

# Логистика в торговом предприятии

---

Выполнили студенты 4-го курса

Группы Т-086

Бабичев Евгений


Бронский Никита

Логистика – наука о планировании, управлении, контроле и регулировании движения материальных и информационных потоков в пространстве и во времени от их первичного источника до конечного потребителя.




# Понятие торговых зон


Для более точной оценки влияния торговых зон на реализацию, её разделяют на типы зон, в зависимости от плотности населения, являющимися потенциальными покупателями:



торговая зона ближних районов (население не более 30 тыс. чел.)  
Торговые объекты расположены в пределах 10 минут ходьбы, где продаются продовольственные товары, товары кратковременного пользования и повседневного спроса;



районная торговая зона объединяет несколько торговых зон ближнего квартала (население от 60 до 90 тыс. чел).  
Входят супермаркеты, крупные специализированные магазины, где продаются товары широкого потребления – одежда, предметы обихода и культуры и т. д.;



торговая зона широкого охвата (население более 180 тыс. чел.). Торговые точки расположены вдали от места проживания потребителей с частотой посещения не больше 3 раз в месяц.  
Это региональные торговые центры, где продаются предметы моды и роскоши.



# Для этого следует учесть следующие принципы:

разместить торговую точку вдоль дорог, используемых проживающими в данной местности людьми для поездок на работу или за покупками;

оформить интерьер магазина, позволяющий видеть его из окна автомобиля;

предусмотреть удобную парковку для транспорта (вместимость автостоянки определяет объем продаж).



## Важно исследовать условия окружающей инфраструктуры:

наличие автомобильных дорог возле магазина (является ли дорогой повседневно го использован ия, ширина проезжей части, минимальн ый объем движения, простота подъезда и т.д.);

план городского развития окружающей ей территории;

коэффицие нт покрытия, коэффициент полезной площади здания (в случае готового приобрете ния участка с застройко й);

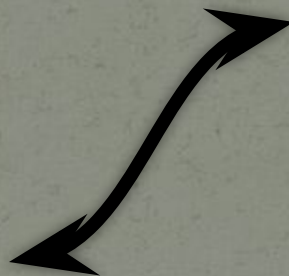
определит ь радиус числа жителей или дневной численнос ти населения первичной , вторичной и третичной зоны;

установить критерии для измерения объема людского потока по временны м интервала м работы магазина;

установить критерии, касающиес я уровня доходов и половозро стной структуры клиентов.

Существуют два основных вида стратегии в торговой зоне:

стратегия,  
направленная на  
достижение  
подавляющего  
превосходства в  
отношении доли на  
рынке на  
определенной  
территории



стратегия  
последовательного  
расширения сети своих  
торговых точек в  
перспективном районе





# Основы логистической системы в оптовой торговле



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

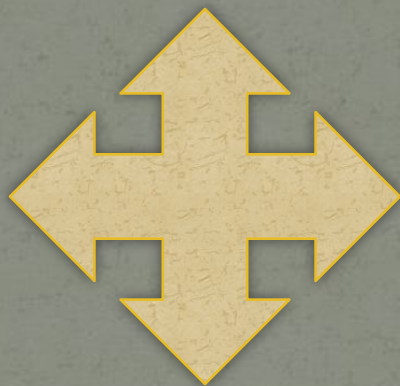
Деятельность предприятий, занимающихся оптовой торговлей, разделяют на четыре типа:

**оптовые  
торговцы  
(склады)**

**отделения и  
конторы  
производител  
ей и  
розничных  
торговцев.**

**специализир  
ованные  
оптовики;**

**брокеры и  
агенты;**







*Непосредственно к оптовым торговцам относятся компании, которые располагают правом собственности на товар и занимаются его реализацией. Данные оптовики имеют различные направления своей деятельности, которые можно отнести к оптовой фирме, дистрибьюторской, торговому дому и т.д.*

## Основы логистической системы в розничной торговле

К розничной торговле относят все виды деятельности, связанные с продажей товаров и услуг непосредственно потребителям для личного, некоммерческого использования. К розничной торговле можно отнести любую организацию, которая занимается реализацией товара, являясь производителем, магазином или обыкновенным лоточником. Розничная торговля может осуществляться как через магазины, так и через торговые точки вне магазина.



С учетом интересов сквозных технологических процессов должны выбираться:

удобство передвижения покупателей по территории магазина;

оптимальные размеры торговых, складских, служебных помещений и технологических зон;

ширина дверных проемов;

высота и площадь разгрузочных рамп;

современная планировка торговых залов.



# Интегрированные процессы



*Возрастающая конкуренция на российском рынке заставляет предпринимателей использовать различные методы для сохранения прибыльности компании за счет сокращения затрат. Основным направлением по снижению затрат является консолидация участников товародвижения.*

К внешним факторам торговли относят показатели, стимулирующие развитие интеграционных процессов в отрасли:

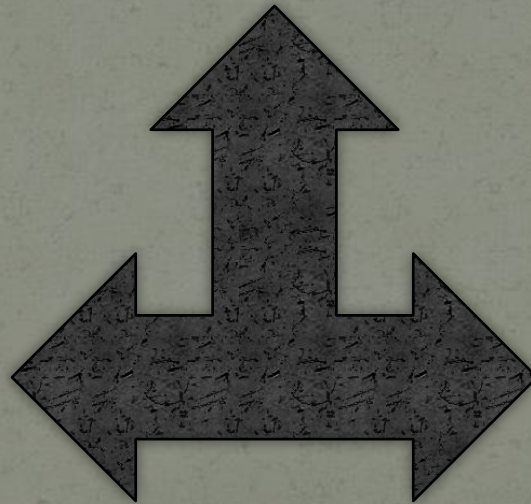
<b>рыночная непредсказуемость;</b>	<b>причины, влияющие на уменьшение спроса;</b>	<b>обострение проблемы реализации товаров;</b>	<b>возникающие многочисленные препятствия на пути движения товаров к потребителю, вызванные неразвитостью инфраструктуры торговой деятельности.</b>
------------------------------------	--	--	---

Современное развитие торговой системы предполагает, что интеграционные процессы в торговле будут проходить на фоне возникновения таких видов объединений, как:

цепные торговые  
организации;

добровольные  
оптово-  
розничные  
цепи.

кооперативны  
е объединения  
торговых  
структур;





## С организационно-экономической точки зрения развитие различных форм интеграции предприятий торговли позволит:

снижать накладные расходы за счет введения централизованных служб управления, централизации снабженческих, транспортных и учетных функций;	осуществлять закупки крупными партиями на выгодных условиях платежа и поставок, что в конечном итоге сказывается на уровне цен и заинтересованности покупателей;	своевременно осуществлять доставку скоропортящихся и дефицитных товаров;	использовать новейшие информационные технологии для осуществления управления сетью и создания информационных банков данных по номенклатуре продаваемой продукции;	поддерживать отечественных производителей, предоставляя им приоритетность поставок;	развивать дополнительные услуги торговых предприятий в виде организационной мини-пекарен, цехов по разделке мяса, единого цеха полуфабрикатов и т.д.
--	--	--	---	---	--

# Эффективность применения логистики в торговле

Основными показателями эффективности  
применения логистики в торговле  
являются:





- **1. Сокращение запасов в цепях товародвижения за счет:**
  - перераспределения запасов между оптовой и розничной торговлей и сосредоточения запасов в оптовом звене;
  - применение современных технологий контроля состояния запасов;
  - высокой степени согласованности участников в вопросах своевременного пополнения запасов.
- **2. Максимальное использование площадей и объемов предприятий оптовой и розничной торговли. Этого удастся достичь за счет:**
  - резкого сокращения общего количества запасов и перемещения их значительной части из магазина в оптовое звено;
  - перемещение части подготовительных операций, таких как фасовка, маркировка, проставление цен и др., на более ранние стадии товародвижения.
- **3. Ускорение оборачиваемости капитала. Достигается за счет контроля времени сквозных процессов размещения и выполнения заказов.**
- **4. Сокращение транспортных расходов, которые удастся достичь за счет высокой согласованности участников в вопросах использования транспорта.**
- **5. Сокращение затрат, связанных с грузопереработкой, в том числе затрат ручного труда.**