**Совершенствование управления товарными запасами в торговой фирме**

**2011**

Содержание

Введение

## 1. Теоретические основы организации управления товарными запасами

1.1 Значение коммерческой деятельности в торговой фирме

.2 Состав и структура товарных запасов в торговой деятельности

1.3 Показатели планирования и управления товарными запасами

1.4 Планирование и нормирование товарных запасов в торговой фирме

. Исследование системы управления запасами фирмы ООО «Лукоморье»

2.1 Характеристика торговой фирмы ООО «Лукоморье»

2.2 Анализ деятельности торговой фирмы ООО «Лукоморье»

2.3 Управление товарными запасами на фирме ООО «Лукоморье»

3. Разработка предложений по совершенствованию управления товарными запасами в торговой фирме OOO «Лукоморье»

3.1 Мероприятия по достижению необходимого и достаточного уровня товарных запасов

3.2 Расчет экономической эффективности мероприятий, направленных на поддержание необходимого уровня товарных запасов

.3 Предложения по совершенствованию управляемости товарными запасами

Заключение

Список литературы

Введение

Глубокие изменения в экономике России, происходящие в ходе реформ, поставили предприятия перед необходимостью адаптации к современным экономическим условиям. Успех фирмы на рынке зависит от степени ориентации на потребителя, т.е. от того, насколько грамотно и точно, фирма удовлетворяет платежеспособный спрос. Сложность не в том, чтобы решать проблемы, а в том, чтобы увидеть их. Теория управления материальными запасами разрабатывает методы вычисления величины запасов, обеспечивающих наиболее экономным путем удовлетворения будущего спроса.

**Вернуться в каталог готовых дипломов и магистерских диссертаций –**

[**http://учебники.информ2000.рф/diplom.shtml**](http://учебники.информ2000.рф/diplom.shtml)

Фирмы стремятся увеличить оборачиваемость запасов, чтобы при меньшей площади складов и меньших затрат на содержание запасов, получить наибольший объем продажи и, следовательно, прибыли. Разумеется, идеальной была бы продажа «с колес», без всякого хранения. Однако, такая торговля многими видами товаров, невозможна, поэтому оборачиваемость запасов, является важным критерием, который тщательно анализируется фирмами.

Поскольку оборот запасов находится в прямой зависимости от объема реализации, необходимо использовать все возможные методы стимулирования сбыта и ускорения, оборачиваемости материальных запасов.

|  |
| --- |
| [Вернуться в библиотеку по экономике и праву: учебники, дипломы, диссертации](http://учебники.информ2000.рф/index.shtml)  [Рерайт текстов и уникализация 90 %](http://учебники.информ2000.рф/rerait-diplom.shtml)  [Написание по заказу контрольных, дипломов, диссертаций. . .](http://учебники.информ2000.рф/napisat-diplom.shtml) |

Способом ускорения оборачиваемости материальных запасов является вложение минимальных средств. При увеличении оборачиваемости вырастает объем реализации и прибыль. При высоком уровне запасов следует помнить, что физическое и моральное старение и порча при хранении влекут за собой убытки. Конструктивные изменения, предпочтение потребителями других видов товаров, могут вызвать устаревание товаров. Нежелателен и слишком низкий уровень запасов. Из-за неизбежных задержек связанных с размещением заказов, перевозками, складской обработкой товаров, предприятию нельзя закупать товары лишь в момент получения заказа от потребителя. Поддержания запасов на определенном уровне в соответствии с прогнозом сбыта способствует устойчивости и ритмичности реализации.

Регулирование запасов осуществляется на основе расчёта уровня запасов и связанных с ними издержек в частности издержек на текущие запасы.

Основные управленческие решения в отношении материальных запасов касаются определения сроков и количества заказов и влияют на стоимость закупаемых товаров, величину затрат, связанных с оформлением заказов, величину расходов, на хранение запасов и размер ущерба, возможного отсутствия запасов.

Главной задачей, торговых предприятий, является значительное увеличение прибыли и сокращение расходов на содержание товарных запасов.

Вышесказанное определяет актуальность выбранной темы исследования.

Основная цель данной работы заключается в исследовании проблем и разработке основных направлений совершенствования системы управления товарными запасами ООО «Лукоморье».

Для достижения поставленной цели в работе необходимо решить следующие задачи:

 изучать теоретические основы управления запасами и виды запасов;

 дать краткую характеристику ООО «Лукоморье»;

 проанализировать существующую систему управления запасами на ООО «Лукоморье»;

 разработать пути совершенствования управления запасами на ООО «Лукоморье».

Объектом исследования является торговая фирма ООО «Лукоморье».

Предметом исследования является управление материальными запасами в ООО «Лукоморье».

В процессе работы были использованы финансовые документы и бухгалтерская отчетность ООО «Лукоморье», а также книги и статьи отечественных и зарубежных авторов.

## 1. Теоретические основы организации управления товарными запасами

1.1 Значение коммерческой деятельности в торговой фирме

Коммерческая деятельность - широкое и сложное понятие. Это комплекс приемов и методов, обеспечивающих максимальную выгодность любой торговой операции для каждого из партнеров при учете интересов конечного потребителя.

Главная цель коммерческой деятельности - получение прибыли через удовлетворение покупательского спроса при высокой культуре торгового обслуживания. Эта цель в равной степени важна как для организаций и предприятий, так и для отдельных лиц, осуществляющих операции купли-продажи на рынке товаров и услуг [4,c.34].

Содержание основ коммерческой деятельности включает такие направления:

Закупка материально-технических ресурсов промышленными предприятиями и товаров оптово-посредническими и др. торговыми предприятиями.

Планирование ассортимента и сбыта продукции на промышленных предприятиях.

Организация сбыта продукции предприятиями- изготовителями.

Выбор наилучшего партнера в коммерческой деятельности.

Организация оптовой продажи товаров и коммерческое посредничество.

Розничная торговля как форма коммерческо-посреднической деятельности.

Коммерческие отношения могут развиваться в условиях экономической свободы субъектов деловых отношений, которая предполагает владение капиталом и умение управлять финансами, ориентацию на извлечение максимально возможной для складывающихся условий прибыли и наиболее выгодные способы ее капитализации, умение управлять коммерческим риском, формирование таких организационных структур коммерции, которые способны приспосабливаться к меняющимся условиям, восприимчивость к изменениям в потребностях рынка, полное равноправие партнеров. В тоже время нельзя считать экономической свободой в коммерческой деятельности полную независимость от интересов и действий субъектов рынка, поскольку в ряде случаев для достижения каких-либо стратегических целей необходим компромисс с деловыми партнерами. Кроме того, свобода коммерческих взаимоотношений может ограничиваться условиями внешней среды, коммерческой тайной и другими объективными факторами.

Основные принципы коммерческой деятельности.

Для достижения поставленных задач необходимо руководствоваться

следующими основными принципами:

 Неразрывная связь коммерции с принципами маркетинга.

 Гибкость коммерции, ее направленность на учет постоянно меняющихся требований рынка.

 Умение предвидеть коммерческие риски.

 Выделение приоритетов.

 Проявление личной инициативы.

 Высокая ответственность за выполнение принятых обязательств

по торговым сделкам.

 Нацеленность на достижение конечного результата - прибыли.

Выделение приоритетов в коммерческой деятельности не менее важно, чем в производстве. Реализация этого принципа предполагает постоянное изучение и знание всех деталей коммерческой деятельности.

Личная инициатива зависит непосредственно от каждого человека, работающего в сфере коммерции, и определяется не только личными характеристиками, но и культурой труда личности. Характеристики формируют основу деловых качеств коммерсанта. Под культурой труда подразумевают определенный уровень общей организации труда, отказ от устаревших и восприимчивость к новым, более эффективным методам и приемам общения с коллегами и подчиненными, поиск и вовлечение в сферу труда новых научно-технических достижений, бережное отношение к собственности, а также готовность быстро воспринимать все новое, что может оказать воздействие на повышение эффективности деятельности [20,c.12].

Высокая ответственность за выполнение принятых обязательств по торговым сделкам - это принцип, который создает репутацию коммерсанту в деловом мире. Реализация этого принципа - залог эффективности коммерческой деятельности.

Работа коммерческой организации в сфере товарного обращения оценивается с помощью различных показателей: объектом реализации товаров, уровнем издержек обращения, показателями товарооборачиваемости и другими.

Однако наиболее точно работу организации отражают показатели прибыли. Поэтому нацеленность коммерческого предприятия на достижение в конечном результате прибыли является одним из основных принципов коммерческой деятельности.

Коммерческая деятельность на рынке в целях свободного товарно-денежного обмена, определенного пропорциями между спросом и предложениями товаров и услуг, частичного регулируемого государством с помощью экономически ресурсов.

Чтобы понять роль коммерческой деятельности в условиях рынка, кроме понятия «коммерческой деятельности» необходимо рассмотреть понятие «рынка».

Каждый экономист дает свое определение рынка, но определив все определения можно сказать, что рынок - это форма экономической связи продавцом и покупателем. На рынке производитель возмещает свои затраты и получает прибавочный каптал, а потребитель получает взамен своих средств товары и услуги.

В условиях рынка существует такой механизм товарно-денежных отношений, который обеспечивает эквивалентный обмен товаров и услуг, рабочей силы, финансов и ценных бумаг, которые очищает с помощью конкуренции общественное производство от экономически слабых хозяйственных единиц. Таким образом, чтобы выжить, предприятию необходимо производить то, что можно продать, а не наоборот - продавать то, что только производит предприятие, тоже можно сказать и о железнодорожных предприятиях [18, c.103].

В условиях рынка коммерческий успех предприятия и его жизнь полностью зависит от возврата вложенных средств, через реализацию товаров и услуг, следовательно, главная задача предприятия является исследование и возможно более полная эксплуатация.

Для выживания предприятия в условиях рынка необходим не просто заниматься коммерческой деятельностью, а выполнять весь комплекс коммерческой деятельности, который включает в себя прогнозирование изучения спроса, изучение емкости рынка, рациональной организации хозяйственной деятельности, рекламной деятельности и реализации своих услуг.

Кроме того, необходимо уметь выявить открывающиеся рыночные возможности, ни одно предприятие не может вечно полагаться на свои нынешние товары и услуги, их ассортимент и на свои рынки сбыта.

Существует несколько способов выявления новых рынков с помощью которых можно добиться конечных результатов деятельности.

Первый способ - это добиться более глубокого внедрения на рынок, т.е. рост продаж услуг ныне существующей целевой группе покупателей без внесения каких-либо изменений в сам товар или сами услуги. Другими словами, предприятие будет работать с существующими товарами и услугам на существующих рынках. В этом случае можно опробовать несколько подходов, в том числе снижение прейскурантных цен и тарифов, увеличение расходов на рекламу, т.е. привлечь внимание покупателей именно к тому предприятию.

Вторым способом - расширение границ рынка, можно добиться не меньших результатов.

Существуют и другие методы улучшения конечных результатов деятельности предприятий и тем самым их выживание в условиях рынка. Всем этим занимаются коммерческие службы, это является для них основной целью деятельности. Таким образом, если предприятие не хочет обанкротиться и закончить свое существование ему не возможно обойтись без коммерческой деятельности [7,c. 94].

Коммерческая деятельность предприятий подвержена постоянным изменениям, причем не столько по причине технологического прогресса, сколько в результате перемен потребности потребителей. Свобода выбора потребителя лучше всего способствует сохранению различных форм реализации продукции: однако со временем предпочтение потребителей изменяются, и иногда он начинает отвергать то, что хотел вчера и наоборот. Таким образом, ни одна форма сбыта, не обладает решительным преимуществом перед другими формами и никогда нельзя быть уверенным в том, что именно данный метод реализации услуг и товаров открывает путь к долговременному успеху, тем более, что всегда могут появиться новшества, основанные на иных методах, обслуживания запросов потребителей так, в последние годы многие компании в разных сферах начали экспериментировать наряду с производственными услугами открывать различные типы магазинов, чтобы лучше подновиться к будущему.

К новым методам относятся:

 продажа продовольственных и не продовольственных товаров по каталогам в демонстрационном зале;

 продажа в магазинах, имеющих небольшую торговую площади расположенных в самом центре города, которые имеют строгий интерьер, немногочисленный персонал и торгуют ограниченным ассортиментом;

 «удобные магазины» («SHOP»), которые торгуют ограниченным ассортиментом товаров, отдавая предпочтения свежим продуктами открытым для покупателя целые сутки. Их успехов настоящее время не оспорим.

Задача любого рыночного исследования состоит в оценке существующей ситуации, разработки прогнозов развития рынка и составления соответствующих мер маркетингового воздействия на рынок с целью обеспечения эффективности производственной и сбытовой деятельности предприятия. Только тот, кто знает или предвидит куда пойдет рынок и как будет развиваться товар, обеспечит себе рыночный успех. Таким образом изучение рынка становиться наиболее интересной и важной для развития предприятия областью исследования [45,c.291].

.2 Состав и структура товарных запасов в торговой деятельности

коммерческий торговый товарный запас

Предметы потребления, находящиеся в сфере товарного обращения, образуют товарные запасы. Постоянное наличие товарных запасов в обращении является необходимым условием удовлетворения спроса населения, выполнения плана товарооборота, нормальной работы торговых предприятий.

Управлять товарными запасами - значит планировать определенный объем и структуру запасов в соответствии с поставленными перед торговой организацией целями и контролировать, чтобы товарные запасы постоянно отвечали установленным критериям.

Необходимость образования товарных запасов обусловлена следующими факторами:

 время, необходимое для транспортировки товаров от места производства до места продажи, включая время на погрузочно-разгрузочные работы;

 сезонные колебания в производстве и потреблении товаров;

 несоответствие между производственным и торговым ассортиментом товаров, что требует подсортировки, упаковки и подработки;

 особенности территориального размещения производства;

 условия транспортировки товаров, расстояние между поставщиком и торговым предприятием;

 звенность товародвижения;

 возможности для хранения товара.

Таким образом, существование товарных запасов как категории товарного обращения обусловлено необходимостью обеспечения нормального процесса обращения товаров.

До момента продажи любой товар относится к категории товарного запаса. С экономической точки зрения эта форма существования товара является статичной (физически он может находиться в движении). Это обстоятельство, в частности, означает, что товарный запас является величиной моментной. Товарные запасы меняют свой размер - они постепенно вовлекаются в товарооборот, продаются, перестают быть запасами. Но поскольку товарные запасы замещаются другими партиями товаров, то есть, регулярно возобновляются, они являются постоянно существующей величиной, размер которой варьирует в зависимости от конкретных хозяйственных условий [21, с.62].

Кругооборот товаров, смена статичной формы запаса динамичной формой товарооборота составляет экономическое содержание процесса товарооборачиваемости.

Материально-производственные запасы в самом общем виде классифицируются по трем видам :

. Производственные запасы;

. Незавершенное производство;

3. Готовая продукция.

К первой группе относятся запасы сырья и материалов, покупных полуфабрикатов и комплектующих изделий, конструкций и деталей, топливо, тару и тарные материалы, отходы, запасные части, прочие материалы. Для каждого производственного процесса (или стадии производственного процесса) могут быть выделены следующие виды исходных материалов:

 Сырье, образующее в результате переработки значительную часть (по количеству или стоимости) конечного продукта. К сырью, как правило, относятся первичные материалы, не прошедшие переработки вообще или прошедшие ее в незначительной степени. Примерами могут служить продукты растениеводства, животноводства или рыболовства; продукты добычи и обогащения руды в горнодобывающей и металлургической промышленности, а также материалы, получаемые в результате специфических технологических процессов химической и физической обработки. Исходные продукты более высокой степени переработки, например предварительно смонтированные детали, составляющие значительную по количеству часть конечного продукта, такого, как электромотор, относятся к категории полуфабрикатов. Процедура закупки таких продуктов на стороне аналогична закупке остальных видов сырья.

 Вспомогательные материалы, занимающие незначительную (по количеству или стоимости) часть в составе конечного продукта. Тем не менее такие материалы могут иметь важное функциональное значение. Примерами вспомогательных материалов являются швейные нитки при пошиве одежды, монтажные болты, проволока. Необходимо также учитывать то обстоятельство, что отнесение продукта к той или иной категории материалов зависит от особенностей производственного процесса. Так, те же нитки в текстильной промышленности служат сырьем для изготовления ткани. Из проволоки определенного вида могут изготавливаться скрепки, и она в данном случае будет являться сырьем.

 Производственные материалы, не входящие в отличие от сырья и материалов в состав конечного продукта, но необходимые для нормального хода производственного процесса. Они обеспечивают ввод в действие и эксплуатацию оборудования. К таким средствам относятся смазочные материалы, охлаждающая жидкость для сверлильного оборудования, чистящие и моющие средства. К числу производственных материалов принадлежит также энергия, в силу высокой стоимости и значительной потребности в ней учитываемая, как правило, отдельно от остальных видов производственных материалов.

 К числу комплектующих относятся продукты, не требующие обработки вообще или требующие ее в незначительной степени. К числу производящихся с ними операций могут относиться пересортировка, изменение размера партии, маркировка и т. п.

Сырье, полуфабрикаты, вспомогательные материалы относятся к общей категории сырье и материалы (так как подвергаются обработке или переработке в процессе изготовления конечной продукции). Различные виды материалов для обеспечения коммерческого процесса:

представлены на рис. 2.

Рис. 1.1 Виды материалов для обеспечения коммерческого процесса

С позиции торговых предприятий товарные запасы можно классифицировать по ряду признаков.

. По местонахождению выделяют:

 товарные запасы в предприятиях торговли;

 товарные запасы в предприятиях промышленности;

 товарные запасы в пути.

. По назначению товарные запасы классифицируют на:

 товарные запасы текущего хранения - необходимые для обеспечения повседневных нужд торговых предприятий, их величина постоянно меняется.;

 товарные запасы сезонного назначения - предназначены для обеспечения бесперебойной торговли в периоды сезонных изменений спроса и предложения; образуются при сезонном характере производства, потребления или транспортировки. Примером сезонного характера производства может служить производство сельскохозяйственной продукции. Сезонный характер потребления имеет потребление бензина во время уборочной страды. Сезонный характер транспортировки обусловлен, как правило, отсутствием постоянно функционирующих дорог. К товарам сезонного накопления относятся картофель, овощи, фрукты, елочные украшения, меховые товары и т.д.;

 товарные запасы досрочного завоза - формируются для обеспечения бесперебойной торговли в отдаленных местностях в период между сроками завоза товаров.

3. По выполняемым функциям выделяют:

 подготовительные запасы (или запасы буферные) - выделяются из производственных запасов при необходимости дополнительной их подготовки перед использованием в производстве (сушка леса, например). Подготовительные запасы товарных средств производства формируются в случае необходимости подготовить материальные ресурсы к отпуску потребителям;

 текущий запас предназначен для обеспечения бесперебойной продажи;

 страховые запасы (гарантийные) - предназначены для непрерывного обеспечения материалами или товарами производственного или торгового процесса в случае различных непредвиденных обстоятельств, например, таких как:

 отклонения в периодичности и величине партий поставок от предусмотренных договором;

 возможных задержек материалов или товаров в пути при доставке от поставщиков;

 непредвиденного возрастания спроса.

В отличие от текущих запасов размер гарантийных запасов - величина постоянная. При нормальных условиях работы эти запасы неприкосновенны.

4. По размерам различают товарные запасы:

 минимальные - образуются в период перед очередным завозом товаров;

 максимальные - товарные запасы в период очередного завоза товаров;

 средние - рассчитываются как средняя арифметическая минимальных и максимальных запасов или как средняя хронологическая величина.

5. По срокам выделяют:

 отчетные - определяются на конкретную дату по отчетным числам;

 начальные или входные - рассчитываются на основе фактических запасов на последнюю отчетную дату или на начало планируемого периода;

 конечные или выходные - товарные запасы на конец планируемого периода.

6. По единицам измерения:

 товарные запасы в абсолютном измерении - могут быть представлены как в натуральном, так и в стоимостном выражении;

 товарные запасы в относительном измерении - в днях оборота.

Классификация по месту нахождения приведена на рисунке 3.

Все запасы, имеющиеся в экономике, определены как совокупные. Они включают в себя сырье, материалы (основные и вспомогательные), полуфабрикаты, детали, готовые изделия, а также запасные части для ремонта основных средств, как на производственных, так и на торговых предприятиях [14, с.233].



Рис. 1.2. Классификация запасов по месту нахождения

Совокупные запасы подразделяются на два вида: производственные и товарные. Производственные запасы - запасы, находящиеся на предприятиях всех отраслей сферы материального производства, предназначенные для производственного потребления. Цель создания производственных запасов - обеспечить бесперебойность производственного процесса. Производственные запасы формируются в организациях-потребителях. Товарные запасы находятся у организаций-изготовителей на складах готовой продукции, а также в каналах сферы обращения. Запасы в каналах сферы обращения разбиваются на запасы в пути и запасы на предприятиях торговли. Запасы в пути (или транспортные запасы) находятся на момент учета в процессе транспортировки от поставщиков к потребителям.

Каждая отдельная организация в логистической цепочке поставщиков и потребителей является с одной стороны организацией-поставщиком, а с другой - организацией-изготовителем. Следовательно, на любом предприятии всегда имеются производственные и товарные запасы.

Классификация запасов по исполняемой функции позволяет разделить производственные и товарные запасы на несколько подгрупп. Помимо этого производственные и товарные запасы обладают и некоторыми специфическими функциями. [14, с.235].

Производственные запасы предназначены для производственного потребления. Они должны обеспечивать бесперебойность производственного процесса. Производственные запасы учитываются в натуральных, условно-натуральных и стоимостных измерителях. К ним относятся предметы труда, поступившие к потребителю различного уровня, но еще не использованные и не подвергнутые переработке.

Товарные запасы необходимы для бесперебойного обеспечения потребителей материальными ресурсами.

Производственные и товарные запасы подразделяются на текущие, подготовительные, страховые, сезонные и переходящие (см. рисунок 4.).



Рис. 1.3. Классификация запасов по выполняемым функциям

Можно также выделить неликвидные запасы - так называют длительно неиспользуемые производственные и товарные запасы. Они образуются вследствие ухудшения качества товаров во время хранения, а также морального износа. Это единственный вид запаса, который не соответствует определенным выше критериям.

Таким образом, можно заключить, что в настоящее время в литературе по теории организации коммерческой деятельности категория запасов описана достаточно полно и подробно.

.3 Показатели планирования и управления товарными запасами

В бывшем СССР управление запасами и оборотными средствами на предприятиях осуществлялось с помощью определяемых норм. Правда, расчет этих норм производили по разным методическим документам, рекомендуемые в них методические подходы к определению норм и алгоритмы значительно разнились между собой. В результате предприятия были вынуждены проводить параллельно несколько самостоятельных расчетов, не увязанных между собой. В настоящее время методические подходы позволяют определить минимально необходимый и достаточный уровень запасов для коммерческой фирмы, обеспечивающий устойчивый процесс реализации в сложившихся рыночных условиях снабжения, сбыта и организации производства.

В условиях рыночной экономики становится актуальным вопрос организации оперативного контроля и управления запасами материальных ресурсов в коммерческих фирмах. Решению данной проблемы в определенной степени способствует внедрение автоматизированных систем управления фирмами, которые позволяют наладить учет движения материальных ресурсов (поступление, расход, ежесуточные остатки). Результатом решения задачи по оперативному контролю является получение ежедневной (недельной, декадной, месячной или иной периодичности) информации о фактическом наличии запасов на складах предприятия и степени их соответствия установленным нормам. Это позволяет осуществлять непрерывный контроль за их величиной, своевременно и оперативно выявлять образование излишних остатков или дефицита по отдельным позициям, который может нарушить организацию бесперебойности функционирования потребителя.

Система оперативного контроля и управления представляет собой организацию непрерывной деятельности работников отдела материально-технического снабжения в коммерческой фирме, направленную на формирование производственных запасов в экономически обоснованных размерах и обеспечение устойчивого объема и ассортимента материалов в течение всего планируемого периода для осуществления бесперебойной работы предприятия [31, с.180].

Имеющаяся информация о движении, стоимости, сформированная нормативная база по запасам и оборотным средствам и т.д. по любой из применяемых марок материалов позволяет менеджеру оперативно управлять материальными и финансовыми потоками:

выявить дефицитные позиции материальных ресурсов;

выбрать позиции материальных ресурсов, по которым сформировались излишние запасы и их можно реализовать;

оценить обеспеченность запасами и их структуру;

проанализировать структуру оборотных средств на предприятии;

определить, что и когда нужно заказать, в каком объеме, даты очередных заказов на поставку материальных ресурсов (т.е. сформировать план материально-технического снабжения на очередной месяц);

определить потребность в финансовых ресурсах для обеспечения необходимых поставок материалов в плановом месяце и т.д.

Недостаток запасов у фирмы приводит к нарушению ритмичности деятельности, снижению производительности труда, перерасходу материальных ресурсов. Недостаток сбытовых запасов не позволяет обеспечить бесперебойный процесс отгрузки готовой продукции, соответственно это уменьшает объемы ее реализации, снижает размер получаемой прибыли и потерю потенциальной клиентуры потребителей продукции, выпускаемой предприятием. В то же время наличие неиспользуемых запасов замедляет оборачиваемость оборотных средств, отвлекает из оборота материальные ресурсы и снижает темпы воспроизводства и ведет к большим издержкам по содержанию самих запасов. Высокий уровень излишних запасов приводит к увеличению издержек предприятия по содержанию самих запасов: необходимость иметь большие складские площади, нужно иметь увеличенный персонал (кладовщиков, грузчиков, бухгалтеров) для обработки и учета материалов, находящихся на складе, это дополнительные коммунальные платежи и налоги на имущество. Все это приводит к повышенным расходам на: амортизационные отчисления из-за созданных дополнительных складских помещений для хранения излишних запасов, затраты на зарплату увеличенного бухгалтерского и складского персонала (кладовщиков, грузчиков, обрабатывающих эти запасы), увеличенные коммунальные платежи - на освещение, отопление дополнительных складских помещений и т.д. Дополнительные издержки увеличивают себестоимость продукции и товаров, и снижают ее конкурентоспособность на рынке товаров.

Поэтому в условиях рыночной экономики менеджер фирмы, руководство и сотрудники его служб снабжения и сбыта, плановой и финансовой служб должны стремиться к эффективному управлению движением материальных и финансовых ресурсов - управлению процессами снабжения и сбыта, запасами и оборотными средствами, вложенными в эти запасы. Они должны своевременно предупреждать о наличии и появлении дефицитных позиций по товарно-материальным ценностям в фирме, которые грозят нарушить бесперебойность организации процесса производства, выявлять излишние запасы материальных ресурсов с целью определения возможности их реализации. Наличие оптимальных запасов в фирме, которое можно обеспечить путем организации управления и контроля за потоками материальных и финансовых ресурсов, за состоянием и уровнем запасов позволяет рассматриваемой фирме бесперебойно функционировать при малом объеме «омертвленных» материальных ресурсов и небольших размерах отвлеченных оборотных средств, вложенных в эти запасы. Это позволит выявить излишние запасы, реализация которых даст возможность снизить издержки по содержанию самих запасов и соответственно повысить эффективность.

Товарные запасы, создаваемые на предприятиях торговли, могут оцениваться суммой запасов в стоимостном выражении, количеством запасов в натуральном выражении или размером запасов в днях товарооборота. Они находятся в постоянном движении и обновлении. Конечной стадией их движения является потребление [19, с.84].

Основным назначением товарных запасов в оптовом звене является обслуживание потребности в товарах оптовых покупателей, в розничном - обеспечение устойчивого предложения товаров их потребителям. Таким образом, ассортимент товаров в каждом из звеньев товарного обращения является исходным, отправным моментом для создания товарных запасов.

Для поддержания товарных запасов на оптимальном уровне необходимо четко налаженная система управления ими.

Управление товарными запасами предполагает их нормирование, оперативный учет и контроль, а также регулирование. Нормирование товарных запасов позволяет разработать и установить их необходимые размеры [18, с.19].

Разработанные для оптовых предприятий необходимые размеры товарных запасов должны обеспечивать поддержание их на экономически обоснованном уровне, с тем, чтобы обеспечить бесперебойное и ритмичное товароснабжение розничных торговых предприятий. Они устанавливаются раздельно для товарных запасов текущего хранения, сезонного накопления и досрочного завоза по товарным группам в сумме и днях складского товарооборота.

Оперативный учет и контроль за состоянием товарных запасов ведется на основании действующих форм учета и отчетности. Для этой цели торговый отдел использует сведения количественно-суммового учета, статистические отчеты о товарообороте и товарных запасах. В них отражаются остатки товаров на начало месяца, а также данные об их поступлении на склад и продаже оптовым покупателям. Фактические остатки товаров сопоставляют с необходимыми размерами и при выявлении отклонений устанавливают причины, вызвавшие эти отклонения.

Регулирование товарных запасов заключается в поддержании их на определенном уровне, в маневрировании ими. Оно предлагает принятие менеджерами различных коммерческих решений с целью нормализации товарных запасов.

Товарные запасы анализируются, планируются и учитываются в абсолютных и относительных показателях.

Абсолютные показатели представляют собой стоимостные (денежные) и натуральные единицы, удобны и используются при проведении инвентаризаций в торговых предприятиях.

Главный недостаток абсолютных показателей - невозможность с их помощью определить степень соответствия величины товарного запаса потребностям развития товарооборота.

Поэтому более широкое распространение получили относительные показатели, позволяющие сопоставлять величину товарного запаса с товарооборотом торгового предприятия [19, с.113].

Первым относительным показателем, применяемым при анализе, является показатель товарных запасов в днях товарооборота, который рассчитывается на основе следующей формулы:

  (1.1)

где  - величина (уровень) товарных запасов;

 - размер товарных запасов на определённую дату, рублей;

 - однодневный товарооборот предприятия, рублей.

Показатель величины товарных запасов характеризует обеспеченность торгового предприятия запасами на определенную дату и показывает на какое число дней торговли (при сложившемся товарообороте) хватит этого запаса.

Вторым важнейшим показателем, характеризующим товарные запасы, является показатель товарооборачиваемости.

Товарооборачиваемость, будучи одним из показателей эффективности хозяйственной деятельности торгового предприятия в целом, позволяет оценить и количественно измерить два параметра, присущие товарным запасам: время и скорость их обращения.

Время товарного обращения, или товарооборачиваемость в днях товарооборота, рассчитывается по следующим формулам :

 или (1.2)

, (1.3)

где  - товарооборачиваемость в днях товарооборота;

 - средний размер товарных запасов за исследуемый период, рублей;

 - число дней в рассматриваемом периоде;

 - товарооборот предприятия за определенный период, рублей.

Товарооборачиваемость в днях товарооборота показывает время, в течение которого товарные запасы находятся в сфере обращения, то есть, число дней, за которое оборачивается средний товарный запас.

Скорость товарного обращения, или товарооборачиваемость в числе оборотов, рассчитывается по следующим формулам:

 или (1.4)

 (1.5)

где - товарооборачиваемость в числе оборотов;

 - товарооборачиваемость в днях товарооборота;

 - товарооборот за рассматриваемый период, рублей;

 - число дней в рассматриваемом периоде.

Товарооборачиваемость в числе оборотов показывает количество оборотов среднего товарного запаса за анализируемый период.

Между временем и скоростью товарного обращения существует устойчивая обратно пропорциональная зависимость.

Уменьшение времени и увеличение скорости товарного обращения позволяют осуществить больший объем товарооборота при меньших размерах товарного запаса, что способствует снижению товарных потерь, уменьшение расходов по хранению товаров, оплате процентов за пользование кредитом.

Ускорение товарооборачиваемости позволяет коммерческо-посредническим предприятиям вести свою деятельность с меньшими затратами денежных и материальных ресурсов.

На ускорение товарооборачиваемости влияют следующие факторы:

1) Рациональная организация товародвижения, устранение излишних звеньев в движении товаров, расширение транзитных отгрузок, механизация погрузо-разгрузочных работ, устранение встречных и излишне дальних перевозок.

2) Активное воздействие коммерческо-посреднических предприятий на промышленность в направлении приведения ассортимента производственной продукции в соответствии со спросом покупателей, улучшение качества товаров, увеличение выпуска расфасованных товаров.

) Внедрение прогрессивных методов продажи товаров, повышение культуры обслуживания.

) Совершенствование материально-технической базы, внедрение новой техники и технологий, а также механизация трудоемких работ.

) Повышение квалификации работников и рост эффективности их труда.

) Своевременная ликвидация товарных запасов, не пользующихся спросом населения, путем их уценки, продажи в кредит.

) Организация рациональных прямых связей коммерческо-посреднических предприятий с производителями своего региона.

) Совершенствование централизованной доставки, кольцевого завоза и других прогрессивных форм завоза товаров [12, с.54].

Величина, уровень товарных запасов и товарооборачиваемость являются взаимосвязанными показателями и зависят от следующих факторов внутренней и внешней среды торгового предприятия:

1. Внешние факторы по отношению к торговому предприятию, влияющие на размер товарных запасов:

 объем производства и качество продукции предприятий-производителей;

 уровень цен и соотношение спроса и предложения на конкретные товары и товарные группы;

 насыщенность товарных рынков;

 объемы импорта;

 сезонность производства;

 физико-химические свойства товаров, определяющие сроки их хранения и, следовательно, частоту поставок.

2. Внутренние факторы по отношению к торговому предприятию, влияющие на размер товарных запасов:

 широта и обновляемость ассортимента;

 звенность товародвижения;

 объем и структура товарооборота конкретного предприятия;

 организация и частота завоза товаров;

 состояние материально-технической базы конкретного торгового предприятия.

Изменения названных факторов могут влиять на величину товарных запасов и товарооборачиваемость, улучшая или ухудшая эти показатели [12, с.117].

В литературе представлен ряд методов анализа и учета, применение которых торговыми предприятиями возможно в современных условиях при изучении товарных запасов:

1. Инвентаризация, то есть, сплошной подсчёт всех товаров, которые при необходимости могут перевешиваться и перемериваться. Полученные данные в натуральном выражении оцениваются в действующих ценах и сводятся по товарным группам в общую сумму. Недостатками данного метода являются большая трудоёмкость и невыгодность для предприятия, так как при проведении инвентаризации предприятие, как правило, не функционирует.

. Снятие остатков или оперативный учет, то есть, сверка материально-ответственными лицами фактического наличия товара с данными товарного счета. Причем подсчитываются не товары, а товарные места (ящики, рулоны, мешки). Затем с учетом соответствующих норм производится пересчёт, определяется количество товаров, которое и оценивается по действующим ценам. Недостаток данного метода - меньшая точность, чем при инвентаризации.

. Балансовый метод, который основан на использовании балансовой формулы :

Зн+П = О + Др + Зк, (1.6)

где Зн - товарные запасы на начало анализируемого периода, рублей;

П - поступление товаров за анализируемый период, рублей;

О - товарооборот предприятия за анализируемый период, рублей;

Др - документированный расход товаров за анализируемый период, не являющийся продажей, рублей;

Зк - товарные запасы на конец анализируемого периода, рублей.

Балансовый метод менее трудоёмок, чем предыдущие, и позволяет обеспечить оперативный учет и анализ товарных запасов в связи с другими показателями.

Недостаток данного метода - отсутствие возможности исключить из расчета различного рода неустановленные потери, что приводит к некоторым искажениям суммы запасов.

Для устранения этого недостатка, данные балансового учета систематически должны сопоставляться с данными инвентаризации и снятия остатков.

Используя балансовый метод, легко осуществлять оперативный контроль за движением товаров.

Этот метод особенно эффективен при автоматизированном учете на базе компьютерной сети.

1.4 Планирование и нормирование товарных запасов в торговой фирме

Планирование потребности торгового предприятия в товарных ресурсах проводится в несколько этапов.

. Анализ обеспеченности предприятия товарными ресурсами и эффективности их использования в предплановом периоде.

Анализ отчетных данных об обеспеченности предприятия товарными ресурсами в предплановом периоде, о выполнении договоров, равномерности поступления товаров, оценка эффективности использования ресурсов в целом и важного составляющего их элемента - товарных запасов является необходимым, начальным этапом планирования потребности предприятия в товарных ресурсах.

Показатель, характеризующим обеспеченность фирмы товарными запасами на определенную дату является величина товарных запасов в днях или уровень товарных запасов (Утз в дн). Он показывает, на какое количество дней торговли при сложившемся товарообороте хватит имеющихся товарных запасов. Данный показатель определяется по формуле (1.1).

Сравнивая величину товарного запаса в днях с нормой товарных запасов, можно не только установить степень обеспеченности предприятия товарными запасами, но и предвидеть возможные затруднения в виде затоваривания или необеспеченности запасами. Если показатель товарных запасов в днях оборота больше нормативного значения, то существует угроза затоваривания, если наоборот - возможны перерывы в продаже товаров.

Анализ товарных ресурсов и товарных запасов завершается анализом эффективности их использования. Причем эффективность использования товарных ресурсов может быть определена как по показателю товарооборота, так и по показателю прибыли.

Эффективность использования товарных запасов чаще всего характеризуется временем обращения товаров в днях оборота и числом оборотов, то есть, скоростью товарооборота (товарооборачиваемостью). Эти показатели взаимосвязаны между собой и рассчитываются по формулам 1.2 и 1.4.

Продолжительность времени обращения товаров оказывает существенное влияние на финансовые результаты хозяйственной деятельности предприятия, способствуя получению дополнительной прибыли в случае ускорения оборачиваемости или вызывая определенную потерю выгоды в случае ее замедления. Поэтому в ходе проведения анализа товарных запасов необходимо не только охарактеризовать скорость их обращения, но также измерить влияние на нее отдельных факторов и определить сумму дополнительной прибыли (или ее потери) в случае ускорения (замедления) товарооборачиваемости. На время обращения товаров оказывают влияние такие факторы, как увеличение объема товарооборота и суммы среднего товарного запаса, изменение структуры товарооборота. Каждый из этих факторов приводит к замораживанию или высвобождению средств из оборота и соответственно к увеличению прибыли или потере выгоды. Сумма высвобожденных из оборота (дополнительно вовлеченных в оборот) средств определяется по формуле:

, (1.7)

где - сумма высвобожденных из оборота (дополнительно вовлеченных) средств, рублей;

ООД - однодневный товарооборот, рублей;

 - товарооборачиваемость, дни.

Размер дополнительной прибыли, полученной за счет ускорения оборачиваемости, можно вычислить по сложившемуся в отчетном году уровню рентабельности:

, (1.8)

где - сумма дополнительной прибыли (потери выгоды), рублей;

- уровень рентабельности основной деятельности, в % к товарообороту.

. Расчёт необходимого размера запасов товаров на плановый период.

На втором этапе планирования потребности предприятия в товарных ресурсах производится нормирование и планирование товарных запасов. При этом расчет норматива товарных запасов производится, как правило, на конец планового периода, поскольку входные запасы, то есть запасы на начало планового периода, равны величине товарных запасов на конец предпланового периода.

Планирование товарных запасов производится как в днях оборота, так и в денежном выражении. Расчет нормы товарных запасов в днях представляет собой процесс нормирования товарных запасов, в то время как расчет плановой суммы товарных запасов получил название планирования товарных запасов. Эти процессы неразделимы и, как правило, один сопровождает другой. При нормировании и планировании товарных запасов могут быть использованы следующие методы:

 экономико-статистический;

 удельных приращений;

 технико-экономических расчетов.

Наиболее простыми, информационно обеспеченными, а потому и наиболее применимыми являются первые два метода. Они базируются на имеющейся на торговом предприятии информации о фактических товарных запасах и объеме товарооборота.

Метод технико-экономических расчетов наиболее сложен из-за трудностей в сборе необходимой информации, для чего следует проводить специальное обследование предприятия. Он представляет интерес прежде всего потому, что дает представление об отдельных элементах норматива товарного запаса.

При использовании экономико-статистического метода расчёт норматива товарного запаса в днях чаще всего производится с помощью скользящей средней.

Разновидностью экономико-статистического метода расчета норматива товарного запаса является метод удельных приращений.

В основе метода удельных приращений лежит соотношение в темпах прироста товарных запасов и товарооборота. Это соотношение можно назвать коэффициентом эластичности, показывающим, как изменится размер товарных запасов при условии изменения товарооборота на 1%.

Применение в торговле метода технико-экономических расчётов объясняется тем, что данный метод является наиболее достоверным и точным. Суть метода технико-экономических расчетов состоит в следующем: вся масса товарных запасов разбивается на отдельные элементы, соответствующие стадиям пути товаров от момента поступления в торговое предприятие до их реализации конечным потребителем. Планируются и нормируются эти элементы отдельно. Затем определяется норматив товарных запасов как сумма отдельных элементов.

При использовании этого метода норма товарных запасов включает в себя следующие элементы:

 время для приемки, проверки и подготовки товаров к продаже;

 время пребывания товаров в форме торгового запаса;

 гарантийный (страховой) запас товаров.

Время для приемки, проверки и подготовки товаров к продаже определяется путем хронометража, а время пребывания товарных запасов в форме товарного запаса рассчитывается. При этом учитывают, что торговый запас делится на две части: запас товаров, который должен постоянно находиться в торговом зале, и запас текущего пополнения, то есть, предназначенный для обеспечения бесперебойной продажи товаров.

Для того чтобы количественно измерить первую часть торгового запаса, определяют число ассортиментных разновидностей и среднюю цену на каждый вид товара. Затем к произведению этих двух величин прибавляют среднедневной оборот и полученную величину делят на среднедневной оборот по этой группе товаров:

ЗТЗ , (1.9)

где ЗТЗ - планируемая величина запаса в торговом зале;

ООД - однодневный товарооборот, рублей;

- средняя цена одной разновидности товара;

К - количество разновидностей.

2. Вторую часть торгового запаса устанавливают по каждой группе товаров, исходя из частоты поступления. Запас текущего пополнения - предназначен для обеспечения бесперебойной торговли в периоды до очередного поступления товаров. Планируемая величина запаса текущего пополнения зависит от периодичности поставок - чем реже периодичность поставок, тем больше должна быть величина этого запаса. Величина запаса текущего пополнения традиционно определяется с использованием модели Уилсона:

, (1.10)

где  - запас текущего пополнения, дни;

V - объем товарооборота (или объем поставки по договору, или плановый объем закупки товаров);

Ux - расходы на хранение разновидности товара;

U3 - расходы по транспортировке партии товара.

Также запас текущего пополнения может рассчитываться по следующей формуле:

 (1.11)

Гарантийный (страховой) товарный запас предназначен для нивелирования неравномерности поставок, изменений спроса и составляет до 100% запаса текущего пополнения для товаров повседневного спроса, а по другим - до 50% запаса текущего пополнения.

Таким образом, технико-экономический метод планирования и нормирования товарных запасов дает следующую формулу расчета норматива товарного запаса [18, с.116]:

Н = Т3п + ТЗТ + ТЗС, (1.12)

где Н - норматив товарного запаса (по товарной группе), дни;

ТЗП - время на приемку, проверку, подготовку товаров к продаже, дни;

ТЗТ - торгово-товарный запас, дни;

ТЗС - страховой товарный запас, дни.

Аналогично проводят расчет по всем товарным группам, и суммарный результат определяет норматив по торговому предприятию в целом.

Таким образом, используя различные методы планирования и нормирования товарных запасов, перечисленные выше, определяется минимальное количество товарных запасов, которое должно постоянно находиться на складе. После чего менеджерам торговой фирмы необходимо перейти к разработке мер по управлению товарными запасами.

2. Исследование системы управления запасами фирмы ООО «Лукоморье»

.1 Характеристика торговой фирмы ООО «Лукоморье»

В рамках данной выпускной работы в качестве объекта исследования была выбрана фирма общество с ограниченной ответственностью «Лукоморье» (ООО «Лукоморье»).

Данная фирма имеет юридический адрес: город Новосибирск, улица Островского, 37, офис 305, 306, 307, 308.

Торговая фирма ООО «Лукоморье» не имеет дочерних предприятий (филиалов, представительств). В свою очередь, ООО «Лукоморье» самостоятельное предприятие, не являющееся дочерней или зависимой организацией.

Компания ООО «Лукоморье» является новосибирским производителем одежды для будущих мам, а также занимается ее оптовой и розничной продажей. Данная организация была образована в 2003 году, таким образом, рассматриваемая фирма функционирует 6 лет, и уже успела занять достаточно сильные позиции на рынке.

С первых дней своей деятельности компания ООО «Лукоморье» придерживается принципа создания модной и качественной одежды для будущих мам по доступным ценам. Для производства изделий она использует ткани из натуральных волокон (хлопок, лён, вискоза, шерсть). Искусственные волокна добавляются только в тех случаях, когда это позволяет существенно улучшить внешний вид изделия, повысить его носкость.

На все виды предлагаемых услуг и товаров у ООО «Лукоморье» имеются соответствующие лицензии, производимая продукция соответствует действующим ГОСТам.

Коллекция одежды ООО «Лукоморье» обновляется 2 раза в год. Конструкторы и технологи данной компании постоянно работают над созданием моделей, которые соответствуют вкусам будущих мам не только по цветам и фасонам, но удобны и практичны. Кроме того, многие модели ООО «Лукоморье» можно носить как во время беременности, так и после рождения ребенка. Главными принципами для этой организации при создании моделей является то, чтобы в одежде от ООО «Лукоморье» каждая будущая мама выглядела привлекательно, чувствовала себя комфортно, и сохраняла хорошее настроение на протяжении всего периода беременности.

Ежегодно компания ООО «Лукоморье» участвует в выставках, посвященных легкой промышленности и товарам для мам и детей. Продукция этой фирмы получила высокую оценку не только среди потребителей, но и в кругу профессионалов. Доказательством тому служат дипломы, которых удостоена одежда ООО «Лукоморье» на выставках «Мама и Дитя» в городе Екатеринбурге и городе Москве, «Сибигрушка» в городе Новосибирске» и многих других.

ООО «Лукоморье» является юридическим лицом и имеет в собственности имущество, учитываемое на балансе предприятия, может от своего имени приобретать и осуществлять имущественные и личные неимущественные права, нести обязанности, быть истцом и ответчиком в суде. Общество имеет гражданские права и несет обязанности, необходимые для осуществления любых видов деятельности, не запрещенные федеральными законами. ООО «Лукоморье» имеет расчетные счета в учреждениях банков.

За годы функционирования ООО «Лукоморье» не изменяло первоначальной организационно-правовой формы.

В соответствии с Гражданским Кодексом РФ, а также уставом предприятия высшим органом управления в ООО «Лукоморье» является общее собрание его участников. Управленческий персонал, а также прочие работники предприятия не участвуют в уставном капитале ООО «Лукоморье». Иностранные хозяйствующие субъекты, государственные структуры, а также некоммерческие организации не имеют долей в уставном капитале ООО «Лукоморье». Каждый из учредителей имеет равную долю в уставном капитале ООО «Лукоморье», которая составляет 20% от величины уставного капитала предприятия. Существующие учредители не участвуют в текущем управлении предприятием.

Организационная структура управления предприятием - это совокупность его производственных и управленческих подразделений и связей между ними. В ООО «Лукоморье» выделяют структуру аппарата управления, торгово-оперативную и производственную структуру. ООО «Лукоморье» за 2009 год имеет среднесписочную численность 24 человека, что на два человека больше, чем в 2008 году. В настоящее время организационная структура управления ООО «Лукоморье» имеет вид (рис. 1.4):

механик конструктор технолог продавец заведующий

швейного магазином

оборудования

портные закройщики

Рис. 1.4 - Организационная структура ООО «Лукоморье» в 2009 году

ООО «Лукоморье» реализует несколько товарных групп, среди которых брюки, комбинезоны, юбки, капри, блузы, сарафаны, джемпера.

Предприятие ООО «Лукоморье» в своей деятельности использует такую форму оптовых продаж, как продажа товаров по предварительным заявкам. Содержание данной формы продаж заключается в том, что на основе ранее заключённого договора поставки товаров предприятие-потребитель, выявив у себя потребность в соответствующем виде товара, отправляет торговой фирме ООО «Лукоморье» в письменной форме заявку о желании приобрести определённое количество товара. В свою очередь ООО «Лукоморье» осуществляет отгрузку указанного в заявке количества товара со своего склада.

Так как ООО «Лукоморье» является производителем одежды, это дает возможность данному предприятию устанавливать цену реализации ниже, чем у предприятий, реализующих аналогичные товары и приобретающих их через посреднические звенья.

Основные оптовые потребители одежды для беременных, реализуемых ООО «Лукоморье», а также величина продаж, приходящихся на каждого потребителя за 2008 год представлены в таблице 2.1.

Таблица 2.1 - Оптовые потребители товаров, реализуемых ООО «Лукоморье» за 2008 год.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Оптовые потребители | Товарооборот, руб. | Удельный вес в общей сумме реализованной продукции, % |
| 1 | Г.Владивосток | 206 400 | 43,0 |
| 2 | Г.Сургут | 163 200 | 34,0 |
| 3 | Г.Якутск | 110 400 | 23,0 |
|  | Итого | 480 000 | 100 |

Из приведённой таблицы видно, во-первых, что основные оптовые потребители ООО «Лукоморье» географически расположены на территории Сибири и Дальнего Востока. Во-вторых, общий товарооборот по трем городам за 2008 год составил 480 000 рублей, в 2007 году - еще меньше. Из чего можно сделать вывод, что основными потребителями одежды для беременных ООО «Лукоморье» являются частные лица. Удельный вес продажи товаров частным лицам в общей сумме реализованных товаров в 2008 году составил 97%. Продажа одежды ООО «Лукоморье» частным лицам осуществляется через магазин «Лукоморье».

В качестве основных конкурентов ООО «Лукоморье» можно выделить следующие предприятия, занимающиеся реализацией одежды для беременных, а также оказывающих схожий перечень дополнительных услуг:

) Магазин «Аист»

) ООО «Кенгу.ру»

) ООО «Блисс Сибирь»

) Магазин «Счастливый кроха»

) Салон одежды «VIOLET»

ООО «Лукоморье» часто за период своего функционирования прибегало к внешним заимствованиям, в качестве которых выступали кредиты коммерческого банка.

Кредитным учреждением, выдававшим кредиты ООО «Лукоморье» являлся коммерческий банк «Урсабанк». Все выданные кредиты носили краткосрочный характер. Во всех случаях кредитования залоговым обеспечением выступали основные фонды и товарные запасы в виде готовой продукции.

Важным аспектом при характеристике ООО «Лукоморье» является описание ценовой политики предприятия. При определении конечной цены реализации ООО «Лукоморье» устанавливает средний размер торговой надбавки, величина которой покрывает издержки обращения, которые предприятие несёт в результате осуществления коммерческой деятельности, величину косвенных налогов, включаемых в цену на товар и необходимый размер прибыли, который достаточен для осуществления самофинансирования деятельности предприятия ООО «Лукоморье». Средний размер торговой надбавки устанавливается на всю товарную группу и составляет 50%.

.2 Анализ деятельности торговой фирмы ООО «Лукоморье»

Анализ деятельности фирмы предполагает анализ основных показателей ее коммерческой деятельности, т.е. рассмотрение состава, структуры, динамики показателя, а также обеспеченность им фирмы и эффективность его использования.

ООО «Лукоморье» реализует несколько товарных групп, среди которых брюки, комбинезоны, юбки, капри, блузы, сарафаны, джемпера и т.д.

Основные виды реализуемой предприятием продукции, а также средние розничные цены за 2007 и 2008 годы представлены в таблице 2.2.

Таблица 2.2. - Основные виды реализуемой ООО «Лукоморье» продукции за 2007 - 2008 гг.

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование | Розничная цена за единицу продукции, руб. | | Количество товара, реализованного в 2007 году, шт. | Количество товара, реализованного в 2008 году, шт. | Товарооборот, руб. | |
|  |  | 2007 год | 2008 год |  |  | 2007 год | 2008 год |
| 1 | Брюки | 1275 | 1380 | 1568 | 2608 | 1 999 200 | 3 599 040 |
| 2 | Юбка | 1200 | 1275 | 336 | 284 | 403 200 | 362 100 |
| 3 | Сарафан | 1470 | 1575 | 530 | 825 | 799 680 | 1 300 000 |
| 4 | Капри | 1200 | 1290 | 1068 | 1814 | 1 281 600 | 2 340 000 |
| 5 | Блуза | 1125 | 1200 | 924 | 1132 | 1 039 500 | 1 358 400 |
| 6 | Джемпер | 1320 | 1425 | 848 | 1104 | 1 119 360 | 1 573 200 |
| 7 | Комбинезон | 1275 | 1380 | 504 | 944 | 642 600 | 1 302 720 |
| 8 | Джинсы | 1300 | 1400 | 554 | 892 | 720 000 | 1 248 800 |
| 9 | Бандаж | 650 | 650 | 4432 | 7200 | 2 880 800 | 4 680 000 |
| 10 | Нижнее белье | 270 | 300 | 3259 | 19656 | 3 519 720 | 5 896 800 |
| 11 | Специализированная литература: | 320 | 320 | 375 | 1462 | 480 000 | 468 000 |
| 12 | Косметика | 300 | 300 | 933 | 6239 | 1 119 600 | 1 871 680 |
|  | Итого: | - | - | 7 261 | 10 773 | 16 000 000 | 26 000 000 |

Из приведённой таблицы видно, что ООО «Лукоморье» является специализированным предприятием, так как реализует близкие по способу производства и назначению товарные группы.

Основные показатели коммерческой деятельности фирмы ООО «Лукоморье» представлены в таблице 2.3 .

Таблица 2.3 - Основные показатели коммерческой деятельности фирмы ООО «Лукоморье» за 2007 - 2008 гг.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Показатели | 2007 год, руб. | 2008 год, руб. |
| 1 | 2 | 3 |
| Товарооборот | 16 000 000 | 26 000 000 |
| Основные фонды: | 2 000 000 | 2 200 000 |
| в том числе: швейное оборудование | 1 300 000 | 1 500 000 |
| транспортные средства | 700 000 | 700 000 |
| Расходы: | 13 310 000 | 20 320 000 |
| в том числе: расходы на рекламу | 250 000 | 320 000 |
| расходы на аренду | 500 000 | 620 000 |
| расходы на выплату заработной платы | 5 600 000 | 6 500 000 |
| транспортные расходы | 160 000 | 200 000 |
| расходы на хранение | 100 000 | 120 000 |
| выплаты поставщикам | 6 300 000 | 12 000 000 |
| амортизация основных фондов | 200 000 | 320 000 |
| проценты на пользование кредитом и займом | 200 000 | 240 000 |
| налоговые и прочие отчисления | 1 400 000 | 1 900 000 |
| Доход | 2 690 000 | 5 680 000 |
| Чистая прибыль | 1 290 000 | 3 780 000 |
| Рентабельность прибыли | 0,097 | 0,186 |
| Рентабельность основных фондов | 0,645 | 1,718 |
| Рентабельность оборотных средств | 0,21 | 0,14 |

По данным таблицы 2.3 можно сделать вывод о том, что все основные показатели, представленные в таблице и характеризующие коммерческую деятельность фирмы ООО «Лукоморье», имеют тенденцию к увеличению своих значений на протяжении рассматриваемого периода с 2007 по 2008 год включительно. Из таблицы видно, что предприятие ООО «Лукоморье» увеличивает масштабы своей деятельности, на что указывает рост товарооборота. В свою очередь, наращивание масштабов деятельности связано с увеличением общей суммы издержек обращения в целом и фонда заработной платы в частности.

Положительным моментом деятельности предприятия является увеличение размера чистой прибыли, что лежит в основе обеспечения финансовой независимости, а также обеспечении расширенного воспроизводства в рамках предприятия.

Проведем анализ основных показателей, характеризующих коммерческую деятельность фирмы ООО «Лукоморье».

Анализ реализации товаров (оптового и розничного товарооборота) предприятия ООО «Лукоморье» является важным направлением анализа деятельности предприятия в целом, так как товарооборот представляет собой главный объёмный показатель, характеризующий масштабы деятельности предприятия. Проанализируем товарооборот данного предприятия.

Товарооборот ООО «Лукоморье» за 2007 год составил 16000000 рублей, за 2008 год - 26000000 рублей.

Данные, характеризующие динамику физического объёма товарооборота, а также структуру товарооборота фирмы по товарным группам, представлены в таблице 2.4.

Таблица 2.4 - Состав и динамика реализации товаров на предприятии ООО «Лукоморье» в 2007 и 2008 годах

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование | Товарооборот, руб. | | Товарооборот, % | |
|  |  | 2007 год | 2008 год | 2007 год | 2008 год |
| 1 | Брюки | 1 999 200 | 3 599 040 | 12,5 | 13,8 |
| 2 | Юбка | 403 200 | 362 100 | 2,5 | 1,4 |
| 3 | Сарафан | 799 680 | 1 300 000 | 5,0 | 5,0 |
| 4 | Капри | 1 281 600 | 2 340 000 | 8,0 | 9,0 |
| 5 | Блуза | 1 039 500 | 1 358 400 | 6,5 | 5,2 |
| 6 | Джемпер | 1 119 360 | 1 573 200 | 7 | 6,1 |
| 7 | Комбинезон | 642 600 | 1 302 720 | 4,0 | 5,0 |
| 8 | Джинсы | 720 000 | 1 248 800 | 4,5 | 4,8 |
| 9 | Бандаж | 2 880 800 | 4 680 000 | 18,0 | 18,0 |
| 10 | Нижнее белье | 3 519 720 | 5 896 800 | 22 | 22,7 |
| 11 | Специализированная литература | 480 000 | 468 000 | 3,0 | 1,8 |
| 12 | Косметика | 1 119 600 | 1 871 680 | 7,0 | 7,2 |
|  | Итого: | 16 000 000 | 26 000 000 | 100 | 100 |

Из приведённой таблицы видно, во-первых, что товарооборот фирмы ООО «Лукоморье» увеличился с 16000000 рублей в 2007 году до 26000000 рублей в 2008 году , т.е. на 38,5%. Во-вторых, товарооборот по таким товарным группам, как брюки, капри, комбинезоны, джинсы, нижнее белье и косметика увеличивался на протяжении всего периода с 2007 по 2008 год. Более наглядно это видно на рисунке 6.

Данный прирост имел место по причине увеличения физического объёма реализации товаров рассматриваемых товарных групп.

На объем розничного товарооборота влияют многочисленные факторы, среди которых можно выделить такие, как:

1) Численность работников, организация и производительность их труда;

2) Исследование основных фондов;

Рассмотрим эти факторы.



Рис.1.5. Состав и динамика реализации товаров на предприятии ООО «Лукоморье» за 2007 - 2008 гг.

Проанализируем эффективность использования основных фондов на фирме ООО «Лукоморье». Для этого воспользуемся данными таблицы 2.3.

Наибольший удельный вес в общей сумме основных средств на протяжении рассматриваемого периода с 2007 по 2008 год занимало швейное оборудование, доля которого в 2008 году составила 70,5 %. Данный факт объясняется тем, что фирма ООО «Лукоморье» не обладает правом собственности на объекты основных средств, имеющие высокую рыночную стоимость такие, как здания и сооружения. Поэтому наиболее дорогостоящими, а, следовательно, занимающими наибольший удельный вес в общей сумме основных средств на предприятии ООО «Лукоморье», занимающегося пошивом одежды, является швейное оборудование.

Состав основных средств фирмы отражает содержание и специфику деятельности ООО «Лукоморье» - производство, а также оптовая и розничная торговля одеждой для беременных.

В структуре основных фондов фирма ООО «Лукоморье» не имеет каких-либо объектов непроизводственной сферы, например, социального характера.

Особенностью формирования материально-технической базы ООО «Лукоморье» является отсутствие каких-либо инвестиционных программ на предприятии, связанных с намерением произвести долгосрочное вложение денежных средств в те или иные объекты основных средств, такие как земельные участки, собственные офисные помещения и складские площади.

Важным аспектом анализа основных фондов на предприятии является оценка эффективности использования основных фондов.

Главным показателем эффективного использования основных средств является показатель фондоотдачи, который характеризует величину товарооборота, приходящуюся на 1 рубль основных фондов. Данный показатель рассчитывается как отношение товарооборота к среднегодовой стоимости основных средств:

ФО = товарооборот / ОФср,

где ФО - фондоотдача;

ОФср - среднегодовая стоимость основных фондов.

Для расчета этого показателя используем данные, приведенные в таблице 2.3.

ФО2007 = 16 000 000 / 1 000 000 = 16,0 руб.

ФО2008 = 26 000 000 / 1 100 000 = 23,6 руб.

Это означает, что в 2007 году на 1 рубль основных фондов приходился 16 рублей товарооборота, а в 2008 году на 1 рубль основных фондов приходится 23,6 рублей товарооборота. Таким образом, из приведенных расчетов видно, что такой обобщающий показатель эффективности использования основных фондов, как фондоотдача увеличился на 7,6 рублей, следовательно, эффективность использования основных фондов на предприятии повышается.

Еще одним показателем эффективности использования основных фондов является фондоемкость - показатель обратный фондоотдаче. Фондоемкость основных фондов предприятия рассчитывается как отношение стоимости основных производственных фондов к объему выпускаемой продукции по стоимости. Чем ниже показатель фондоемкости, тем, следовательно, эффективнее используются основные фонды и появляются условия экономии капиталовложений. Показатель фондоемкости можно исчислить двумя способами:

ФЕ = ОФср / товарооборот

ФЕ = 1 / ФО,

где ФЕ - фондоемкость;

ОФср - среднегодовая стоимость основных фондов;

ФО - фондоотдача.

Рассчитаем фондоемкость:

ФЕ2007 = 1/ 16 = 0,06 руб.

ФЕ2008 = 1/ 23,6= 0,04 руб.

Это означает, что на 1 рубль товарооборота в 2007 году приходилось 0,06 рублей основных фондов, а в 2008 году на 1 рубль товарооборота приходится 0,04 рубля основных фондов. Показатель фондоемкости невелик и с 2007 года по 2008 год он уменьшился на 0,02 рубля, что также говорит о повышении эффективности использования основных фондов.

Важными для рассмотрения и оценки обеспеченности работников фирмы ООО «Лукоморье» средствами труда являются показатели фондовооружённости. Он рассчитывается как отношение среднегодовой стоимости основных средств к среднесписочному количеству работающих на данном предприятии и показывает сколько основных средств (в рублях) приходится на одного работающего. Этот показатель отражает оснащенность одного работающего всеми основными фондами.

ФВ = ОФср / среднесписочная численность работников,

где ФВ - фондовооруженность;

ОФср - среднегодовая стоимость основных фондов.

Рассчитаем фондовооруженность за два года:

ФВ2007 = 1 000 000 / 22 = 45 454,5 руб.

ФВ2008 = 1 100 000 / 24 = 45 833,3 руб.

Это означает, что в 2007 году на одного работника ООО «Лукоморье» приходилось 45454,5 рублей основных средств, а в 2008 году - 45833,3 рублей основных средств. Из расчетов видно, что показатель фондовооруженности с 2007 года по 2008 год увеличился а, следовательно, обеспеченность работников предприятия средствами труда (объектами основных фондов) повысилась. Повышение обеспеченности работников предприятия основными фондами имело место, так как, принимая работников в штат, руководство ООО «Лукоморье» обеспечивало работников средствами труда.

Для оценки эффективности использования основных фондов на предприятии ООО «Лукоморье» важным является показатель рентабельности использования основных фондов, рассчитанный на основе показателя чистой прибыли предприятия.

Динамика показателя рентабельности использования основных фондов за период с 2007 по 2008 год имеет тенденцию к увеличению значения рассмотренного показателя. Это свидетельствует о том, что размер чистой прибыли, получаемый ООО «Лукоморье» на каждый рубль основных фондов, вовлекаемых в коммерческую деятельность, увеличивается и в 2008 году составил 1,72 рубля чистой прибыли на один рубль основных фондов.

Таким образом, по результатам расчётов, проведённых на основе таблиц 2.2 и 2.3 можно сделать вывод о том, что в 2008 году имеет место тенденция повышения эффективности использования основных фондов предприятия ООО «Лукоморье» (так как увеличивалась фондоотдача и снижалась фондоёмкость, а также увеличивалась фондовооруженность).

Анализ трудовых ресурсов фирмы ООО «Лукоморье» может быть проведён по ряду направлений, в числе которых оценка количественных и качественных характеристик персонала предприятия (численность и структура персонала).

Анализ трудовых ресурсов ООО «Лукоморье» имеет важное значение, так как от обеспеченности предприятия квалифицированными кадрами, а также эффективности использования опыта и навыков работников предприятия во многом зависит конечный результат финансово-хозяйственной деятельности.

Данные о численности, составе и структуре персонала на предприятии ООО «Лукоморье» приведены в таблице 2.5. и 2.6.

Таблица 2.5 - Состав и динамика персонала фирмы ООО «Лукоморье» за 2007 - 2008 гг.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование | Количество работников в 2007 году, чел. | Количество работников в 2008 году, чел. | Количество работников в 2007 году, % | Количество работников в 2008 году, % |
| 1 | Управленческий персонал | 4 | 4 | 18,2 | 16,7 |
| 2 | Торгово-оперативный персонал | 2 | 3 | 9,1 | 12,5 |
| 3 | Производственный персонал | 16 | 17 | 72,7 | 70,8 |
|  | Итого | 22 | 24 | 100 | 100 |

Таблица 2.6 - Структура персонала фирмы ООО «Лукоморье» за 2007 -2008 гг.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование | Количество работников в 2007 году, чел. | Количество работников в 2008 году, чел. | Количество работников в 2007 году, % | Количество работников в 2008 году, % |
| Работники с общим стажем больше 10 лет | 6 | 9 | 27,3 | 37,5 |
| Работники с высшим образованием | 9 | 12 | 40,9 | 50 |
| Итого | 22 | 24 | 100 | 100 |

Из таблицы 2.5. видно, что на протяжении всего рассматриваемого периода среднесписочная численность работников предприятия увеличилась с 22 человек в 2007 году до 24 человек в 2008 году, т.е. на 2 человека, что составляет 8,3% от среднесписочной численности 2007 года. Это свидетельствует о расширении штата работников предприятия ООО «Лукоморье».

Важное значение для анализа трудовых ресурсов имеет качественная характеристика персонала фирмы ООО «Лукоморье», в силу того, что позволяет оценить структуру и состав работников предприятия. Деление работников предприятия по категориям даёт возможность представить персонал предприятия по группам, исходя из выполняемых ими функций и направлений деятельности.

Из таблицы 2.5. видно, что численность двух категорий (торгово-оперативный и производственный персонал) на протяжении с 2007 по 2008 год увеличивалась.

Изменения численности управленческого персонала (специалистов и руководителей) за рассматриваемый период не произошло, однако наблюдается снижение удельного веса данной категории работников в среднесписочной численности. Доля управленческого персонала за рассматриваемый период снизилась с 18,2% в 2007 году до 16,7% в 2008 году. Данный факт объясняется тем, что на ранних стадиях функционирования предприятия, таких как создание и выход на рынок в структуре функций управления на предприятии важное значение имеет организация деятельности предприятия (заключение договоров, подбор и наём работников, распределение обязанностей и организация работ на предприятии в целом).

По сравнению с изменением управленческого персонала предприятия происходит увеличение удельного веса торгово-оперативного персонала в структуре работников фирмы ООО «Лукоморье» с 9,1% в 2007 году до 12,5% в 2008 году. Численность работников торгово-оперативного персонала возросла с 2 человек в 2007 году до 3 человек в 2008 году, что составляет прирост на 33,3%. Подобная тенденция увеличения численности торгово-оперативного персонала обусловлена, во-первых, наращиванием масштабов деятельности фирмы ООО «Лукоморье» (товарооборот с 2007 по 2008 годы вырос на 38,5%), во-вторых, за рассматриваемый период с 2007 по 2008 год происходит увеличение числа потребителей, а также происходит дифференциация работы с ними.

Также увеличилась численность производственного персонала с 16 человек в 2007 году до 17 человек в 2008 году, т.е. на 5,9%.Однако, наряду с изменением численности вспомогательного персонала происходит снижение удельного веса данной категории работников в среднесписочной численности. Доля производственного персонала за рассматриваемый период снизилась с 72,7% в 2007 году до 70,8% в 2008 году.

Таким образом, за рассматриваемый период с 2007 по 2008 год имеют место несколько тенденций в изменении численности и структуре работников фирмы ООО «Лукоморье», в том числе увеличение доли торгово-оперативного персонала на 33,3% в 2008 году по сравнению с 2007, а также преобладание опытных работников с общим стажем работы свыше 10 лет, доля которых в 2008 году составила 37,5%, а также работников с высшим образованием, удельный вес которых в среднесписочной численности в 2008 году составил 50% (по данным табл. 2.6). Таким образом, на предприятии ООО «Лукоморье» имеет место достаточно высокая обеспеченность трудовых процессов работниками с высшим образованием и имеющими длительный опыт работы.

Анализ оборотных средств является важным направлением анализа деятельности фирмы ООО «Лукоморье». Анализ оборотных средств может проводиться по различным направлениям, среди которых оценка состояния и динамики, а также эффективности использования предприятием оборотных средств.

Данные о составе и динамике оборотных средств на предприятии ООО «Лукоморье» за период с 2007 по 2008 год представлены в таблице 2.7.

Таблица 2.7 - Состав и динамика оборотных средств фирмы ООО «Лукоморье» за 2007-2008 гг.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Оборотные средства | 2007 год, руб. | 2008 год, руб. | 2007 год, % | 2008 год, % |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 1 | Товарные запасы | 10 000 000 | 20 000 000 | 88,1 | 93,5 |
| 2 | Дебиторская задолженность | 261 050 | 363 800 | 2,3 | 1,7 |
| 3 | Денежные средства | 1 089 600 | 1 027 200 | 9,6 | 4,8 |
|  | Итого | 11 350 000 | 21 400 000 | 100,0 | 100,0 |



Рис.1.6. Динамика оборотных средств фирмы ООО «Лукоморье» за 2007-2008 гг.

Из таблицы 2.6. и рис.1.6. видно, что общая сумма оборотных средств на протяжении рассматриваемого периода увеличилась с 11350000 рублей в 2007 году до 21400000 рублей в 2008 году, то есть, на 46,9%.

Изменение общей суммы оборотных средств находилось под влиянием отдельных элементов оборотных средств, которые изменялись за рассматриваемый период с 2007 по 2008 год разнонаправлено.

Наибольший удельный вес в структуре оборотных средств на протяжении всего периода времени занимали товарные запасы, размер которых увеличился с 88,1% в 2007 году до 93,5% в 2008 году. Данный факт (наибольший удельный вес товарных запасов в структуре оборотных средств предприятия) отражает специфику коммерческой деятельности фирмы ООО «Лукоморье» - торговля.

Динамика размера товарных запасов на предприятии также имеет тенденцию к росту - в 2008 году по сравнению с 2007 годом величина товарных запасов увеличилась на 50%. Однако необходимо отметить, что темп прироста товарных запасов не соответствовал темпу прироста товарооборота за соответствующий период (38,5%), то есть, был больше. Исходя из величины товарных запасов на конец 2008 года, на ООО «Лукоморье» имеют место избыточные товарные запасы, которые отвлекают из оборота денежные средства, авансированные в товарные ресурсы, а также занимают соответствующие складские площади, арендуемые предприятием ООО «Лукоморье».

Наименьший удельный вес в общей сумме оборотных средств в ООО «Лукоморье» на протяжении с 2007 по 2008 год занимал такой элемент, как дебиторская задолженность.

Из таблицы 2.6. видно, что с 2007 по 2008 год на фирме ООО «Лукоморье» имеет место уменьшение такого элемента оборотных средств, как дебиторская задолженность, сроки погашения по которой до 12 месяцев (краткосрочная дебиторская задолженность). В свою очередь, удельный вес дебиторской задолженности в общей сумме оборотных средств уменьшился с 2,3% в 2007 году до 1,7% - в 2008 году. Данный факт свидетельствует о том, что изначально ООО «Лукоморье» недостаточно чётко контролировало обязательства предприятий-потребителей и не использовало мероприятия по возврату краткосрочной дебиторской задолженности. Однако к 2008 году руководством фирмы ООО «Лукоморье» было принято решение о том, что реализация одежды оптовым покупателям будет осуществляться только по 100-процентной предоплате, а в исключительных случаях - для постоянных предприятий-потребителей - с рассрочкой платежа до 30 дней. В связи с этим удельный вес краткосрочной дебиторской задолженности в общей структуре оборотных средств начинает постепенно уменьшаться.

Из таблицы 2.6. видно, что с 2007 по 2008 год величина денежных средств, находящихся в распоряжении предприятия, снизилась с 1089600 рублей до 1027200 рублей соответственно, что составило 5,7%. В свою очередь, произошло снижение удельного веса денежных средств с 9,6% в 2007 году до 4,8% на конец 2008 года в общей структуре оборотных средств фирмы ООО «Лукоморье».

В структуре оборотных средств за период с 2007 по 2008 год предприятия ООО «Лукоморье» отсутствует такой элемент оборотных средств, как краткосрочные финансовые вложения.

Данный факт имеет место в силу того, что рассматриваемое предприятие не инвестировало свободные денежные средства в какие-либо активы, а также не предоставляло займов другим предприятиям.

Таким образом, структура оборотных средств ООО «Лукоморье» отражает вид коммерческой деятельности предприятия - торговля, так как наибольший удельный вес в структуре оборотных средств занимают товарные запасы (93,5% в 2008 году).

Важным аспектом анализа оборотных средств предприятия ООО «Лукоморье» является оценка эффективности использования оборотных средств предприятия. Основным критерием эффективности использования оборотных средств является длительность периода оборота, которая определяется по формуле:

Об = , (1.13)

где Об - оборачиваемость;

О - товарооборот за исследуемый период;

К - оборотные средства.

Таким образом,

Об2007 = = 1,41 раз

Об2008 = = 1,22 раз

Из проведенных расчетов видно, что в период с 2007 по 2008 год произошло снижение коэффициента оборачиваемости оборотных средств, что свидетельствует о замедлении скорости возврата денежных средств, авансированных в оборотные средства предприятия. Данный факт имел место по нескольким причинам. Во-первых, на фирме ООО «Лукоморье» на протяжении рассматриваемого периода в структуре оборотных средств обозначился рост товарных запасов, который составил в 2008 году по отношению к 2007 году 150,0%, что, безусловно, отвлекало денежные средства из оборота и снижало скорость обращения оборотных средств на предприятии ООО «Лукоморье».

Во-вторых, на предприятии с 2007 по 2008 год была тенденция снижения величины денежных средств.

Таким образом, чтобы произошло увеличение коэффициента оборачиваемости оборотных средств, необходимо рационально организовать управление величиной товарных запасов на предприятии ООО «Лукоморье» путём разработки обоснованного норматива товарных запасов, который бы учитывал, кроме прочего, объёмы реализации товаров.

В свою очередь, длительность одного оборота, то есть, количество дней, через которое возвращаются авансированные в оборотный капитал денежные средства, за период с 2007 по 2008 год возросла, что было определено по формуле:

Об дн = , (1.14)

где Об дн - оборачиваемость в днях;

Д - количество дней в периоде;

Кср - средний размер оборотных средств.

Об дн 2007 = = 59,1

Об дн 2008 = = 68,6

Т.е. длительность одного оборота в 2007 году составила 59,1 день, в 2008 - 68,6 дней. Таким образом, время обращения и нахождения денежных средств в качестве оборотного капитала увеличилось, что, безусловно, свидетельствует о снижении эффективности функционирования оборотных средств ООО «Лукоморье».

В связи со снижением скорости и увеличением времени оборота оборотного капитала на фирме ООО «Лукоморье» такой показатель эффективности использования оборотных средств, как рентабельность оборотных средств, рассчитанный на основе чистой прибыли, на протяжении всего рассматриваемого периода, имел тенденцию к уменьшению своего значения с 0,21 в 2007 году до 0,14 в 2008 году.

Данный факт свидетельствует о снижении размера чистой прибыли, приходящейся на один рубль денежных средств, авансированных предприятием ООО «Лукоморье» в оборотные средства. Следовательно, если в 2007 году предприятие на один рубль денежных средств, вложенных в оборотные средства, получило 0,21 рублей чистой прибыли, то в 2008 году предприятие получило 0,14 рублей чистой прибыли, то есть, уменьшение эффективности использования оборотных средств составило 33,3%.

Таким образом, в 2007 - 2008 годах наметилась тенденция снижения эффективности использования оборотных средств. На это указывают уменьшение коэффициента оборачиваемости оборотных средств на 0,19 по сравнению с 2007 годом, а также увеличение времени одного оборота с 59,1 до 68,6 дней.

Чтобы на предприятии ООО «Лукоморье» наметилась тенденция к увеличению эффективности оборотных средств необходимо, главным образом, высвободить денежные средства из излишних товарных запасов, следовательно, с этой целью необходимо повысить управляемость товарными запасами.

2.3 Управление товарными запасами на фирме ООО «Лукоморье»

Для рационального и грамотного управления товарными запасами необходимо изначально провести анализ динамики, структуры и обеспеченности фирмы ООО «Лукоморье» товарными запасами.

Оценка состояния и эффективности использования товарных запасов является важным аспектом анализа деятельности предприятия, в силу того, что от размера товарных запасов на определённую дату, а также относительных показателей, рассчитанных на основе величины товарных запасов, зависит, с одной стороны, обеспеченность ООО «Лукоморье» товарными ресурсами и, следовательно, бесперебойность торговли, а, с другой стороны, величина издержек обращения, связанных с обслуживанием товарных запасов предприятия.

Существенным направлением анализа товарных запасов предприятия является оценка состояния и динамики товарных запасов ООО «Лукоморье». Данные, позволяющие проанализировать динамику, состав и состояние товарных запасов на фирме ООО «Лукоморье» приведены в таблице 2.8 и таблице 2.9.

Таблица 2.8 - Динамика и структура товарных запасов предприятия ООО «Лукоморье» за 2007 - 2008 гг.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Запасы | Величина товарных запасов за 2007 год, руб. | Величина товарных запасов за 2008 год, руб. | Величина товарных запасов за 2007 год, % | Величина товарных запасов за 2008 год, % |
| Материалы | 3 500 000 | 6 800 000 | 35,0 | 34,0 |
| Фурнитура | 500 000 | 1 000 000 | 5,0 | 5,0 |
| Готовая продукция: | 6 000 000 | 12 200 000 | 60,0 | 61,0 |
| Итого | 10 000 000 | 20 000 000 | 100 | 100 |

Таблица 2.9 - Динамика и структура запасов готовой продукции предприятия ООО «Лукоморье» за 2007 - 2008 гг.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Запасы готовой продукции | Величина запасов готовой продукции за 2007 год, руб. | Величина запасов готовой продукции за 2008 год, руб. | Величина запасов готовой продукции за 2007 год, % | Величина запасов готовой продукции за 2008 год, % |
| 1 | Брюки | 780 000 | 960 000 | 13,0 | 12,26 |
| 2 | Юбка | 180 000 | 244 000 | 3,0 | 3,11 |
| 3 | Сарафан | 300 000 | 510 000 | 5,0 | 6,51 |
| 4 | Капри | 480 000 | 630 000 | 8,0 | 8,04 |
| 5 | Блуза | 390 000 | 500 600 | 6,5 | 6,40 |
| 6 | Джемпер | 420 000 | 668 600 | 7,0 | 8,54 |
| 7 | Комбинезон | 210 000 | 388 000 | 3,5 | 4,95 |
| 8 | Джинсы | 240 000 | 488 000 | 4,0 | 6,23 |
| 9 | Бандаж | 960 000 | 990 000 | 16,0 | 12,64 |
| 10 | Нижнее белье | 1 440 000 | 1 600 000 | 24,0 | 20,42 |
| 11 | Специализированная литература | 300 000 | 343 800 | 5,0 | 4,39 |
| 12 | Косметика | 300 000 | 510 000 | 5,0 | 6,51 |
|  | Итого | 6 000 000 | 7 833 000 | 100 | 100 |

Из таблицы 2.9 видно, что величина товарных запасов готовой продукции за год на протяжении рассматриваемого периода увеличивалась с 6 000 000 рублей в 2007 году до 7 833 000 рублей в 2008 году или на 30,8 %.

С одной стороны, увеличение размера товарных запасов на предприятии ООО «Лукоморье» свидетельствует об увеличении обеспеченности предприятия товарными ресурсами, вызванное расширением масштабов деятельности фирмы, то есть, увеличением товарооборота за 2007-2008 год на 38,5 %.

Однако, с другой стороны, темпы прироста величины товарных запасов готовой продукции (50,8%) не соответствует темпу прироста товарооборота за аналогичный период (38,5%), что говорит о появлении у фирмы ООО «Лукоморье» избыточных товарных запасов. Причиной появления избыточных товарных запасов на фирме ООО «Лукоморье» явилось отсутствие потоварного норматива товарных запасов, который бы учитывал тенденции в сбыте одежды в течение года, а также позволил бы высвободить денежные средства, авансированные в излишне сформированные товарные запасы на предприятии ООО «Лукоморье».

Наибольший удельный вес в общей сумме товарных запасов на протяжении всего рассматриваемого периода занимали запасы готовой продукции, из которой больший удельный вес занимали запасы по нижнему белью, доля которых в 2008 году достигла 24,4%. Наглядно это представлено на рисунке 1.7.



Рис. 1.7. Состав и доля запасов готовой продукции за 2008 год, %

С 2007 по 2008 год происходит снижение удельного веса, а также абсолютной (натуральной и стоимостной) величины товарных запасов по юбкам, блузам, джемперам и специализированной литературе. Подобный факт имеет место в силу снижения товарооборота по соответствующим товарным группам соответственно на 1,1%, 1,3%, 0,9% и 0,3% в 2008 году по сравнению с 2007 годом.

Важным направлением анализа товарных запасов фирмы ООО «Лукоморье» является оценка обеспеченности и эффективности использования товарных запасов предприятия.

Одним из показателей, характеризующим обеспеченность товарными запасами на определенную дату является величина товарных запасов в днях или уровень товарных запасов. Он показывает, на какое количество дней при сложившемся товарообороте хватит имеющихся товарных запасов. Данный показатель рассчитывается по формуле:

Утз в дн =  = , (1.15)

где Утз в дн - уровень товарных запасов в днях;

ТЗ - товарные запасы;

Д - количество дней в периоде;

О - товарооборот

Оодн - однодневный товарооборот.

Товарооборачиваемость в днях показывает какое количество дней необходимо на один оборот товарных ресурсов. Этот показатель определяется по формуле:

Об дн = , (1.16)

где Об дн - оборачиваемость в днях;

ТЗср - средний размер товарных запасов.

Средний размер товарных запасов определяется как среднее арифметическое.

Товарооборачиваемость исчисляется также в числе оборотов и рассчитывается также в разах:

Об раз = = , (1.17)

где Об раз - оборачиваемость в разах.

Данный показатель показывает количество оборотов товарного запаса за период, другими словами, это скорость товарного обращения.

Рассчитаем все выше перечисленные показатели:

Утз в дн 2007 =  = 94 дня;

Утз в дн 2008 =  = 117 дней;

Об дн 2007=  = 8 дней;

Об дн 2008=  = 10 дней;

Об раз 2007 = = 32 раза;

Об раз 2008 = = 26 раз.

Из приведённых расчетов видно, что такой показатель, как товарные запасы в днях оборота на начало года имел тенденцию к увеличению своего значения с 94 дней в 2007 году до 117 дней в 2008 году, что свидетельствует о повышении обеспеченности торгового процесса предприятия ООО «Лукоморье» товарными ресурсами. Данное увеличение обеспеченности предприятия товарными ресурсами было вызвано тем, что темп прироста однодневного товарооборота в 2007-2008 годах составивший 38,5% был меньше, чем темп прироста величины товарных запасов на конец периода (50,8 %).

Особого внимания заслуживает оценка эффективности использования товарных запасов, которая характеризуется показателями товарооборачиваемости (время и скорость товарного обращения). На протяжении всего рассматриваемого периода такие показатели эффективности использования товарных запасов, как время товарного обращения (товарооборачиваемость в днях товарооборота) и скорость товарного обращения (товарооборачиваемость в числе оборотов) имели тенденцию соответственно к увеличению времени нахождения товаров в виде запаса и к замедлению скорости товарного обращения. Данный факт, безусловно, говорит о снижении эффективности использования товарных запасов, в силу того, что с увеличением времени и уменьшением скорости товарного обращения происходит вовлечение (иммобилизация) дополнительных денежных средств в товарные запасы, что в свою очередь приводит к потере выручки предприятием, а также росту величины издержек обращения, возрастанию товарных потерь.

Размер вовлечённых в товарные запасы или высвобожденных денежных средств из оборота за определённый период можно определить по формуле:

 (1.18)

где  - сумма вовлечённых (высвобожденных) средств из оборота, руб.;

 - однодневный товарооборот, руб.;

 - товарооборачиваемость в днях товарооборота за определённый период.

Таким образом, на основе приведённой формулы вовлечение (отрицательное значение результата расчётов) или высвобождение (положительное значение результата расчётов) денежных средств в 2008 году составило:

ВС = 104 000 \* ( 7,8 -9,8) = - 208 000 руб. - вовлечение денежных средств.

Для выявления причин изменения (замедления) времени товарного обращения в 2008 году необходимо провести факторный анализ товарооборачиваемости.

На время товарного обращения (товарооборачиваемость в днях товарооборота) оказывают влияние такие факторы, как изменение объёма товарооборота, изменение среднего размера товарных запасов, а также изменение структуры товарооборота.

Расчёт влияния изменения объёма товарооборота на время товарного обращения можно провести методом цепных подстановок на основе следующей модели:

 (1.19)

где  - изменение времени товарного обращения под влиянием изменения однодневного товарооборота, дней;

 - средний размер товарных запасов за определённый период, рублей. Изменение времени товарного обращения в 2008 году по сравнению с 2007 годом под влиянием изменения однодневного товарооборота составит:

 = 4,8 - 7,8 = - 3 дн.

Таким образом, результат выполненных расчётов позволяет сделать вывод, что за счёт прироста товарооборота на 38,5 % в 2006 году по сравнению с 2007 годом оборачиваемость товаров в днях товарооборота ускорилась на 3 дня.

Однако влияние изменения объёма товарооборота на время товарного обращения в 2007 - 2008 годах могло быть вызвано не только увеличением физического объёма товарооборота, но и в результате структурных сдвигов в товарообороте (изменение удельного веса той или иной товарной группы в товарообороте).

Воздействие изменения структуры товарооборота на время товарного обращения может быть установлено методом процентных чисел. Расчёт влияния изменения структуры товарооборота на товарооборачиваемость в днях товарооборота представлен в таблице 2.10.

Таблица 2.10 - Влияние изменения структуры товарооборота на время товарного обращения (в днях оборота)

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Товарная группа | Структура товарооборота, % | | Отклонение | Время товарного обращения 2007 года, дни | Процентные числа |
|  |  | 2007 год | 2008 год |  |  |  |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 1 | Брюки | 12,5 | 13,8 | 1,3 | 19,5 | 25,4 |
| 2 | Юбка | 2,5 | 1,4 | -1,1 | 22,3 | -24,5 |
| 3 | Сарафан | 5,0 | 5,0 | 0 | 15,6 | 0 |
| 4 | Капри | 8,0 | 9,0 | 1,0 | 31,2 | 31,2 |
| 5 | Блуза | 6,5 | 5,2 | -1,3 | 18,8 | -24,4 |
| 6 | Джемпер | 7,0 | 6,1 | -0,9 | 13,4 | -12,1 |
| 7 | Комбинезон | 4,0 | 5,0 | 1,0 | 81,7 | 81,7 |
| 8 | Джинсы | 4,5 | 4,8 | 0,3 | 41,7 | 12,5 |
| 9 | Бандаж | 18,0 | 18,0 | 0 | 16,7 | 0 |
| 10 | Нижнее белье | 22,0 | 22,7 | 0,7 | 10,2 | 7,1 |
| 11 | Специализированная литература | 3,0 | 1,8 | -1,2 | 19,5 | -23,4 |
| 12 | Косметика | 7,0 | 7,2 | 0,2 | 11,2 | 2,2 |
|  | Итого | 100 | 100 | - | - | 75,7 |

Таким образом, исходя из данных таблицы 2.10, можно сделать вывод о том, что изменение в структуре товарооборота фирмы ООО «Лукоморье» привело к замедлению показателя товарооборачиваемости на 0,76 дня (75,7 : 100).

В свою очередь, расчёт влияния изменения средних товарных запасов на товарооборачиваемость в днях товарооборота может быть также произведён методом цепных подстановок по формуле:

 (1.21)

где  - изменение времени товарного обращения под влиянием изменения среднего размера товарных запасов предприятия за год, дней;

 - однодневный товарооборот, рублей;

 - средний размер товарных запасов за определённый период, рублей.

дней.

Следовательно, на основе приведённых выше расчётов можно констатировать тот факт, что изменение среднего размера товарных запасов фирмы ООО «Лукоморье» с 500000 рублей в 2007 году до 1016666,7 рублей в 2008 году или на 50,8% замедлило обращение товарных запасов на 5 дней.

Сумма влияния факторов, оказавших воздействие на такой показатель эффективности использования товарных запасов, как товарооборачиваемость в днях товарооборота (времени товарного обращения) должна быть равна общему изменению данного показателя за рассматриваемый период с 2007 по 2008 год:

 (1.22)

где  - общее изменение времени товарного обращения под влиянием всех факторов, дней.

Следовательно, общее изменение данного показателя составило:

= 2 дня.

Таким образом, на предприятии ООО «Лукоморье» показатели, характеризующие товарооборачиваемость (время и скорость товарного обращения) на протяжении рассматриваемого периода имели устойчивую тенденцию к замедлению оборачиваемости товаров, реализуемых ООО «Лукоморье» (одежда для беременных). Данный факт имел место по причине появления избыточных товарных запасов на предприятии, что в свою очередь является результатом отсутствия потоварного норматива товарных запасов на фирме ООО «Лукоморье», что говорит о неэффективном управлении товарными запасами.

Управление запасами заключается в решении двух основных задач:

 определение размера необходимого запаса, то есть нормы запаса;

 создание системы контроля за фактическим размером запаса и своевременным его пополнением в соответствии с установленной нормой.

На основе проведённого выше анализа оборачиваемости товарных запасов можно констатировать тот факт, что на фирме ООО «Лукоморье» имеют место излишние товарные запасы.

Главной причиной излишних товарных запасов является неэффективное управление товарными запасами, которое проявляется в отсутствии обоснованного потоварного норматива товарных запасов.

Следовательно, повышение эффективности управления товарными запасами связано, в первую очередь, с разработкой и обоснованием оптимального размера товарных запасов (норматива), необходимого, с одной стороны, для осуществления бесперебойной коммерческой деятельности, а, с другой стороны, позволяющего определить величину денежных средств достаточных для авансирования в товарные ресурсы и, таким образом, высвободить определённое количество иммобилизованных ранее средств из избыточных товарных запасов.

Необходимо отметить, что расчёт норматива товарных запасов на предприятии ООО «Лукоморье» имеет смысл лишь для такой товарной группы, как брюки, в силу того, что именно по этой товарной группе существуют проблемы с определением норм.

Разработаем норматив товарных запасов по брюкам для фирмы ООО «Лукоморье».

При нормировании величины товарных запасов необходимо учитывать следующие условия работы конкретного предприятия:

 порядок поставки и завоза товаров: частота, равномерность, комплектность (полнота ассортимента в одной партии) поставок, размер поставляемых партий товаров;

 особенности и сложность ассортимента товаров, продолжительность периода реализации, а также предельные сроки хранения;

 отдаленность поставщиков, скорость транспортирования товаров;

 время, необходимое для приема, проверки и подготовки товаров к продаже (подсортировка, расфасовка, доставка товаров в торговый зал);

 состояние материально-технической базы (площадь торгового зала, подсобных и складских помещений, наличие и объем холодильного оборудования, механизация погрузочно-разгрузочных работ);

 система и формы расчетов за товары, скорость документооборота.

Формирование потоварного норматива товарных запасов целесообразно осуществить поэлементным методом. Целесообразность использования данного метода разработки норматива товарных запасов обусловлена тем, что в этом случае норматив образуется в соответствии с процессом формирования запаса, а также в зависимости от назначения составных элементов норматива товарных запасов в процессе реализации (учитывается время необходимое для приёмки, проверки и подготовки товаров к продаже, время пребывания товаров в форме торгового запаса).

Таким образом, использование поэлементного метода для определения норматива товарных запасов даёт возможность повышения эффективности управления товарными запасами на фирме ООО «Лукоморье».

Однако, для того, чтобы учесть ряд специфических для рассматриваемой фирмы условий функционирования и осуществления торгово-технологического процесса, необходимо модифицировать модель расчёта норматива товарных запасов поэлементным методом и, таким образом, адаптировать данный метод для конкретного предприятия.

При использовании поэлементного метода с целью определения норматива товарных запасов для фирмы необходимо установить составные элементы, которые образуют норматив товарных запасов, такие как:

а) время нахождения товаров в пути;

б) время, необходимое для разгрузки, приемки, проверки качества и подготовки товаров к продаже (подготовительный запас);

в) время пребывания товаров в форме торгового запаса;

г) гарантийный (страховой) запас на неравномерность поставок, изменения покупательского спроса и т.п.

Следовательно, необходимо определить отдельные составные элементы, формирующие норматив товарных запасов для фирмы ООО «Лукоморье».

Величина такого составного элемента потоварного норматива запасов, как время нахождения товаров в пути для данного предприятия не определяется.

Составным элементов потоварного норматива запасов является товарный запас на время необходимое для приёмки и подготовки товаров к продаже. Данный элемент норматива товарных запасов применительно к рассматриваемой фирме был установлен путём хронометража времени необходимого для осуществления соответствующих операций.

В качестве предпродажной подготовки товаров на предприятии ООО «Лукоморье» выступает глажка одежды, развешивание ее на вешала, наклеивание ценников и т.п.

Таким образом, в результате проведённого хронометража времени необходимого для осуществления указанных выше операций на фирме ООО «Лукоморье» продолжительность приёмки товаров, а также предпродажной подготовки занимает период равный 1 дню.

При разработке норматива товарных запасов для ООО «Лукоморье» необходимо определить размер торгового запаса, состоящего из двух частей и величина каждой планируется отдельно.

Первой частью является рабочий запас товаров или запас товаров в торговом зале для показа и продажи (другое название - представительный ассортиментный набор в торговом зале). Величина этого вида запаса может определяться по формуле:

=(, (1.23)

где - планируемая величина запаса в торговом зале;

 - средняя цена одной разновидности товара;

 - количество разновидностей;

- однодневный товарооборот.

Для рассматриваемой фирмы ООО «Лукоморье» количество реализуемых ассортиментных позиций брюк равно 5.

Средняя цена определяется на основе фактических цен реализации соответствующих ассортиментных позиций как среднее арифметическое.

Таким образом, рабочий запас составит:

= (1380 \* 5 + 14396) / 14396 = 1,5 дня.

Вторая часть торгового запаса - запас текущего пополнения - предназначена для осуществления бесперебойной коммерческой деятельности ООО «Лукоморье» между поставками партий товаров и рассчитывается по формуле:

, (1.24)

где  - запас текущего пополнения, дни;

 - средний интервал между двумя смежными поставками товаров на предприятие, дни;

 - общее количество ассортиментных позиций в рассматриваемой товарной группе, единиц;

 - количество ассортиментных позиций в одной партии поставки товаров на предприятие, единиц.

Временной интервал между двумя смежными поставками товаров на фирме ООО «Лукоморье» составляет 3 дня.

Также было установлено, что при поставке товаров количество ассортиментных разновидностей в партии составляет 4 единицы.

Таким образом, запас текущего пополнения для фирмы ООО «Лукоморье» составит:

дня.

Итак, оптимальная величина торгового запаса включает в себя сумму товарных запасов в торговом зале и товарных запасов текущего пополнения, т.е.

=, (1.25)

где  - оптимальная величина торгового запаса;

Зтз - планируемая величина товарных запасов в торговом зале;

ЗТП - запас текущего пополнения.

== 1,5 + 1,9 = 3,4 дня

Важной составной частью норматива товарных запасов является гарантийный (страховой) запас необходимый для нивелирования неравномерности поставок, изменений спроса и т.п. Величина гарантийного (страхового) запаса обычно составляет 0,53 от торгового запаса. Таким образом,

ТЗг = 0,53 \* ТЗт = 0,53 \* 3,4 = 1,8 дней.

На основе имеющихся данных, касающихся отдельных элементов норматива товарных запасов, можно определить общую величину норматива товарных запасов исходя из описанных ранее условий осуществления коммерческой деятельности, влияющих на процесс формирования величины товарных запасов на фирме ООО «Лукоморье».

В таблице 2.11 представлены элементы норматива товарного запаса по брюкам для фирмы ООО «Лукоморье».

Таблица 2.11. - Элементы норматива товарного запаса для ООО «Лукоморье»

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Элемент норматива товарных запасов | Значение элемента норматива в днях | Однодневный товарооборот 2008 год (рублей) | Значение элемента норматива в рублях |
| Подготовительный запас (время необходимое для приёмки и подготовки товаров к продаже) | 1 | 14396 | 14396,0 |
| Время нахождения товаров в пути | 0 | 14396 | 0 |
| Запас товаров в торговом зале (рабочий запас) | 1,5 | 14396 | 21594,0 |
| Запас текущего пополнения | 1,9 | 14396 | 27352,4 |
| Гарантийный (страховой) запас | 1,8 | 14396 | 25912,8 |

Таким образом, разработанный норматив товарных запасов в днях для ООО «Лукоморье» составит:

, (1.26)

где  - норматив товарных запасов в днях;

 - подготовительный запас (время необходимое на приёмку, проверку и подготовку товаров к продаже), дни;

 - запас в торговом зале (рабочий запас), дни;

 - запас текущего пополнения, дни;

 - гарантийный (страховой) запас, дни;

 - время нахождения товаров в пути, дни.

 = 6,2 дней

3. Разработка предложений по совершенствованию управления товарными запасами в торговой фирме OOO «Лукоморье»

.1 Мероприятия по достижению необходимого и достаточного уровня товарных запасов

Выше отмечалось, что одной из основных целей ООО «Лукоморье» на 2010 г. является увеличение объема товарооборота. Важным средством достижения этой цели является реклама.

Основным недостатком организации рекламной компании предприятия является отсутствие в организационной структуре отдела маркетинга и специалиста по рекламе. Планированием рекламной кампании занимается лично директор ООО «Лукоморье»

Реклама в периодических изданиях (газеты «Вечерний Новосибирск», «Из рук в руки» и др.), на плакатах и на транспорте дается круглогодично. Каждый вид рекламы имеет свои преимущества и ограничения.

В ООО «Лукоморье» ежегодно составляется смета расходов на рекламно-информационную деятельность. В таблице 1 представлена смета на 2010 г.

Таблица 1 - Смета расходов на рекламно-информационную деятельность ООО «Лукоморье» на 2010 г., руб.

|  |  |
| --- | --- |
| Средства рекламы | Сумма, руб. |
| 1. Реклама в прессе |  |
| Объявления в 3-х местных газетах два раза в месяц по 600 руб. за объявление. Всего за год 600\*3\*2\*12 мес. | 43200 |
|  | 43200 |
| 2. Теле- и радиореклама |  |
| Ролик 8 раз в месяц по местному телевидению по 1 мин. Всего за год 8\*1000\*12мес. | 96000 |
| Информация по радио «Европа плюс Новосибирск» 1 раз в неделю. 1221 руб. за одно сообщение. Всего за год 1221\*52 | 63492 |
|  | 159492 |
| 3. Рекламная полиграфическая продукция |  |
| Издание календарей 2000 экз\* 15 руб. | 30000 |
| Блокноты с фирменной символикой 2000 экз.\* 30 руб. | 60000 |
|  | 90000 |
| 4. Наружная реклама |  |
| Рекламные щиты 4 щита\*100000 руб. | 400000 |
|  | 400000 |
| 5. Сувенирная продукция |  |
| Ручки с логотипом фирмы 2000 шт.\*9 руб. | 18000 |
| Папки пластиковые с фирменной символикой 100 шт.\* 12 руб. | 1200 |
|  | 19200 |
| Всего | 711892 |

Таким образом, основными статьями расходов ООО «Лукоморье» на рекламную деятельность являются расходы на телерекламу, наружную рекламу и рекламу в прессе (их общий удельный вес составляет 80,55% рекламного бюджета).

В таблице 2 проведен сравнительный анализ затрат на рекламу за 2009 г. и планируемых в 2010 г.

Таблица 2 - Затраты на рекламу ООО «Лукоморье» за 2009-2010 гг.

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Виды рекламы | 2009 г. | | 2010 г. | | Изменение | |
|  | Сумма, руб. | Уд. вес, % | Сумма, руб. | Уд. вес, % | +,-, руб. | % |
| Реклама в прессе | 37600 | 7,92 | 43200 | 6,07 | 5600 | -1,85 |
| Теле- и радиореклама | 109200 | 23,01 | 159492 | 22,40 | 50292 | -0,61 |
| Рекламная продукция | 72300 | 15,24 | 90000 | 12,64 | 17700 | -2,60 |
| Наружная реклама | 243980 | 51,41 | 400000 | 56,19 | 156020 | 4,78 |
| Сувенирная продукция | 11483 | 2,42 | 19200 | 2,70 | 7717 | 0,28 |
| Всего | 474563 | 100 | 711892 | 100,00 | 237329 |  |

Из таблицы 2 видно, что на 2010 год запланировано увеличение средств, которые планируется вложить в наружную рекламу и рекламу в СМИ.

Проведем оценку экономической эффективности рекламной деятельности ООО «Лукоморье».

Определение эффективности является необходимым условием правильной организации и планирования рекламной деятельности фирмы, рационального использования труда и материальных средств, расходуемых на обеспечение функционирования данной фирмы.

Для анализа используются статистическая отчетность и бухгалтерские данные о росте товарооборота. На основе этих данных можно исследовать экономическую эффективность одного рекламного средства, рекламной кампании и всей рекламной деятельности фирмы в целом.

Измерение экономической эффективности рекламы представляет большие трудности, так как реклама, как правило, не дает полного эффекта сразу. Кроме того, рост товарооборота нередко вызывается другими факторами, не зависящими напрямую от деятельности фирмы.

Проанализируем объемы продаж ООО «Лукоморье» за апрель 2008 г. (таблица 3).

Таблица 3 - Динамика объемов продаж ООО «Лукоморье» за апрель 2008 г.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Дата | Объем продаж, руб. | Реклама | |
|  |  | руб. | вид рекламы |
| 1 | 2 | 3 | 4 |
|  |  |  |  |
| 1 | 95000 | 10000 | Ролик |
| 2 | 101000 | 10000 | Ролик |
| 3 | 92000 | 10000 | Ролик |
| 4 | 93500 | 10000 | Ролик |
| 5 | 93000 | 10000 | Ролик |
| 6 | 97500 | 10000 | Ролик |
| 7 | 99000 | 10000 | Ролик |
| 8 | 87500 | 10000 | Ролик |
| 9 | 91000 | 10000 | Ролик |
| 10 | 91000 | 10000 | Ролик |
| 11 | 95500 | 7000 | Радио |
| 12 | 102500 | 7000 | Радио |
| 13 | 90000 | 7000 | Радио |
| 14 | 92000 | 7000 | Радио |
| 15 | 96500 | 7000 | Радио |
| 16 | 103000 | 7000 | Радио |
| 17 | 98000 | 7000 | Радио |
| 18 | 97000 | 7000 | Радио |
| 19 | 96000 | 7000 | Радио |
| 20 | 89000 | 7000 | Радио |
| 21 | 92500 | 10000 | Ролик |
| 22 | 104000 | 10000 | Ролик |
| 23 | 98000 | 10000 | Ролик |
| 24 | 93000 | 10000 | Ролик |
| 25 | 97500 | 10000 | Ролик |
| 26 | 101000 | 10000 | Ролик |
| 27 | 89500 | 10000 | Ролик |
| 28 | 94000 | 10000 | Ролик |
| 29 | 94000 | 10000 | Ролик |
| 30 | 91000 | 10000 | Ролик |
| Итого: | 2854500 | 270000 |  |

Из таблицы 3 видно, что общая величина выручки составила 2854500 руб. Таким образом, среднедневная выручка составила 95150 руб. При этом в течение месяца она изменялась от 87500 руб. до 104000 руб.

Максимальные значения объем продаж достигает в дни выхода рекламы в виде ролика по телевидению.

Следовательно экономический эффект рекламной кампании ООО «Лукоморье» в апреле составил 2854500-270000 = 2584500 руб.

Изучение экономической эффективности рекламы может быть также осуществлено путем сравнения товарооборота за один и тот же период времени двух однотипных торговых предприятий, в одном из которых проводилось рекламное мероприятие, а в другом нет. Рост товарооборота в организации, где не проводится рекламное мероприятие, происходит за счет влияния тех факторов, которые действуют независимо от рекламы. Те же факторы влияют и на товарооборот предприятия, где рекламное мероприятие проводится.

С 7 февраля по 8 марта 2009 г. проводилась рекламная кампания и лотерея, с данными о товарообороте ООО «Стрелец и К», где подобной рекламной кампании не проводилось. Данные о сравнительном товарообороте предприятий представлены в таблице 4.

Таблица 4 - Данные о сравнительном товарообороте ООО «Лукоморье» и ООО «Стрелец и К» в период с 7.02.2009 г. по 8.03.2009 г.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Предприятие | Товарооборот в дорекламный период, тыс. руб. | Товарооборот в рекламный период, тыс. руб. |
| ООО «Стрелец и К» | 889,5 | 961 |
| ООО «Лукоморье» | 1390 | 1640,5 |

Из таблицы 4 видно, что товарооборот в этих двух предприятиях вырос, поэтому мы можем рассчитать индекс прироста по каждому из них.

Индекс роста товарооборота в ООО «Стрелец и К» составил:= 961 / 889,5 = 1,12 (12 %)

Индекс роста товарооборота в ООО «Лукоморье» составил:= 1640,5 / 1390 = 1,18 (18%)

Таким образом, мы видим, что прирост товарооборота за счет проведения рекламы в ООО «Лукоморье» составил 18%, что значительно превышает показатель ООО «Стрелец и К».

Следовательно, рекламная кампания оказалась эффективной и принесла предприятию прибыль.

Таким образом, анализ показал, что руководство ООО «Лукоморье» достаточно эффективно осуществляет рекламную деятельность. В то же время имеются резервы по ее повышению. Кроме того, серьезным недостатком организации рекламной деятельности предприятия является отсутствие в его структуре отдела маркетинга и специалиста по рекламе.

Эффективность принятия принципиальных маркетинговых решений, в частности в сфере рекламы, во многом определяется уровнем организации функциональных взаимосвязей между руководителями и специалистами отдела маркетинга. Однако, как отмечалось выше, в ООО «Лукоморье» отсутствует отдел по маркетингу.

За счет расширения структуры предприятия (открытия маркетингового отдела) ООО «Лукоморье» должно расширить свои границы на рынке и тем самым увеличить объем товарооборота.

Следует отметить, что в ООО «Лукоморье» следует создать именно отдел планирования рекламной деятельности.

Эффективное планирование рекламной деятельности фирмы состоит в принятии решений, их осуществлении и оценке полученных результатов. Руководство должно обеспечить тщательное планирование взаимосвязанных элементов комплекса рекламной деятельности для получения максимально возможного эффекта.

Рекламная кампания часто представляет собой одну из составляющих всего комплекса или генерального плана рекламной деятельности, конечная цель которого состоит в достижении целей маркетинга, поставленных рекламодателем.

Планирование рекламной кампании не ограничивается созданием рекламных сообщений и подготовкой программы публикаций, которая предусматривает когда, где и с помощью каких средств эта информация будет распространяться. Для того, чтобы серия рекламных сообщений стала эффективной, необходимо также довести всю необходимую информацию до потенциальных потребителей продукции (это можно отнести и к рекламной деятельности фирмы ООО «Лукоморье»). Для этого рекомендуется ответить на ряд вопросов:

 в чем именно нужно вызвать интерес;

 нужно ли заставить потребителя рекламы заинтересоваться в ней и запросить более подробную информацию;

1. Охват распространения рекламы. Это производная от целей рекламной кампании, плана маркетинга и возможностей бюджета.
2. Составление развернутого плана рекламной кампании;
3. Разработка средств рекламной кампании (т.е. выполнение всего, что относится к творческой стороне дела.
4. Проверка экономической эффективности рекламной кампании (эксперимент);
5. Окончательное определение экономической эффективности рекламной кампании (после ее проведения);

При составлении сметы расходов руководству ООО «Лукоморье» следует учитывать психологическую эффективность рекламы. Реклама ООО «Лукоморье» в газетах обладает наименьшей условной стоимостью и, следовательно, является наиболее эффективной. В связи с этим можно рекомендовать руководству ООО «Лукоморье» увеличить расходы на рекламу в прессе за счет снижения расходов в каких-то других источниках. Исследования аудитории - уровень доходов, возраст, образовательный уровень и т.д. - могут иметь решающее значение при покупке или отказе от средств распространения рекламы.

Эти исследования носят длительный характер и требуют обработки огромного количества различных статистических материалов, что представляет большую трудность для ООО «Лукоморье» и многих других фирм, поэтому в последнее время появляется все больше фирм, специализирующихся на различных исследованиях, в том числе и на изучении средств распространения рекламы. В связи с этим руководству ООО «Лукоморье» целесообразно воспользоваться данными таких фирм. Это позволит при выборе средств распространения рекламы учесть такие данные, как расчетная и постоянная аудитория и другие.

Таким образом, график затрат на рекламу - удобное средство демонстрации состава рекламной программы фирмы. Более того, это действенное средство контроля за расходами на рекламу. Подведя итог расходов, указанных в графике, можно уже сказать, будет ли превышена смета расходов на средства распространения рекламы. И наконец, график может быть использован для контроля соответствия расходов, выделенных на покупку определенного средства распространения рекламы, и реальных расходов на покупку их услуг.

.2 Расчет экономической эффективности мероприятий, направленных на поддержание необходимого уровня товарных запасов

Следующим направлением повышения эффективности использования товарных ресурсов ООО «Лукоморье» является совершенствование системы управления товарных запасов.

Для этого необходимо использовать методы прогнозирования, а руководитель, ответственный за принятие стратегических решений, должен к тому же уметь сделать правильный выбор метода прогнозирования.

Исходя из сказанного, предлагаем ввести в ООО «Лукоморье» систему прогнозирования спроса и на основании сделанного прогноза принимать соответствующие управленческие решения в сфере управления товарными запасами.

Осуществим построение прогноза объема продаж товаров ООО «Лукоморье» на примере основной ассортиментной группы - брюк. При этом учитывается, что на спрос этой группы товаров оказывает влияние сезонность.

Определим прогноз объема продаж брюк в ООО «Лукоморье»

В таблице 5 приведены данные об объемах продаж ООО «Лукоморье» брюк за 2007-2008 гг.

Таблица 5 - Фактические объемы реализации брюк за 2009-2010 гг. (тыс.руб.)

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № п.п. | Месяц | Объем продаж | № п.п. | Месяц | Объем продаж (план) |
| 1 | Июль | 287 | 13 | Июль | 378 |
| 2 | Август | 271 | 14 | Август | 311 |
| 3 | Сентябрь | 302 | 15 | Сентябрь | 300 |
| 4 | Октябрь | 239 | 16 | Октябрь | 251 |
| 5 | Ноябрь | 205 | 17 | Ноябрь | 275 |
| 6 | Декабрь | 192 | 18 | Декабрь | 266 |
| 7 | Январь | 203 | 19 | Январь | 249 |
| 8 | Февраль | 231 | 20 | Февраль | 231 |
| 9 | Март | 274 | 21 | Март | 251 |
| 10 | Апрель | 261 | 22 | Апрель | 266 |
| 11 | Май | 197 | 23 | Май | 206 |
| 12 | Июнь | 260 | 24 | Июнь | 279 |
|  | Итого | 2922 |  |  | 3263 |

Таблица 6 - Расчет средних значений для товарной категории «Брюки», тыс.р.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Месяцы | 2009 г. | 2010 г. | Итого | Среднее |
| 1 | 203 | 249 | 452 | 226 |
| 2 | 231 | 231 | 462 | 231 |
| 3 | 274 | 251 | 525 | 262,5 |
| 4 | 261 | 266 | 527 | 263,5 |
| 5 | 197 | 206 | 403 | 201,5 |
| 6 | 260 | 279 | 539 | 269,5 |
| 7 | 287 | 378 | 665 | 332,5 |
| 8 | 271 | 311 | 582 | 291 |
| 9 | 302 | 300 | 602 | 301 |
| 10 | 239 | 251 | 490 | 245 |
| 11 | 205 | 275 | 480 | 240 |
| 12 | 192 | 266 | 458 | 229 |
| Итого | 2922 | 3263 | 6185 | 3092,5 |

В свете влияния экономических тенденций руководству ООО «Лукоморье» следует регулярно уточнять спрос на основе мониторинга фактически полученных объемов продаж, добавляя их или заменяя ими данные статистической базы, на основе которой рассчитываются прогнозы.

Рассчитанные прогнозные значения объемов спроса на товарную категорию «Брюки» ООО «Лукоморье» должны использоваться для принятия управленческих решений при планировании товарных запасов. Создание излишних товарных запасов приводит к дополнительным издержкам на хранение товаров и дополнительному отвлечению денежных средств из оборота.

Так, в июле 2009 г. объем продаж брюк составил 287 тыс.руб. Величина товарного запаса составила 299 тыс.руб.

Таким образом, общее количество излишней товарной продукции составило 12 тыс.руб.

Расчет прогнозных значений позволяет достаточно точно предсказать объемы спроса на товары и осуществлять более эффективное управление товарными запасами.

.3 Предложения по совершенствованию управляемости товарными запасами

Меры по повышению управляемости товарными запасами. Непрерывность соблюдения условий хранения заключается в обязательности соблюдения на всех этапах товарной стадии установленных требований к климатическому и санитарно-гигиеническому режимам.

Защита от неблагоприятных внешних воздействий - предохранение товаров от воздействий климатических и доведение до заинтересованных субъектов необходимых сведений об условиях и сроках хранения. Это достигается путем проведения инструктажа работающих о нормативных и технических документах.

Систематичность контроля - проведение периодического контроля. Обязательному контролю подлежат товары повседневного спроса.

Экономическая эффективность - способность сохранять товары с наименьшими потерями и рациональными затратами на хранение.

Для достижения перечисленных принципов необходимо выбрать оптимальный метод хранения товаров, который будет способствовать оптимальной загрузке складских помещений. Предприятию необходимо наладить цепочку товародвижения, определять на каждом этапе оптимальный объем закупок, соответствующий спросу на товары предприятия.

Торговые предприятия и производители, предлагающие широкий ассортимент наряду с собственной продукцией, используют закупку для создания и поддержания необходимого уровня товарных запасов. Одним из предметов оптимизации оргструктуры предприятия является управление товарными запасами, взаимодействие закупки и сбыта в этом вопросе.

В практике торговых организаций часто применяется двухуровневое планирование: на основании плана по сбыту и остатков товаров на складах, с учетом возможностей поставщиков и их товарных запасов по оговоренному ассортименту. Уменьшение запасов до нижнего предела служит основанием дополнительной закупки минимальной партии товара.

Этот метод работоспособен, но не всегда оптимален. Согласование планов закупки и сбыта реально происходит раз в месяц. "Автоматическая" закупка минимальной партии товарных запасов на более высоком уровне управления также нецелесообразно. Построение вертикальной иерархии и вынесение оперативных вопросов на высший уровень не оправдывает себя. Оптимизация товарных запасов - именно оперативный вопрос, который должен решаться ежедневно.

Одним из способов удержания товарных запасов в определенных рамках является директивное задание его верхних и нижних границ в учетных ценах. Желания сбыта в организации максимально расширить номенклатуру, и закупки - увеличить партии поставки, ограничиваются общей суммой средств, отвлеченных в товарный запас. Способ работоспособен, но имеет тот недостаток, что не обеспечивает функцию оптимизации, а лишь ограничительную.

Критерии выбора поставщика далеко не ограничиваются ценой и качеством товара. Кроме них можно привести целый ряд существенных требований к поставщику, которые могут быть более важны для предприятия, что определяется спецификой его деятельности. В числе таких требований находятся:

надежность поставщика;

возможность получения товарного кредита;

ритмичность и оперативность поставок;

уровень технологического консультирования;

широта ассортимента; и т.д.

Ликвидация слабооборачивающихся запасов.

Ликвидация мертвых запасов - трудная задача. Дистрибьюторы часто даже эмоционально привязаны к своим товарам. Они могут верить, что в один прекрасный день отчаянный покупатель зайдет в магазин и купит весь запыленный запас на складе. Случаи неожиданных покупок заставляют многих менеджеров по продажам верить в эти небылицы. Но эти нечастые и нерегулярные продажи не могут быть экономическим обоснованием для содержания в запасе всех товаров, подлежащих ликвидации.

Способы эффективной ликвидации излишних запасов.

Целью ликвидации запасов является устранение нежелательных запасов по возможно максимальной цене или с возможно более низкими издержками. Приведем несколько подходов, в порядке убывания эффективности, для выполнения этой задачи:

Перемещение излишних запасов в другое территориальное отделение компании, где не наблюдается необходимости тратить денежные средства для покупки товара, если уже были инвестированы средства в запасы, которые «собирают пыль» в другом отделении компании. Многие дистрибьюторы устанавливают компьютерные программы для решений по перемещению запасов в другую местность, где спрос на товар выше. Этот процесс называется балансирование запасов.

Предоставление работникам по торговле денежного стимула для продажи товара. Этот способ работает в том плане, что расходится товар, когда торговые работники имеют подходящий стимул.

Реклама возможности покупки товара для других дистрибьюторов. Рассмотрение варианта размещения товарных запасов в чьих-то глазах. Эту особенность и используют дилеры излишних запасов.

|  |
| --- |
| [Вернуться в библиотеку по экономике и праву: учебники, дипломы, диссертации](http://учебники.информ2000.рф/index.shtml)  [Рерайт текстов и уникализация 90 %](http://учебники.информ2000.рф/rerait-diplom.shtml)  [Написание по заказу контрольных, дипломов, диссертаций. . .](http://учебники.информ2000.рф/napisat-diplom.shtml) |

|  |  |
| --- | --- |
| [**КНИЖНЫЙ МАГАЗИН**](http://учебники.информ2000.рф/chitai.shtml) |  |

|  |  |
| --- | --- |
| [**ТОВАРЫ для ХУДОЖНИКОВ и ДИЗАЙНЕРОВ**](http://учебники.информ2000.рф/kar.shtml) |  |

|  |  |
| --- | --- |
| [**АУДИОЛЕКЦИИ**](http://учебники.информ2000.рф/lectr.shtml) |  |

|  |  |
| --- | --- |
| [**IT-специалисты: ПОВЫШЕНИЕ КВАЛИФИКАЦИИ**](http://учебники.информ2000.рф/otu.shtml) |  |

|  |  |
| --- | --- |
| [**ФИТНЕС на ДОМУ**](http://учебники.информ2000.рф/fit1.shtml) |  |