

## ЛОГИСТИЧЕСКАЯ СИСТЕМА ДВИЖЕНИЯ РЕСУРСОВ НА ПОТРЕБИТЕЛЬСКОМ РЫНКЕ

© 2011 О.Ю. Трунина\*

**Ключевые слова:** потребительский рынок, безалкогольные напитки, система движения ресурсов.

Выявляются особенности функционирования логистической системы движения ресурсов на рынке безалкогольной продукции Оренбургской области.

Рынок безалкогольных напитков является в данное время одним из самых быстрорастущих потребительских рынков России. Жители городской России стали больше внимания уделять здоровому питанию и своей физической форме. Рост “здоровых” сегментов значительно превышает рост самих категорий. Наиболее ярким примером этой тенденции является рост спроса на безалкогольные напитки. Спрос имеет огромное значение в развитии рынка. Спрос дает информацию производителям о том, что нужно производить, в каком количестве, какого качества и по какой цене. Качество, цена и узнаваемость продукта определяют спрос.

Объект исследования - рынок безалкогольной продукции Оренбургской области.

Предметом исследования являются организационно-экономические отношения между участниками логистических систем движения ресурсов на рынке безалкогольной продукции.

В данной связи необходимо выявить особенности функционирования логистической

системы движения ресурсов на рынке безалкогольной продукции.

В Оренбургской области в настоящий момент функционирует 55 розничных рынков, соответствующих федеральному законодательству, располагающих 21,8 тыс. торговых мест, и 31 оптовый рынок (9,1 тыс. торговых мест)<sup>1</sup>.

По форме собственности розничные и оптовые рынки подразделяются следующим образом:

- ♦ в муниципальной собственности - 31 рынок;
  - ♦ потребительской кооперации - 20 рынков;
  - ♦ частной собственности - 34 рынка.
- Специализация рынков выглядит так:
- ♦ универсальные - 64 рынка;
  - ♦ специализированные - 4 рынка (в том числе авторынки, вещевые, строительные, плодоовощные);
  - ♦ сельскохозяйственные - 8 рынков.

Основные показатели развития потребительского рынка Оренбургской области отражены в табл. 1.

Таблица 1

Основные показатели развития потребительского рынка Оренбургской области

Показатели	Единица измерения	2008 г.		2009 г.		Январь-сентябрь 2010 г.	
		Факт	Темп изменения, % к 2007 г.; отклонение (+, -)	Факт	Темп изменения, % к 2008 г.; отклонение (+, -)	Факт	Темп изменения, % к соотв. периоду 2009 г.; отклонение (+, -)
1	2	3	4	5	6	7	8
Оборот розничной торговли	Млн. руб.	125 959,2	123,4	136 473,4	99,7	33 660,2	103,7
в т.ч. февраль 2010 г.	Млн. руб.			12 963,7	104,7	11 440	
к предыдущему месяцу т.г.	%				108		101,1
Из него:							
продовольственные товары	Млн. руб.	52 413,8	110,6	62 294,2	106,2	15 271,7	98,3
удельный вес	%	41,6	-2,5	45,6	+3,2	45,4	-2,6

\* Трунина Оксана Юрьевна, ст. преподаватель Оренбургского филиала Института бизнеса и политики.

E-mail: okstrun@mail.ru.

1	2	3	4	5	6	7	8
непродовольственные товары	Млн. руб.	73 545,4	133,5	74 179,2	95	18 388,5	108,7
удельный вес	%	58,4	+2,5	54,4	-3,2	54,6	+2,6
Продажа товаров организациями	Млн. руб.	105 098,7	132,5	113 409,4	99,3	27 965	104,4
удельный вес	%	83,4	+5,7	83,1	-0,3	83,1	+0,5
Продажа товаров на рынках	Млн. руб.	20 860,5	91,7	23 064	101,8	5695,2	100,6
удельный вес	%	16,6	-5,7	16,9	+0,3	16,9	-0,5
Оборот общественного питания	Млн. руб.	7287	113,2	8812,6	105,3	1970,2	94,9
Розничная продажа алкогольной продукции	Тыс. дал	3085,3	106,8	2621,2	85	571,1	76
Розничная продажа пива	Тыс. дал	14 369,8	134,1	15 447,1	107,5	3141,8	108,9
Товарные запасы на 01.04.2010 в организациях розничной торговли	Млн. руб. Дн.	2290,2 29	75,3 +7	2343,8 27	108,2 к 01.12.09 -3	2670,8 35	103,6 к 01.03.10 -2
Объем платных услуг	Млн. руб.	38 696,3	113,7	44 389,3	100	10 851,3	106,8
в расчете на 1 жителя	Руб.	18 261,6		21 022,6		5135,7	
в т.ч. бытовые услуги	Млн. руб.	4659,9	128,6	5087,7	101,3	873	105,8
в расчете на 1 жителя	Руб.	2199,1		2409,5		413,2	
Общий оборот оптовой торговли	Млн. руб.	105 993,2	108,3	76 911,9	80,1		
В том числе потребительская кооперация:							
оборот розничной торговли	Млн. руб.	1408	113,6	1487,7	100	349,3	103,5
оборот общественного питания	Млн. руб.	243,1	104,6	245,7	91,4	55,3	93,3
Производство потребительских товаров	Млн. руб.	262,8	130,7	269,4	102,5	60,1	100,4
Заготовки сельхозпродукции	Млн. руб.	342,4	122	343	100,2	71	103,2
Объем платных услуг, всего	Млн. руб.	95,8	105,5	96,2	100,3	22,2	101,4
в т.ч. бытовые услуги	Млн. руб.	6,9	108,5	7	1		

Анализируя данные табл. 1, можно заметить рост продаж розничной торговли. Это свидетельствует о наличии потребительского спроса населения.

Темп роста товарооборота розничной торговли 2010 г. к 2009 г. составил 103,7%, а темп роста 2008 г. к 2009 г. - 123,4%. На данную ситуацию влияют такие факторы, как: недостаток собственных оборотных средств; высокий процент коммерческого кредита; высокий уровень налогов; высокая конкуренция со стороны других организаций розничной торговли; высокая арендная плата; высокие транспортные расходы.

В 2009 г. по сравнению с 2008 г. уменьшилась продажа алкогольной продукции в связи с принятием Правительством Федеральной программы по борьбе с алкоголем и курением.

В 2010 г. увеличился также товарооборот оптовой торговли, что связано с расширением оптовых баз, открытием новых торговых домов и магазинов.

Рассмотрим особенности реализации безалкогольной продукции в Оренбургской области.

Основными производителями безалкогольных напитков являются компании: ОАО "Живая вода", ГК "Бородино", ООО "Водолей 98".

Процесс движения логистических потоков безалкогольных напитков до потребителя показан на рис. 1. Как видно из схемы, процесс доведения продукции до потребителя начинается с Национальной водной компании, которая реализует продукцию представителям всех регионов.

Региональные центры направляют продукцию в областные центры распределения и хранения, откуда продукция отпускается торговым представителям. Затем торговые представители реализуют безалкогольные напитки в розничные магазины.

Проанализируем деятельность предприятий, реализующих безалкогольные напитки в Оренбургской области, а именно: ООО "Национальная водная компания", ГК "Бородино", ООО "Водолей 98", за 2007-2009 гг., используя данные табл. 2.

В 2008 г. по сравнению с 2007 г. выручка от реализации ООО "Национальная водная компания" составила 109%. Прибыль от

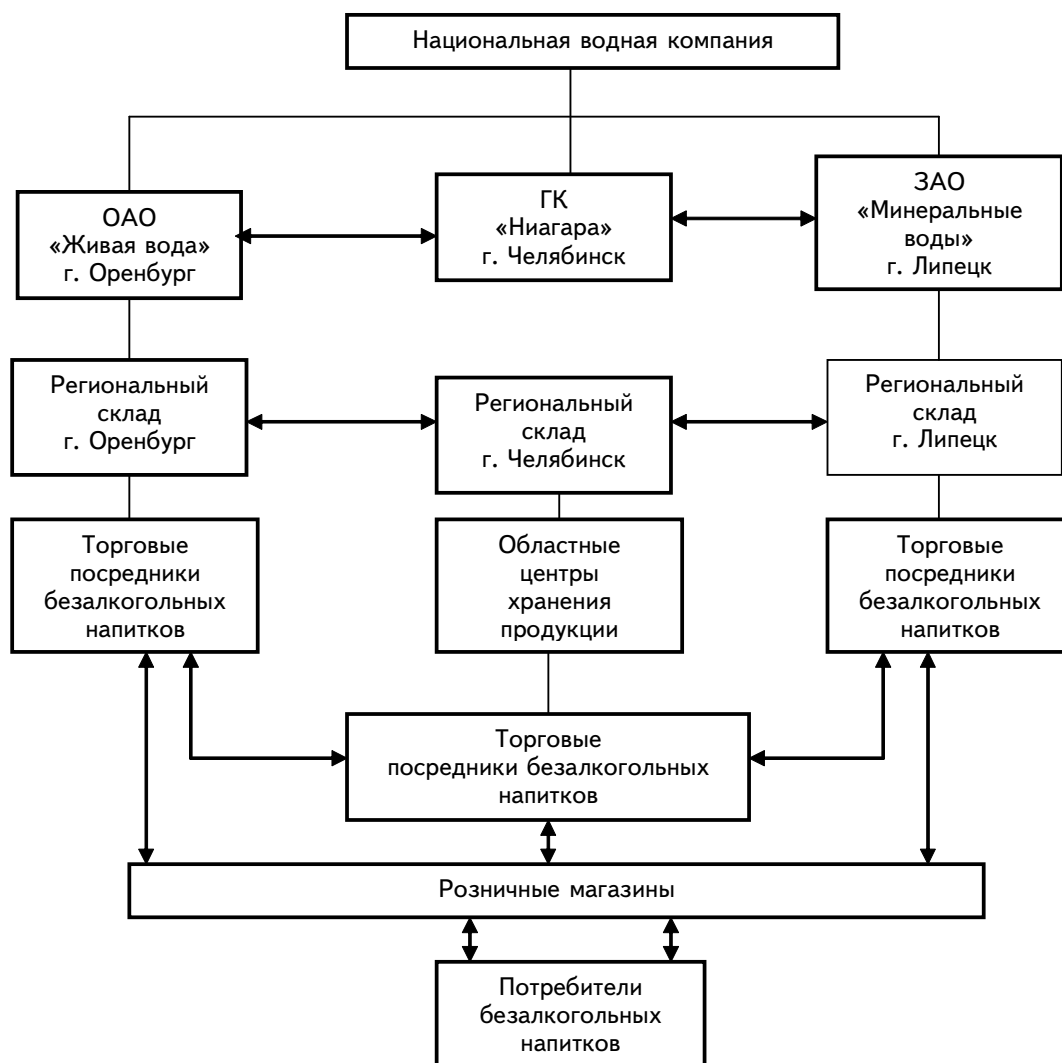


Рис. 1. Процесс движения логистических потоков безалкогольных напитков до потребителя

продаж возросла на 122,2%, увеличилась также среднесписочная численность персонала - 107%. Приведенные показатели показывают, что возрос потребительский спрос на продукцию, в результате чего рентабельность продаж составила 4%.

Себестоимость реализованной продукции в 2008 г. возросла и составила 96,6%, что связано с увеличением фонда оплаты труда работников (158%).

Кредиторская задолженность увеличилась на 145% в 2008 г. по сравнению с 2007 г. Это связано с приобретением нового оборудования, а также с ростом цен на бензин. Дебиторская задолженность увеличилась в 2008 г. по сравнению с 2007 г. и составила 102%, что свидетельствует о несвоевременности расчетов.

Запасы продукции на складах в 2008 г. по сравнению с 2007 г. уменьшились и со-

ставили 106%, что свидетельствует о постоянном спросе на безалкогольные напитки.

В 2009 г. по сравнению с 2008 г. положение ООО «Национальная водная компания» несколько ухудшилось. Выручка от реализации в 2009 г. по сравнению с 2008 г. составила 64,3%. Прибыль от продаж - 54%. Стоимость основных средств в 2009 г. осталась на том же уровне, что и в 2008 г., и составила 111,3%.

Среднесписочная численность в 2009 г. по сравнению с 2008 г. увеличилась на 112%, следовательно, возрос и фонд оплаты труда, составив в 2009 г. 109%. В связи с этим возросла и себестоимость реализованных товаров и составила в 2009 г. 72,2%. На рост себестоимости повлияли и такие факторы, как рост цен на бензин и на запасные части на газель.

За счет роста продаж снизилась кредиторская задолженность в 2009 г. по сравне-

Таблица 2  
**Основные показатели финансово-хозяйственной деятельности компаний Оренбургской области, занимающихся товародвижением безалкогольных напитков за 2007-2009 гг.**

Показатели	2007 г.				2008 г.				2009 г.				Темп роста, %					
	ООО "Национальная водная компания"		ГК "Бородино"		ООО "Водолей 98"		ООО "Национальная водная компания"		ГК "Бородино"		ООО "Водолей 98"		ООО "Национальная водная компания"		ГК "Бородино"		ООО "Водолей 98"	
	2007	2008	2007	2008	2007	2008	2007	2008	2007	2008	2007	2008	2007	2008	2007	2008	2007	2008
Выручка от реализации, тыс. руб.	55 903	41 045	32 748	61 077	48 796	37 327	39 289	42 576	36 254	109,0	64,3	118,0	87,2	113,4	97,1			
Себестоимость реализованных товаров, тыс. руб.	28 819	21 748	18 532	27 765	27 934	20 671	21 170	22 648	20 851	122,2	72,2	128,4	81,3	111,5	100,8			
Прибыль от продаж, тыс. руб.	27 084	19 297	14 216	33 312	20 862	16 656	18 119	19 928	15 403	122,3	54,3	108,0	95,5	117,0	92,4			
Среднемесячная численность персонала, чел.	54	32	28	58	37	32	65	42	37	107,0	112,5	115,7	113,2	114,2	115,2			
Среднегодовая стоимость основных средств, тыс. руб.	0,131	0,127	0,122	0,145	0,13	0,123	0,162	0,135	0,128	111,1	111,3	102,4	103,8	100,1	104,5			
ФОТ, тыс. руб.	1890	1523	1372	2991	1784	1583	3280	1832	1634	158,4	109,0	117,3	102,0	115,3	103,2			
Запасы, тыс. руб.	8040	4538	3728	13 580	4837	3951	13 133	4885	3712	168,2	96,1	106,2	100,4	105,4	93,9			
Дебиторская задолженность, тыс. руб.	53 995	34 826	28 495	55 520	33 753	29 135	63 259	34 251	28 641	102,3	113,0	96,0	101,5	102,4	98,4			
Кредиторская задолженность, тыс. руб.	105 865	86 375	53 382	153 770	82 645	8245	163 825	83 243	67 391	145,0	106,5	95,6	100,0	102,0	123,7			

нию с 2008 г. и составила 106,5%. увеличилась дебиторская задолженность в 2009 г. по сравнению с 2008 г. и составила 113%. Это говорит о неверной организации сроков оплаты за реализованную продукцию.

Запасы уменьшились в 2009 г. по сравнению с 2008 г. и составили 96%, что говорит о быстрой реализации продукции.

Емкость рынка в Оренбургской области по реализации безалкогольных напитков собственного производства занимает 70%<sup>2</sup>.

Логистический процесс на складе ОАО «Живая вода» весьма сложен. Он требует согласованности функций снабжения запасами, переработки груза и физического распределения запаса<sup>3</sup>. Структура логистического процесса на складе ОАО «Живая вода» отражена на рис. 2.

3) направленные на координацию службы продаж.

*Снабжение ресурсами.* Координация работы службы закупки осуществляется путем контроля за ведением поставок и при выполнении операции по снабжению. Потребности в закупке должны согласовываться со службой продаж и учитывать мощность склада.

*Контроль за поставками и выполнением заказов.* Обеспечивает ритмичность переработки грузопотоков, позволяет максимально использовать объем склада, сократить сроки хранения.

*Разгрузка и приемка грузов.* Этот этап включает следующие операции:

- ◆ разгрузка транспортных средств, контроль за документальным и физическим соответствием поставки;



Рис. 2. Структура логистического процесса на складе ОАО «Живая вода»

Весь процесс можно разделить на следующие три вида операций:

1) направленные на координацию службы закупки;

2) связанные с переработкой грузов и документации;

- ◆ документальное оформление груза;
- ◆ формирование складской грузовой единицы.

При осуществлении данных операций нужно ориентироваться на условия поставки. В соответствии с ними готовятся место

разгрузки под указанное транспортное средство и погрузочно-разгрузочное оборудование.

*Внутрискладская транспортировка.* Это перемещение с погрузочной рампы в зону приемки, затем в зоны хранения и комплектации и на погрузочную рампу. Транспортировку следует осуществлять по кратчайшему прямоточному маршруту. Число перевалок груза с одного оборудования на другое должно быть минимальным.

*Складирование и хранение.* Этап включает в себя закладку груза на хранение; хранение груза и обеспечение соответствующих условий; контроль за наличием запасов на складе (осуществляется через информационную систему). Основным принципом складирования - эффективное использование объема зоны хранения<sup>4</sup>.

*Комплектация заказов и отгрузка.* Комплектация и подготовка товаров производятся в соответствии с заказами потребителей.

*Транспортировка и доставка грузов.* Могут осуществляться складом и самим заказчиком. Доставка складом зачастую экономически более оправданна, особенно при малых объемах заказа.

*Сбор и доставка порожних товароносителей.* Играет существенную роль в ста-

тье расходов. В некоторых случаях возможен обмен товароносителей.

*Информационное обслуживание склада.* Предполагает управление информационными потоками и является связующим стержнем функционирования служб склада. Таким образом, происходит дублирование функций, в связи с чем необходимо объединить две службы организации.

В итоге, после изучения проблем функционирования системы реализации безалкогольных напитков создаются предпосылки разработки алгоритма проектирования и формирования распределительной мезосистемы, системы продаж, мезосистемы движения ресурсов.

Проектирование данного алгоритма позволит предприятиям, производящим безалкогольные напитки, выйти на новые рынки сбыта и быть более конкурентоспособными.

<sup>1</sup> Статистический сборник по Оренбургской области / Гос. ком. РФ по статистике г. Оренбурга. Оренбург, 2007. С. 284.

<sup>2</sup> Там же. С. 520.

<sup>3</sup> Черниченко А., Чирков Л. Приоритеты развития регионального потребительского рынка // Маркетинг. 2005. № 2. С. 124.

<sup>4</sup> Некипелов А. Менеджмент и эффективность деятельности компаний // Вопр. экономики. 2005. № 12. С. 137.

Поступила в редакцию 18.01.2011 г.