просмотры могут быть организованы также советами производственных предприятий. В этих совещаниях принимают участие представители промышленности, оптовой и розничной торговли. Материалы совещаний позволяют глубже изучить колебания спроса на отдельные товары.

Для выявления тенденций спроса и выработки мероприятий по его удовлетворению в предстоящем году организуются торговые конференции. В них принимает участие широкий круг заинтересованных организаций и специалистов по конкретным проблемам производства и продажи товаров.

Наряду с изучением требований покупателей магазин широко использует различные методы непосредственного изучения спроса населения, например через опросы, анкетирование, создание временных опорных пунктов по изучению спроса покупателей. Эти пункты ведут выборочный учет поступления и продажи товаров, состояния товарных запасов, замечаний покупателей по ассортименту и качеству изделий. Полученную информацию ежемесячно направляют оптовому предприятию в виде конъюнктурных обзоров, составляемых работниками розничной торговли.

Являясь корреспондентами оптового предприятия, эти работники (заведующие торговыми отделами, товароведы, экономисты, заведующие магазинами и секциями, старшие продавцы) изучают спрос покупателей в соответствии с программой и планом, разработанным оптовым предприятием. Для создания опорных пунктов отбирают наиболее типичные розничные торговые предприятия, торгующие товарами номенклатуры данного оптового предприятия.

2.3 Роль эффективного товароснабжения в торговле ООО АЗК сельскохозяйственной продукцией

Товароснабжение составляет основу коммерческой деятельности как розничных, так и оптовых организаций и предприятий. От правильной организации товароснабжения зависят своевременное и бесперебойное поступление товаров в торговую сеть, скорость обращения товаров, состояние товарных запасов, структура товарного ассортимента магазинов, а в конечном итоге — степень удовлетворения спроса населения, культура торговли и эффективность торговой деятельности в целом.

Товароснабжение включает проведение оптовых закупок товаров и доставку их в розничную сеть. Оптовые закупки закладывают основу товароснабжения. Только при закупках оговариваются такие условия снабжения, как ассортимент товаров, сроки поставки, качество, комплектность товаров, цены, способы доставки и др. При закупках устанавливаются хозяйственные связи розничной торговли с промышленностью, оптовыми предприятиями, происходит воздействие торговли на поставщиков.

Однако закупка товаров у поставщиков — это еще только начало. Конечная цель товароснабжения состоит в том, чтобы создать в розничной торговой сети наиболее благоприятные условия для полного и своевременного удовлетворения покупательского спроса. Поэтому необходимо организовать бесперебойную и ритмичную доставку сельскохозяйственных товаров в магазин, обеспечить гарантированное и планомерное пополнение товарных запасов в разнообразном ассортименте, соответствующем специализации магазина и его ассортиментному перечню с минимальными затратами, обеспечить четкую координацию действий между поставщиками, транспортными предприятиями и розничной торговлей на всех этапах товароснабжения.

Научная организация товароснабжения розничной сети предполагает: правильное сочетание централизованного планирования товароснабжения с самостоятельностью предприятий; экономическое обоснование выбора источников поступления товаров и разработку рациональных схем поставок; определение ассортимента, оптимального (с точки зрения народнохозяйственных затрат) объема, комплектности и периодичности завоза партий товаров в магазины; совершенствование технологии доставки товаров в магазины на основе дальнейшего развития их централизованного завоза в таре-оборудовании; применение автоматизированного управления процессами товароснабжения.

В современных условиях организация товароснабжения приобретает качественно новое содержание. Отменено прикрепление покупателей к поставщикам. Торговые предприятия могут закупать товары у тех поставщиков, которые выпускают изделия, пользующиеся спросом. Повышены роль и ответственность торговли в формировании планов производства товаров. Выпуск важнейших товаров народного потребления включается в состав государственного заказа, устанавливаемого предприятиям-изготовителям. Принят ряд новых документов (Положение о поставках товаров народного потребления и др.), значительно расширяющих права предприятий в решении многих вопросов хозяйственных взаимоотношений. Все эти меры создают объективные предпосылки для улучшения товароснабжения и более полного удовлетворения покупательского спроса.

Ведущая роль в товароснабжении розничной торговой сети принадлежит оптовой торговле. Необходимость в оптовом звене обусловлена многими факторами, и прежде всего тем, что торговая сеть нуждается в товарном ассортименте, комплектуемом из продукции не одного, а многих предприятий. Кроме того, большая часть товаров реализуется не только в местах их производства, но доставляется в другие экономические районы страны; по многим товарам период реализации не совпадает со временем их производства, поэтому для поддержания устойчивого ассортимента требуются накопление и хранение товарных запасов.

Концентрируя на своих складах значительную часть товарных запасов, оптовые предприятия формируют ассортимент товаров в соответствии с заказами магазинов, осуществляют предварительную их подготовку к продаже и снабжение торговой сети по заранее согласованным графикам и маршрутам. Учитывая преимущества поставки товаров в магазины со складов оптовых предприятий, ставится задача дальнейшего увеличения складского товарооборота.

Улучшению товароснабжения розничной сети способствует расширение хозрасчетных услуг, оказываемых оптовыми предприятиями рознице. Так, оптовые предприятия могут перемещать товары, оказавшиеся в излишках, в другие торговые системы; проводить дополнительные работы по формированию торгового ассортимента для поставки товаров в специализированные секции магазинов небольшими партиями, сериями, непосредственно в торговый зал в подсортированном виде по моделям, фасонам, размерам, ростам, расцветкам и потребительским комплексам; принимать товары на ответственное хранение и др.[[6]](#footnote-6).

Представляя перед промышленностью интересы розничной торговли и непосредственных потребителей, оптовая торговля несет ответственность за удовлетворение спроса населения на товары, выполнение плана розничного товарооборота, а при оценке деятельности оптовых предприятий в числе основных показателей учитывается выполнение обязательств по поставкам товаров в соответствии с заключенными договорами.

Заключение

Выход на рынок представителей многочисленных хозяйственных организаций с прямыми закупками необходимой им продукции (например, сельхозпродукции) привел к тому, что закупки массовых товаров стали переходить в руки посреднических структур. Однако прямые закупки производственными предприятиями сырья и полуфабрикатов имеют и будут иметь превалирующее значение в обозримой перспективе.

Магазины могут заключать договоры поставки непосредственно с розничными торговыми организациями и предприятиями государственной торговли и потребительской кооперации. Такие хозяйственные связи устанавливаются, как правило, при условии, что поставщики и покупатели расположены в одном городе, области, не имеющей областного деления. Кроме того, непосредственные договорные связи устанавливаются, когда количество сельскохозяйственных товаров в ассортименте в период поставки не ниже минимальной нормы отгрузки или доставки.

К товароснабжению предъявляют ряд требований: планомерность, ритмичность, бесперебойность, экономичность.

Планомерность — это организация завоза товаров с учетом плана товарооборота, нормативов товарных запасов и других показателей. Ритмичность завоза товаров предполагает периодическое пополнение запасов товаров при определенных условиях, например через равные интервалы времени (одни товары доставляют через каждые два дня, другие — через пять и т. д.). Бесперебойность снабжения достигается регулярной доставкой в торговую сеть товаров в количестве и ассортименте, обеспечивающих постоянное наличие в магазинах необходимых товаров и исключающих возможности нарушения установленного ассортиментного перечня. Экономичность товароснабжения означает минимальные затраты времени, материальных и денежных средств на весь процесс доставки товаров в магазины.

Товары на розничные торговые предприятия могут поступать с предприятий промышленности, оптовых предприятий государственной и кооперативной торговли, складов розничных торговых организаций (объединений), колхозов и совхозов.

Выбор источника поступления товаров осуществляют торговые организации с учетом типов магазинов, объема товарооборота, места расположения, степени сложности ассортимента товаров, их физико-химических свойств, минимальных норм отгрузки[[7]](#footnote-7).

Складскую форму товароснабжения используют при получении товаров сложного ассортимента от иногородних поставщиков, крупных партий товаров узкого ассортимента, требующих подсортировки, обработки, проверки качества. Складская форма применяется при поставке товаров как со складов оптовых предприятий, так и со складов розничных торговых организаций.

Литература

1. Бахрушина М.А. Управленческий учет. - М.: Финансы и статистика, 2002.
2. Волгин В. В. Склад: организация и управление. – М., 2005.
3. Волгин В. В. Товародвижение и интенсификация продаж. – М., 2006
4. Волгин В. В. Продвижение товаров в условиях рынка. – Спб, 2004
5. Годин А. М. Статистика. – М., 2002.
6. Готсков Е. А. Маркетинг и логистика. – М., 2004.
7. Друкер П. Ф. Управление, нацеленное на результаты. – М., 2004
8. Друри К. Введение в управленческий и производственный учет. - 2005.
9. Иванов А. Л. Менеджмент. – М., 2002.
10. Ильенкова С. Д. Инновационный менеджмент. – М., 2002
11. Ильин А.И. Планирование на предприятии. – Минск, 2006
12. Карпова Т. Л. Управленческий учет. - М., 2002.
13. Керимов Н. Э. Управленческий учет. - М., 2001.
14. Макаренко М. В. Производственный менеджмент: Учеб. пособие. - М., 1999.
15. Комментарий части второй Гражданского кодекса Российской Федерации для предпринимателей. М.: Фонд «Правовая культура», 1996.
16. Основы международного бизнеса: Словарь-справочник / Под научн. ред. С.И.Долгова, отв. сост. В.В. Васильев. М.: Издательство БЕК, 1997.
17. Синецкий Б.И. Внешнеэкономические операции: организация и техника. — М.: Международные отношения, 2006.
18. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности. / Под ред. В.А. Алексунина. - М., 2001.
19. Рацкий К. А. Экономика предприятия. – М., 2002.
20. Производственный менеджмент/Под ред. С.Д. Ильенковой. - М., 2000.
21. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия. – М., 2006
22. Фатхутдинов Р. А. Производственный менеджмент. – М., 2005.
23. Шеремет А. Д. Управленческий учет: Учеб. пособие. - М. 2005.

1. Ильин А.И. Планирование на предприятии. – Минск, 2006, с. 35 [↑](#footnote-ref-1)
2. Волгин В. В. Склад: организация и управление. – М., 2005 [↑](#footnote-ref-2)
3. Ильин А.И. Планирование на предприятии. – Минск, 2006, с. 97 [↑](#footnote-ref-3)
4. Волгин В. В. Склад: организация и управление. – М., 2005, с. 56 [↑](#footnote-ref-4)
5. Волгин В. В. Склад: организация и управление. – М., 2005, с 23 [↑](#footnote-ref-5)
6. Ильин А.И. Планирование на предприятии. – Минск, 2006, с. 56 [↑](#footnote-ref-6)
7. Волгин В. В. Склад: организация и управление. – М., 2005,с. 54 [↑](#footnote-ref-7)