


Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
(ФГБОУ ВО «АмГУ»)

Факультет экономический  
Кафедра экономической безопасности и экспертизы  
Направление подготовки 38.03.06 Торговое дело  
Направленность (профиль) образовательной программы Коммерция

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ

Зав. кафедрой

 Е.С. Рычкова  
«19» 06 2019 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

на тему: Совершенствование организации закупок, поставок и продажи  
товара (на примере ООО «Кристалл-Амур»)

Исполнитель  
студент группы 575-об (А)

 18.06.2019

И.Е. Чернигова

Руководитель  
доцент, к.т.н.

 18.06.2019

Н.А. Бабкина

Нормоконтроль

 18.06.2019

Н.Б. Калинина

Благовещенск 2019


**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации**  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
**АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**  
(ФГБОУ ВО «АмГУ»)

Факультет экономический

Кафедра экономической безопасности и экспертизы

УТВЕРЖДАЮ

Зав.кафедрой

  
« 5 » 09 2018 год

**ЗАДАНИЕ**

К выпускной бакалаврской работе (проекту) студента Черниговой Ирины Евгеньевны

1. Тема выпускной бакалаврской работы: Совершенствование организации закупок, поставок и продажи товара (на примере ООО «Кристалл-Амур»)

(утверждено приказом от 15.04.2019 № 847-уч)

2. Срок сдачи студентом законченной работы(проекта) 18.06.2019

3. Исходные данные к выпускной квалификационной работе: Учебная и методическая литература, финансовая отчетность в период с 2016 по 2018 гг., прайс-листы поставщиков

4. Содержание выпускной бакалаврской работы (проекта) (перечень подлежащих разработке вопросов: Теоретические аспекты организации закупок, поставок и продажи товара, анализ организации закупок, поставок и продажи товара ООО «Кристалл-Амур», Разработка рекомендаций по совершенствованию организации закупок, поставок и продажи товара ООО «Кристалл - Амур».


5. Перечень материалов приложения (наличие чертежей, таблиц, графиков, схем, программных продуктов, иллюстративного материала и т.п.): Приложение А Финансовая отчетность ООО «Кристалл-Амур», Приложение Б Прайс-лист на товары поставщика «Ладога», Приложение В Прайс-лист на товары поставщика «Лавина», Приложение Г Прайс-лист на товары поставщика «Сордис», Приложение Д Прайс-лист на товары поставщика «Эником Невада Групп», Приложение Е Прайс-лист на товары поставщика «Иристые вина», Приложение Ж Прайс-лист на товары поставщика «Белуга Маркет»

6. Консультанты по выпускной бакалаврской работе (проекту) (с указанием относящихся к ним разделов) \_\_\_\_\_

7. Дата выдачи задания 05.09.2018

Руководитель выпускной бакалаврской работы (проекта) Бабкина Наталья Арсентьевна, к.т.н. доцент,

Задание принял к исполнению (дата) 05.09.2018

  
(подпись студента)

## РЕФЕРАТ

Дипломная работа содержит 80 с., 4 рисунка, 33 таблицы, 7 приложений, 45 библиографических источников

КОММЕРЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, ОРГАНИЗАЦИЯ, ЗАКУПКИ, ПОСТАВКИ, ПРОДАЖА ТОВАРОВ, АССОРТИМЕНТ, ПОСТАВЩИКИ, СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ

Актуальность выбранной темы обусловлена современным состоянием организации закупочной и сбытовой деятельности в торговле, претерпевшей коренные изменения в условиях рыночной экономики.

В работе рассмотрены теоретические аспекты организации закупок, поставок и продажи товара, проанализирована организация закупок, поставок и продажи товара ООО «Кристалл-Амур», рассмотрено его финансовое состояние, дана оценка состояния и эффективности организации закупок, поставок и продажи товара ООО «Кристалл - Амур», разработаны рекомендации по совершенствованию организации закупок, поставок и продажи товара ООО «Кристалл - Амур» и составлен расчет экономической эффективности предложенных.

Цель работы - совершенствование организации закупок, поставок и продажи товаров на предприятии ООО «Кристалл - Амур».

Объект работы – предприятие ООО «Кристалл - Амур».

Предмет работы – закупки, поставки и продажа товаров на предприятии ООО «Кристалл - Амур».

## СОДЕРЖАНИЕ

Введение	6
1 Теоретические аспекты организации закупок, поставок и продажи товара	8
1.1 Сущность и значение организации закупок товара	8
1.2 Сущность и значение организации поставок товара	13
1.3 Сущность и значение организации продажи товара	18
2 Анализ организации закупок, поставок и продажи товара ООО «Кристалл-Амур»	23
2.1 Организационно-экономическая характеристика организации ООО «Кристалл - Амур»	23
2.2 Анализ коммерческой работы по закупкам, поставкам, продаже товаров в ООО «Кристалл - Амур»	26
2.3 Торгово-технологический процесс ООО «Кристалл-Амур»	28
2.4 Оценка состояния и эффективности организации закупок, поставок и продажи товара ООО «Кристалл - Амур»	30
3 Разработка рекомендаций по совершенствованию организации закупок, поставок и продажи товара ООО «Кристалл - Амур»	46
3.1 Предложения по совершенствованию организации закупок, поставок и продажи товара ООО «Кристалл - Амур»	46
3.2 Расчет экономической эффективности предложенных мероприятий	47
Заключение	57
Библиографический список	59
Приложение А Финансовая отчетность ООО «Кристалл-Амур»	63
Приложение Б Прайс-лист на товары поставщика «Ладога»	74
Приложение В Прайс-лист на товары поставщика «Лавина»	75
Приложение Г Прайс-лист на товары поставщика «Сордис»	76

Приложение Д Прайс-лист на товары поставщика «Эником Невада Групп»	77
Приложение Е Прайс-лист на товары поставщика «Иристые вина»	79
Приложение Ж Прайс-лист на товары поставщика «Белуга Маркет»	80

## ВВЕДЕНИЕ

Актуальность выбранной темы обусловлена современным состоянием организации закупочной и сбытовой деятельности в торговле, претерпевшей коренные изменения в условиях рыночной экономики.

Повышение эффективности деятельности организации большей частью зависит от увеличения прибыли, то есть, достижение более высокой результативности основной цели существования любой коммерческой организации. Поэтому очевидно, что предприятие с высокой экономической эффективностью является успешным на рынке.

Анализ эффективности организации закупок, поставок и продажи товара позволяет своевременно выявлять возникающие проблемы и оперативно их разрешать, вот почему этот анализ лучше всего проводит одновременно с составлением финансовой отчетности, ежеквартально или ежегодно, в зависимости от размеров деятельности и применяемой системы налогообложения. Помимо оценки деятельности организации, такой анализ позволяет выявить неиспользуемые резервы, определить дальнейшее направление расходования имеющихся ресурсов и возможностей привлечения новых, то есть, способствует более устойчивому развитию компании.

В ходе своей деятельности организации постоянно сталкиваются с проблемой влияния внешних и внутренних факторов, которые могут носить как благоприятный, так и негативный характер. Таким образом, любой организации необходимо регулировать и отслеживать степень воздействия данных факторов, чтобы уверенно держаться на рынке.

Необходимо грамотно создать систему управления деятельностью организации, то есть систему управления наличием и состоянием имеющихся ресурсов, при которой организация может свободно маневрировать ими, чтобы путем их эффективного использования обеспечить бесперебойный процесс реализации, выявлять резервы, формирующие условия прибыльной деятельности.

В работе рассмотрены теоретические аспекты организации закупок, поставок и продажи товара, проанализирована организация закупок, поставок и продажи товара ООО «Кристалл-Амур», рассмотрено его финансовое состояние, дана оценка состояния и эффективности организации закупок, поставок и продажи товара ООО «Кристалл - Амур», разработаны рекомендации по совершенствованию организации закупок, поставок и продажи товара ООО «Кристалл - Амур» и составлен расчет экономической эффективности предложенных.

Объект работы – предприятие ООО «Кристалл - Амур».

Предмет работы – закупки, поставки и продажа товаров на предприятии ООО «Кристалл - Амур».

Целью дипломной работы является совершенствование организации закупок, поставок и продажи товара ООО «Кристалл - Амур»

В рамках поставленной цели определены следующие задачи:

- определить сущность и значение организации закупок, поставок и продажи товаров;
- рассмотреть методику и основные показатели организации закупок, поставок и продажи товаров;
- оценить меры совершенствования деятельности организации;
- изучить деятельность ООО «Кристалл - Амур» и дать оценку эффективности организации закупок, поставок и продажи товаров;
- предложить меры по совершенствованию организации закупок, поставок и продажи товаров ООО «Кристалл - Амур».

# 1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОРГАНИЗАЦИИ ЗАКУПОК, ПОСТАВОК И ПРОДАЖИ ТОВАРА

## 1.1 Сущность и значение организации закупок товара

Деятельность любой организации обуславливает наличия материалов, сырья, услуг и товаров. Поэтому целесообразно использовать закупочную логистику.

Закупочная логистика - это управление материальными потоками в процессе обеспечения производственных организаций ресурсами, торговых организаций товарами.

Данная область деятельности определяет:

- что, у кого, на каких условиях и сколько закупить?
- как реализовать принцип системности, а точнее синхронизировать закупки со сбытом и производством, и также деятельность производственных и торговых организаций с поставщиками?
- основная миссия закупочной логистики состоит в удовлетворении потребностей торговых и производственных организаций в материальных ресурсах и товарах с максимально возможной экономической эффективностью.

Закупочная деятельность — это операционный ресурс. С помощью которого предметы снабжения трансформируются в готовую продукцию, которые удовлетворяют запросы конечных потребителей. Это значит, что ее нужно оценивать с позиции управления добавленной ценностью в цепи поставок. А также закупочная деятельность может рассматриваться как вид деятельности, который входит в интегрированную цепь поставок.

В данное время сокращается число сотрудников служб закупок потому, что часть «прошлых» видов закупочной деятельности из-за появления информационных технологий или из-за того, что они переданы в другие департаменты, стала избыточной. Особенно это касается управления запасами предметов снабжения или выбора поставщиков.



Управление закупками – отдельная область знаний персонала компании, которое надо развивать и наращивать. Персонал, который занимается закупками, должен хорошо разбираться и в других видах деятельности, выполняемых в цепи поставок, а также владеть общими управленческими навыками и умениями, быть способным к стратегическому мышлению, не ограничиваться операционными и функциональными уровнями.

Кроме основных участников закупочной деятельности (потребителей и поставщиков) в цепях поставок присутствует большое количество посредников, оказывающие специализированные услуги. К ним относятся юридические и физические лица различных организационно-правовых форм, совершающих сделки как от своего имени, так и от имени производителей. Перечень таких посредников представлен ниже:

- хранители - принимают по договору на хранение товары, которые передаются им товаровладельцами;
- арендодатели – предоставляют арендаторам имущество во временное владение за соответствующую плату;
- перевозчики – осуществляют услуги по доставке грузов, переданных отправителями, в пункт назначения и их выдачу получателям;
- транспортные экспедиторы – организуют выполнение комплекса услуг, связанных с перевозкой груза;
- подрядчики – выполняют по заданиям заказчиков определенную работу и осуществляют сдачу ее результата;
- агенты – представляют одну из сторон агентского договора, которая обязуется за вознаграждение совершить по поручению другой стороны юридические или иные действия как от своего имени, так и от имени этой стороны;
- комиссионеры – это есть одной из сторон договора комиссии, обязуемая по поручению другой стороны (комитента) за вознаграждение совершить одну или несколько сделок от своего имени и за счет комитента;

- поверенные – это есть одно из сторон договора поручения, обязуемая совершить от имени и за счет другой стороны (доверителя) определенные юридические действия, при том что права и обязанности по данным сделкам будут возникать непосредственно у доверителя.

Закупка материальных ресурсов и товаров - важная и ответственная функция в производственно-экономической системе любого уровня. Субъекты хозяйствования осуществляют закупки материальных ресурсов или товаров для удовлетворения собственных нужд или для перепродажи. Торговые организации, в том числе оптовые и розничные приобретают товары с целью их дальнейшей перепродажи.

Роль закупок или материально-технического обеспечения является традиционной для организаций и достаточно хорошо изучена. Новизна логистического подхода к этой сфере деятельности состоит в интеграции ее со смежными видами деятельности (производством, сбытом, транспортировкой, складированием) позволяет добиться своевременной закупки качественных ресурсов и продукции с минимальными затратами времени и финансовых ресурсов, тем самым укрепляя систему сквозного управления материальными и информационными потоками. Следует помнить, что новая система хозяйствования характеризуется:

- свободным выбором контрагента по закупке товаров;
- множественными источниками закупки (поставщиков);
- равноправием партнеров;
- возросшей ролью договоров и контрактов на поставку товаров;
- саморегулирование процессов поставки товаров;
- свободным ценообразованием;
- конкуренцией поставщиков и покупателей;
- экономической ответственностью сторон;
- инициативой, самостоятельностью и предприимчивостью продавца и покупателя.

Введение логистики в практику закупок дает достичь следующих целей:

- осуществление функций закупки с минимальными основными, а также оборотными средствами;
- снижение текущих издержек при закупке, себестоимости и цены;
- исключение приостановки торговли из-за недостатка товаров;
- создание условий для удачного решения маркетинговых задач компании.

Для достижения этой миссии перед специалистами в области логистики ставятся следующие задачи:

- закупка товаров в таком ассортименте, который в высокой степени отвечает требованиям торговли, обеспечивает эффективное их потребление и исключает необоснованные потери;
- исполнение требований торговли к качеству закупаемых товаров;
- обеспечение в полном объеме поставок товаров в соответствии с выявленной потребностью торговли;
- достижение строгой согласованности сроков закупки товаров с потребностью рынка;
- определение наиболее рационального размера партий закупки товаров;
- обеспечение доставки наиболее экономичным способом в нужное место и своевременной их разгрузки;
- осуществление строгого входного контроля количества и качества поступающих товаров;
- совершенствование документооборота, сопровождающего закупки.

Для решения перечисленных задач необходимо, чтобы выполнялись важнейшие функции закупочной логистики, то есть производились следующие операции:

- классификация товаров;
- анализ эффективности использования товаров;
- определение необходимого объема товаров на планируемый период;
- оперативное исследование предложения на рынке товаров;
- увязка запросов организации с рыночным предложением товаров;

- выбор каналов закупки товаров;
- выбор поставщиков;
- установление хозяйственных взаимоотношений с поставщиками;
- заключение договоров на закупку необходимой продукции;
- подготовка бюджета закупок, включающего различные виды затрат (стоимость выполнения заказов по поставкам;
- транспортировка, экспедирование и страхование; приемка и проверка материальных ресурсов; поиск информации о потенциальных поставщиках);
- разработка оперативных планов закупок;
- расчет оптимальных размеров партий и интервалов закупок товаров;
- оперативное управление закупками и доставкой грузов организации, их регулирование;
- входной контроль материальных потоков;
- организация оперативного учета наличия, закупки и расхода товаров;
- оперативный анализ обеспеченности торговли товарами.

В содержание закупочной логистики включены виды деятельности организаций, позволяющие обеспечить своевременную закупку и доставку товаров.

Стадии и технологии проведения закупок:

- определение потребности в товарах;
- выбор поставщиков;
- обработка заказов;
- контроль выполнения условий договора;
- поступление материала;
- оприходование материала;
- контроль счетов<sup>1</sup>.

Управление закупками это отдельная область знаний персонала компаний, которую необходимо улучшать. Персонал, который занимается

---

<sup>1</sup> Маргунова, В.И Логистика: учеб-метод. комплекс. М.: Изд-во “Высшая школа”, 2018. С. 54.

закупками должен хорошо разбираться в других видах деятельности в цепи поставок и владеть общими управленческими навыками, а также иметь стратегическое мышление.

## **1.2 Сущность и значение организации поставок товара**

Поставщики и потребители готовой продукции и услуг выступают основными субъектами рыночной активности. В общем случае они представляют собой две системы, связанные каналом сбыта или так называемым логистическим каналом. Канал сбыта представлен на рынке некоторым множеством различных звеньев, через которые проходит движение материального потока от места его происхождения и до места назначения.

После того, как состав конкретных участников процесса продвижения материального потока от поставщика к потребителю сформирован, канал сбыта преобразуется в логистическую цепь (или цепь поставок) - объединение всех видов бизнес-процессов (проектирование, производство, продажи, сервис, закупки, дистрибуция, управление ресурсами, поддерживающие функции), необходимых для удовлетворения спроса на продукцию или сервис -- от начального момента получения исходного сырья или информации до доставки конечному потребителю. По существу, в этом определении цепь поставок трактуется как интеграция основных функциональных сфер бизнеса (логистических функций) компании и её партнеров от начала зарождения информационного или товарного потока до поставки продукции или сервиса в соответствии с требованиями конечных потребителей.

Управление цепочкой поставок включает в себя следующие этапы:

- планирование. В рамках этого процесса выясняются источники поставок, производится обобщение и расстановка приоритетов в потребительском спросе, планируются запасы, определяются требования к системе дистрибуции, а также объемы производства, поставок сырья/материалов и готовой продукции. Задача производить самостоятельно или покупать должна решаться на этом этапе. Решения, относящиеся ко всем видам планирования ресурсов и к управлению жизненным циклом товара,

принимаются также на этой стадии. Данные процессы позволяют найти баланс между спросом и поставками для выработки направления действий, наилучшим образом соответствующих требованиям.

- источники закупки. В данной категории выявляются ключевые элементы управления снабжением, производится оценка и выбор поставщиков, проверка качества поставок, заключение контрактов с поставщиками. Также сюда относятся процессы, связанные с получением материалов: приобретение, получение, транспортировка, входной контроль, постановка на хранение до оприходования и приходование. Важно заметить, что действия по управлению поставками товаров и услуг должны соответствовать планируемому или текущему спросу.

- производство. К этому процессу относятся производство, выполнение и управление структурными элементами, подразумевающими контроль за технологическими изменениями, управлением производственными мощностями (оборудованием, зданиями и т.п.), производственными циклами, качеством производства, графиком производственных смен и т.д. Определяются также и специфические процедуры производства: собственно производственные процедуры и циклы, контроль качества, упаковка, хранение и выпуск продукции (внутризаводская логистика). Все составляющие процесса переработки исходного продукта в готовую продукцию должны соответствовать планируемому или текущему спросу.

- доставка. Данный процесс состоит из управления заказами, складом и транспортировкой. Управление заказами включает создание и регистрацию заказов, формирование стоимости, выбор конфигурации товара, а также создание и ведение клиентской базы, наряду с поддержанием базы данных по товарам и ценам, и управление дебиторами и кредиторами. Управление складом предполагает набор действий по подбору и комплектации, упаковке, созданию специальной упаковки / ярлыка для клиента и отгрузке товаров. Инфраструктура управления транспортировкой и доставкой определяется правилами управления каналами и заказами, регулированием товарными

потоками для доставки и управлением качеством доставки. Все эти процессы, включая управление запасами, транспортировкой и дистрибьюцией должны быть приведены в соответствие с планируемым или текущим спросом.

- возврат. В контексте этого процесса определяются структурные элементы возвратов товара дефектных, излишних, требующих ремонта, состояние продукта, его размещение, запрос на авторизацию возврата, составление графика возвратов, направление на уничтожение и переработку. К этим процессам также относятся некоторые элементы послепродажного обслуживания.

Оптимизация управления цепью поставок призвана решить следующие задачи:

- сокращение цикла планирования и увеличение горизонта планирования за счет получения надежной и своевременной информации;

- оптимизация расходов за счет возможности определения стратегических контрагентов, оптимального выбора закупаемых изделий и их поставщиков, поддержки взаимодействия с ними в режиме реального времени;

- снижение производственных издержек через оптимизацию потоков продукции и оперативную организацию обмена информацией между контрагентами. Коммуникация в режиме реального времени между различными участниками цепочки поставок позволяет предотвратить образование «узких мест» в производственном процессе;

- снижение складских издержек за счет приведения объемов производства в соответствие со спросом. Эта задача отвечает концепции управления снабжением («точно в срок»);

- повышение качества обслуживания потребителей достигается за счет оперативности и гибкости процесса поставки.

Эффективное управление цепями поставок позволяет производственным компаниям получать конкурентное преимущество за счет:

- расширения ассортиментной линейки без увеличения вложений в товарные запасы;

- возможности успешного запуска на рынок нового продукта в кратчайшие сроки без ущерба для остального бизнеса;
- улучшения качества обслуживания клиентов;
- снижения издержек и увеличение маржинальной прибыли, что позволяет вести более агрессивную ценовую политику.

Для большинства производственных компаний, затраты, возникающие в цепи поставок, безусловно являются одной из наибольших статей. Каждая компания, вне зависимости от отрасли производства, должна четко определять затраты, возникающие в цепях поставок (включая утраченную продукцию, брак, финансовые обязательства). Это позволит компании сформулировать такую стратегию, в которой приоритетными направлениями будет являться снижение цены и улучшение качества удовлетворения запросов клиента.

Стратегия управления цепями поставок на предприятиях должна формироваться следующим образом:

- дистрибуция;
- ревизия местоположения региональных складов;
- обзор существующих складских помещений и операций на них;
- определение места заводского склада в структуре дистрибуции;
- если необходимо, оптимизация упаковки в соответствии с размером паллет;
- уменьшение стоимости доставки на единицу продукции;
- оптимизация операций отгрузки и поставки;
- определение параметров SKU (идентификатор товарной позиции, единица учёта запасов, складской номер, используемый в торговле для отслеживания статистики по реализованным товарам/услугам.);
- влияние размеров упаковки на логистические затраты;
- затраты на сырьё против качества и прибыли;
- постоянная модернизация и оптимизация условий приобретения для клиентов и покупателей;
- введение упаковки большего формата;



- постоянный мониторинг сырья и материалов;
- цена приобретения против добавочной стоимости;
- новые материалы;
- строгая экспертиза спецификации, используемых материалов;
- исследование покупательной способности;
- варианты рационализации использования материалов;
- развитие партнерских отношений с поставщиками (кооперация, не соперничество;
- работа с поставщиками для достижения взаимовыгодных ценовых параметров;
- оптимальные условия оплаты, снижение времени доставки, удобный объем минимальной партии, уменьшение товарных запасов, снижение цены на единицу);
- рабочая сила (анализ затраты/прибыль для определения приоритетов и необходимых ресурсов);
- минимальное количество складских терминалов в сочетании с качеством услуг/затратами на транспортировку;
- максимальная полезная площадь в сочетании с эффективностью операций;
- точность ведения учета для дальнейшего контроля товарных запасов - накладные, отчеты, отгрузочные накладные, внесение изменений и т.д.;
- корпоративная логистика против провайдеров;
- количество и местонахождения дистрибутивных центров.

Проблемы управления цепями поставок должны стать предметом обсуждения на самом высоком уровне. Планирование производства, снабжение сырьем и материалами и управление товарными запасами должны стать частью управления цепями поставок. Качественная работа операционной и информационной системы - качественное управление цепями

поставок. Единый интерфейс системы отдела продаж, маркетинга и производства является залогом качественной работы<sup>2</sup>.

### **1.3 Сущность и значение организации продажи товара**

Оптовая продажа товаров может осуществляться в двух формах - транзитом, когда оптовое предприятие продает товары без завоза их на свои склады, и продажей товаров со своих складов. Результатом этих форм продажи будет являться соответственно оптовый транзитный оборот и оптовый складской товарооборот.<sup>3</sup>

В оптовом товарообороте баз преобладающий удельный вес приходится на оптовый складской товарооборот. Транзитный оборот оптовых баз подразделяется на оборот с участием в расчетах (оплаченной или с вложением базой собственных средств) и без участия в расчетах (неоплаченный). При транзите с участием в расчетах база оплачивает поставщику стоимость отгруженного товара, которую затем получает от своих покупателей. При транзите без участия в расчетах поставщик предъявляет к оплате счета не оптовой базе, а непосредственно покупателю. При организации транзитного оборота оптовая база выполняет посредническую роль между поставщиком и получателем. Однако она заключает с поставщиками и получателем договора, предъявляет разрядки (наряды), контролирует выполнение договоров.

Трудоемкость транзитного оборота значительно ниже складского, поэтому при относительно высоких размерах транзитных наценок он выгоден для оптовых баз.

Основанием для транзитной отгрузки товаров является наряд, который выписывается оптовым предприятием и адресуется конкретному поставщику (изготовителю), а копия отсылается покупателю - клиенту базы.

Наряд на несколько грузополучателей - это разрядка. Разрядка I квартала, как правило, прилагается к договору, а на последующие - представляются покупателем в определенный срок до начала

---

<sup>2</sup> Левкин, Г. Г. Управление цепями поставок: конспект. М.: Вузовское образование, 2018. С. 98.

<sup>3</sup> Половцева, Ф.П. Коммерческая деятельность: Учебник. М.: ИНФРА-М, 2017. С. 180.

соответствующего квартала. Копии разрядок высылаются всем грузополучателям. Наряды и разрядки выписываются по единообразным формам, содержащим корреспондентскую (реквизиты поставщика и покупателя, основание наряда, наименование плательщика) и фактурную (наименование товара, количество, сумма и цена).

Хозяйственные связи - совокупность организационных, правовых и экономических взаимоотношений, которые возникают между потребителями и поставщиками товаров, представляющий различные звенья цепей поставок.

Их можно классифицировать следующим образом:

- прямые, когда отношения между потребителями и поставщиками продукции устанавливаются без посредников, а материальные ресурсы перемещаются от поставщика к покупателю, минуя промежуточные склады и базы посреднических организаций;

- косвенные, когда поставки продукции потребителю осуществляются через нескольких или одного посредника;

- смешанные.

Хозяйственные связи также можно подразделить на:

- краткосрочные, когда взаимодействие потребителя и поставщика носит нерегулярный характер, осуществляется в виде разовых поставок;

- длительные, когда отношения контрагентов формируется в виде долгосрочных контрактов на взаимовыгодной основе.

При складской форме организации поставок завоз грузов потребителям можно организовать таким образом:

- самовывоз – получатель заключает договор с транспортными организациями или использует собственное транспортное средство;

- централизованный завоз – поставщик и получатель создают единый орган, целью которого является оптимизация совокупного материального потока. При этом необходимо создать парк транспортных средств, рассчитать оптимальные графики и маршруты поставок, определить рациональные

размеры партий поставок и частоту завоза, а также разработать схему завоза продукции.

При оптовом складском обороте применяются следующие методы оптовой продажи товаров со складов:

- по личной отборке товаров покупателями;
- по письменным, телефонным, телеграфным, телетайпным, телефаксным заявкам;
- через разъездных товароведов и передвижные комнаты товарных образцов;
- через автосклады;
- почтовыми посылками.<sup>4</sup>

Продажа товаров с личной отборкой практикуется по изделиям сложного ассортимента (ткани, швейные изделия, трикотаж и др.), когда выбор фасонов, рисунков, расцветок требует участия представителя покупателя.<sup>5</sup>

Для создания удобств покупателям в отборе товаров оптовые базы потребительской кооперации организуют оптовую продажу товаров через залы товарных образцов или торгово-коммерческие павильоны.

Зал товарных образцов - это коммерческий центр современной базы. В нем сосредоточена основная работа, связанная с организацией продажи товаров: ознакомление покупателей с образцами товаров, имеющихся на складах, а также с новыми товарами, оформление соответствующей документации на продажу и оперативный учет товаров. В зале размещаются рабочие места товароведов-реализаторов и фактуристов, которые в зависимости от специализации складов формируются в соответствующие отделы и группы. Товаровед-реализатор вместе с представителем покупателя на основе ознакомления с образцами и отбора покупателем товаров оформляет

---

<sup>4</sup> Брагина, Л.А. Торговое дело: экономика, маркетинг, организация: Учебник. М.: ИНФРА-М, 217. С. 201

<sup>5</sup> Дашков, Л.П. Коммерция и технология торговли: Учебник. М.: Изд.-торг. корпорация «Дашков и К», 2018. С. 78.

в трех экземплярах заказ на отборку товаров на складе, который они оба и подписывают. Один экземпляр заказа передается покупателю для контроля, другой - для выписки счета-фактуры, третий - на склад для индивидуальной отборки и подготовки товаров к отпуску.

Продажа товаров по письменным и телефонным заявкам без предварительной личной отборки осуществляется по товарам простого ассортимента или хорошо известным товарам.<sup>6</sup>

К эффективным формам оптовой продажи относится торговля через передвижные комнаты товарных образцов и разъездных товароведов, а также через автосклады. Передвижные комнаты товарных образцов оборудуются в кузовах автомашин, оснащаются выдвигаемыми ящиками, витринами с образцами различных товаров, а также списками, альбомами, каталогами, на основе которых разъездной товаровед оформляет в магазинах заявки на доставку товаров.

В отличие от передвижных комнат товарных образцов автосклады загружаются на базе товарами и отпускают товары магазинам. С помощью автосклада можно наладить эффективное снабжение мелких и отдаленных магазинов с одним продавцом, не закрывая их на время выезда продавца за товаром.

Отдельные оптовые базы организуют через почтовые отделения связи отправку населению или магазинам посылок с различными непродовольственными товарами. Эта форма торговли осуществляется по специальным каталогам, в которых дается характеристика отправляемых посылками товаров, а также условия их оплаты и порядок заказа. Отправка посылок с товарами непосредственно населению называется индивидуальной или розничной посылочной торговлей, магазинам - мелкооптовой посылочной торговлей. Индивидуальная посылочная торговля, или торговля по каталогам,

---

<sup>6</sup> . Осипова, Л.В. Основы коммерческой деятельности: Учебник. М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2019. С. 312.

имеет перспективы для населения, особенно для жителей небольших населенных пунктов, где отсутствует стационарная розничная торговая сеть.

Оптовые предприятия могут применять и другие формы, и методы оптовой продажи.

В условиях рыночных отношений оптовые фирмы организуют также и розничную продажу товаров населению через собственные магазины, склады или используя автомагазины. В этих случаях оптовые предприятия фактически трансформируются в оптово-розничные фирмы или торговые дома.

## 2 АНАЛИЗ ОРГАНИЗАЦИИ ЗАКУПОК, ПОСТАВОК И ПРОДАЖИ ТОВАРА ООО «КРИСТАЛЛ-АМУР»

### 2.1 Организационно-экономическая характеристика организации ООО «Кристалл - Амур»

Организация ООО «Кристалл-Амур» зарегистрирована 30 декабря 2002 года по адресу 675000, Амурская область, город Благовещенск, улица Заводская, дом 157-159, литер А8А9, 2 этаж, помещение 2. Компании был присвоен ОГРН 1022800527177 и выдан ИНН 2801079140.

Основным видом деятельности по коду ОКВЭД ред.2 - 46.34.2 является торговля оптовая алкогольными напитками, включая пиво и пищевой этиловый спирт. Компанию возглавляет Шурыгин Александр Валерьевич.

По форме собственности ООО "Кристалл-Амур" является коллективно-долевой. Уставный капитал разделен на доли участников. У ООО "Кристалл-Амур" два учредителя.

Генеральный директор осуществляет руководство ООО «Кристалл-Амур». В его компетенцию входят все вопросы регулирования деятельностью предприятия.

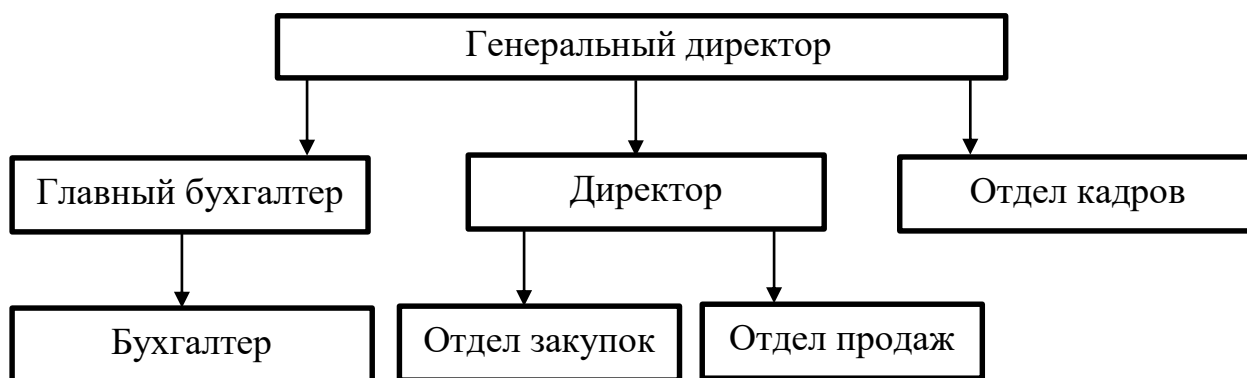


Рисунок 1 – Структура управления ООО «Кристалл - Амур»

Генеральному директору непосредственно подчиняются: главный бухгалтер, директор и отдел кадров.

Директор следит за выполнением работ отделов продаж и закупок, а также предоставляет полный отчет о проделанной работе генеральному директору.

Главный бухгалтер оперативно ведет бухгалтерский учет на предприятии на основе объединения учетных работ с применением вычислительной техники и предоставляет отчеты в налоговые органы.

Работники бухгалтерии систематически посещают курсы повышения квалификации и изучают новые программные продукты.

Отдел кадров ведет подбор сотрудников и учитывая положение Трудового кодекса РФ составляют график выхода на работу торгового персонала, а также следят за его выполнением. В их обязанности также входит осуществление контроля над общим порядком на предприятии.

Компании ООО «Кристалл-Амур» работает с 5 городами:

- г. Благовещенск;
- г. Зея;
- г. Тында;
- г. Свободный;
- г. Белогорск.

Общая численность сотрудников составляет 60 человек.

ООО «Кристалл-Амур» имеет три лицензии.

Таблица 1 – Лицензии организации ООО «Кристалл-Амур»

Номер	Дата	Вид деятельности	Место действия
283АП0006154	24.11.2016 - 29.06.2021	Закупка, хранение и поставка алкогольной продукции	Россия, Амурская обл., г. Благовещенск, Заводская ул., д. 157 - 159, склад, назначение: нежилое. Россия, Амурская обл., г. Благовещенск, Заводская ул., д. 157-159, склад, литер А4, 1 этаж, комната № 1 (S = 2111,5 кв. м.), литер А6, 1 этаж, комната № 1 (S = 623,9 кв. м.)
РА 003719	14.07.2016 - 29.06.2021	Закупка, хранение и поставка алкогольной продукции	Россия, Амурская обл., г. Благовещенск, Заводская ул., д. 157 - 159, склад, литер А4, 1 этаж, комната № 1 (S = 2111,5 кв. м.), литер А6, 1 этаж, комната № 1 (S = 623,9 кв. м.)
Б 099997	13.09.2006	Закупка, хранение и поставка алкогольной продукции	г. Благовещенск, ул. Заводская, 157 - 159, склад 1,2, 1-й км. Новотроицкого шоссе, склад 4, ул. Калинина, 141, склад №14, г. Зея, ул. Октябрьская, 46, г. Тында, ул. Советская, 35, г. Свободный, ул. Ехимова, 61, склад №14, г. Белогорск, ул. Кирова, 174/2, ул. Денисенко, 2.



Динамика экономических показателей деятельности ООО «Кристалл-Амур» представлена в таблице 2.

Таблица 2 - Динамика экономических показателей деятельности ООО «Кристалл-Амур» за 2016-2018 гг.

Показатели	2016 год	2017 год	2018 год	Отклонение 2018 - 2016 гг.		Отклонение 2018 – 2017 гг.		Отклонение 2017 - 2016 гг.	
				Абсолютное, тыс. руб.	Относительное, %	Абсолютное, тыс. руб.	Относительное, %	Абсолютное, тыс. руб.	Относительное, %
Товарооборот, тыс. руб.	1015989	1094035	1120851	104862	110,3	26816	102,5	78046	107,7
Себестоимость проданных товаров, тыс. руб.	893071	928488	947382	54311	106,1	18894	102,1	35417	103,7
Валовая прибыль, тыс. руб.	122918	165547	173469	50551	141,1	7922	104,8	42629	134,7
Расходы, тыс. руб.	9176	14105	17089	7913	186,2	2984	121,1	4929	153,7
Чистая прибыль, тыс. руб.	9412	11471	14537	5125	154,4	3066	126,7	2059	121,8
Среднесписочная численность работников, чел.	58	60	60	2	103,4	0	100	2	103,4
Рентабельность продаж, %	12,1	15,1	15,5	3,4	128,1	0,4	102,6	3	124,8

Из данных результатов расчетов можно сделать следующие выводы, что в целом за анализируемый период все показатели увеличились, в той или иной степени. В 2018 году по сравнению с 2016 годом товарооборот предприятия увеличился на 10,3 %, а в 2017 годом на 2,5 %. В 2017 году по сравнению с 2016 годом также отмечается увеличение и составляет оно 7,7 %. Это связано с расширением ассортимента предприятия, который производился ранее. В продаже появились новые торговые марки шампанского, вина и пива.

Вместе с ростом товарооборота увеличивается себестоимость проданных товаров. Так, в 2018 году по сравнению с 2016 годом себестоимость товаров составила 54311 тыс. руб., а в 2017 году уже 18894 тыс. руб. В 2017 году по сравнению с 2016 годом 35417 тыс. руб.

Помимо увеличения товарооборота и себестоимости товаров увеличивается валовая прибыль. В 2018 году по сравнению с 2016 годом валовая прибыль увеличилась на 50551 тыс. руб., а в 2017 году увеличилась на 7922 тыс. руб. В 2017 году по сравнению с 2016 годом на 42629 тыс. руб.

Также ежегодно увеличивается чистая прибыль предприятия. В 2018 году по сравнению с 2016 годом она увеличилась на 54,4 %, а в 2017 году увеличилась на 26,7 %, что составило 14537 тыс. руб. В 2017 году по сравнению с 2016 годом на 21,8 %.

Вместе с увеличением чистой прибыли увеличиваются расходы. При этом рентабельность в 2018 году увеличилась на 31,1 %, а в 2017 году уже 1,7 %. В 2017 году по сравнению с 2016 годом на 28,9 %.

Рентабельность продаж также в целом увеличивается. По сравнению с 2016 годом в 2018 году рентабельность изменилась на 28,1 %, а в 2017 году на 24,8 %. В 2018 году относительно 2017 года увеличилась на 2,6 %.

## **2.2 Анализ коммерческой работы по закупкам, поставкам, продаже товаров в ООО «Кристалл - Амур»**

ООО «Кристалл-Амур» использует косвенный канал распределения товаров. Схематично это представлено на рисунке 2.

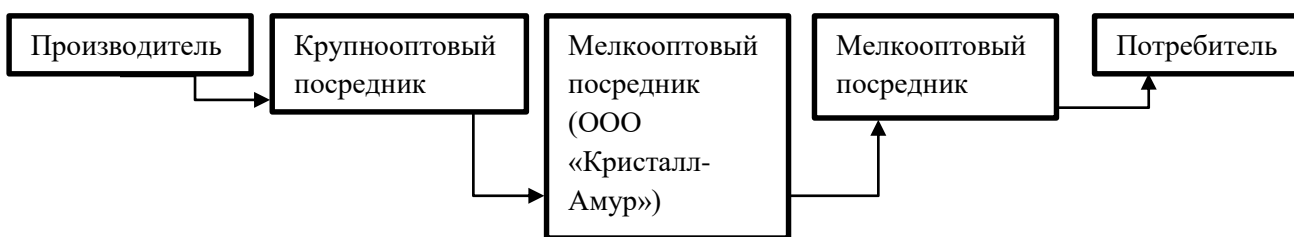


Рисунок 2 - Канал распределения товаров ООО «Кристалл-Амур»

ООО «Кристалл-Амур» является мелкооптовым посредником алкогольной продукции и работает по всей Амурской области, доставляя товар в г. Благовещенск, г. Зея, г. Свободный, г. Белогорск, г. Тынду. А закупает алкогольную продукцию у 6 поставщиков. Более подробная информация о поставщиках ООО «Кристалл-Амур» представлена в таблице 3.

Таблица 3 – Поставщики ООО «Кристалл-Амур»

Поставщик	Место расположение	О компании
ОАО «Алкоторг»	Амурская область, г. Благовещенск	ООО «Алкоторг» - эксклюзивный дистрибьютор продукции АО «Татспиртпром» на территории Российской Федерации. «Алкоторг» в настоящее время обеспечивает присутствие продукции «Татспиртпрома» во всех 85 регионах Российской Федерации. Компания ведет активную работу с ведущими федеральными и региональными сетями страны.
ГК «Русский водочный холдинг»	Москва	ГК «Русский водочный холдинг» является эксклюзивным дистрибутором продукции ООО «КД Коктебель» на территории РФ.
ООО «Гифт»	Пензенская обл., г.Пенза	Крупная дистрибьюторская компания по реализации алкогольных и безалкогольных напитков. Работает на рынке алкогольной отрасли с 2006 г. и активно сотрудничает с ведущими федеральными торговыми сетями.
ООО «Сибирская водочная компания»	Кемеровская область, г. Мариинск	ООО «Сибирская Водочная Компания» было создано на базе структурного подразделения водочного цеха ОАО «Спиртовый комбинат» - крупнейшего производителя спирта в Российской Федерации. На сегодняшний день Сибирская Водочная Компания входит в структуру предприятий Холдинговой компании «Сибирский Деловой Союз» - крупнейшей компании на территории Кузбасса, Алтайского края и других регионов России.
ООО «Эником Невада Групп»	Амурская область, г. Благовещенск	Группа компаний «Невада Групп» осуществляет свою деятельность на рынке продуктов питания Дальнего Востока с 1994 года. Именно тогда была заложена основа дистрибьюционного направления - сегодня это компания "Эником Невада Групп". Филиалы компании "Эником Невада Групп" присутствуют в каждом регионе Дальнего Востока и покрывают населенные пункты с численностью около 75% от всего федерального округа.
ОАО «Уссурийский бальзам»	Приморский край, г. Уссурийск	В 2002 г. завод стал частью группы компаний «Синергия». Завод сотрудничает с клиентами по Приморскому краю, а также с предприятиями ДВФО. В настоящее время компания выходит на рынок Уральского ФО.

Как мы видим поставщики ООО «Кристалл-Амур» находятся в разных регионах России. Удаленность друг от друга составляет более 3000 км. Поэтому ООО «Кристалл-Амур» использует железнодорожный вид транспорта и сотрудничает с компанией ПАО «ТрансКонтейнер». Этот вид транспорта наиболее выгодный, так как затраты на транспортировку товара значительно меньше, чем при других видах. Головной офис ПАО «ТрансКонтейнер» находится в городе Москва, по улице Оружейный переулок, дом 19. Транспортировка товара осуществляется в контейнерах. Приемкой товара занимается отдел закупок.

Отдел продаж работает непосредственно с клиентами компании ООО «Кристалл-Амур». Покупатели могут сами осуществлять доставку своего товара или заключить договор с ООО «Кристалл-Амур». В большинстве случаев покупатели заключают договор. Для транспортировки товара ООО «Кристалл-Амур» имеет в собственности 5 грузовых автомобилей. Автомобиль тоннажем до 3 тонн, два до 10 тонн, и еще два до 5 тонн.

### **2.3 Торгово-технологический процесс ООО «Кристалл-Амур»**

Торгово-технологический процесс содержит в себе комплекс взаимосвязанных торгово-технологических операций. Их содержание и последовательность выполнения зависит от типа и технической оснащенности, а также величины магазина и степени подготовленности к продаже поступивших товаров и других факторов.

Торгово-технологический процесс в ООО «Кристалл-Амур» делится на три основные части:

- операции с товарами до предложения их покупателям;
- операции, которые связаны с обслуживанием покупателей;
- дополнительные операции по обслуживанию покупателей.

В оптовом торговом предприятии ООО «Кристалл-Амур» существенное влияние на качество торгового обслуживания оказывают операции с товарами до предложения их покупателям. К ним относят:

- разгрузка транспортных средств;
- приемка товаров по количеству и качеству.

Товары разгружают бережно, чтобы не повредить целостность упаковки. Коробки с алкогольной продукцией нельзя кидать или бросать при разгрузке, т.к. бутылки хрупкие, могут разбиться, а это затруднит продажу этого товара и предприятие понесет убытки из-за неосторожности своего персонала. Товар разгружают на склад, где осуществляется приемка по количеству.

Приемка по количеству производится для установления соответствия наименования, сорта, цены товаров, а также их количества данным сопроводительных документов. Приемку в ООО «Кристалл-Амур»

осуществляют материально-ответственные лица из отдела закупок. Это зависит от свободы сотрудников в момент привоза товара.

При приемке товара по количеству сверяют фактически поступивший товар с данными указанными в сопроводительных документах. Приемку по количеству можно разделяют на два этапа:

- проверка количества мест и веса брутто (вес товара с тарой);
- проверка количества единиц вместе и веса брутто (чистый лист товара).

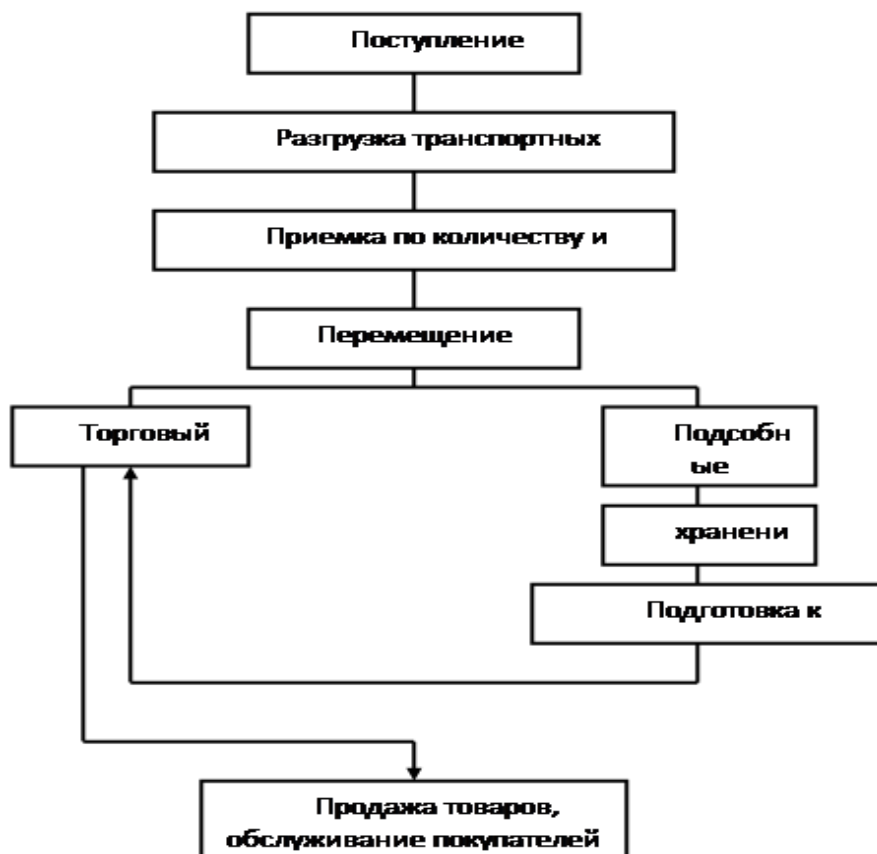


Рисунок 3 – Торгово-технологический процесс ООО «Кристалл – Амур»

А также приемка осуществляется такими нормативными документам как:

- «Инструкция о порядке приемки продукции производственно-технического назначения и товаров народного потребления по количеству»;
- «Инструкция о порядке приемки продукции производственно-технического назначения и товаров народного потребления по качеству».

## 2.4 Оценка состояния и эффективности организации закупок, поставок и продажи товара ООО «Кристалл - Амур»

Существует три основных показателя оценки эффективности закупочной деятельности: цена, время и надежность поставщика. Фактор времени включает в себя контроль поставок, а также последствия в результате задержаний и опозданий. Данные о выполнении договорных обязательств по срокам поставки товара поставщиков ООО «Кристалл-Амур» представлены в таблице 4.

Таблица 4 – Анализ выполнения договорных обязательств по срокам поставки товара поставщиками ООО «Кристалл-Амур»

Поставщик	Доля задержанных заказов, %	Доля ситуаций, при которых просрочка доставки вызвала осязаемое отсутствие товара на складе, %
ОАО «Алкоторг»	0	0
ГК «Русский водочный холдинг»	25	15
ООО «Гифт»	15	5
ООО «Сибирская водочная компания»	10	5
ООО «Эником Невада Групп»	0	0
ОАО «Уссурийский бальзам»	3	0

Доля задержанных заказов выше у поставщика ГК «Русский водочный холдинг» и составляет 25 %, на втором месте ООО «Гифт» и ООО «Сибирская водочная компания» их доля составляет 15 % и 10 %, соответственно. Минимальная доля задержанных заказов ОАО «Уссурийский бальзам» - 3 %.

У ОАО «Алкоторг» и ООО «Эником Невада Групп» задержка заказов отсутствует. Доля ситуаций, при которых просрочка доставки вызвала осязаемое отсутствие товара на складе так же выше у поставщика ГК «Русский водочный холдинг» и составляет 15 %. У ООО «Гифт» и ООО «Сибирская

водочная компания» одинаковая доля и составляет 5 %. А у ОАО «Алкоторг», ОАО «Уссурийский бальзам» и ООО «Эником Невада Групп» отсутствует.

По фактору «цена» проанализируем цены, которые были уплачены при закупке продукции. Сравним их с ранее намеченными ценами, чтобы избежать отклонений от бюджета закупок.

Таблица 5 – Анализ закупочной цены ОАО «Алкоторг» за 2016-2018 гг.

Наименование товара	Закупочные цены, руб.		
	2016 год	2017 год	2018 год
Виски «Glen Rivers», 0,7 л.	850	870	870
Водка «Tundra», 0,5 л.	450	460	480
Водка «Graf ledoff», 0,5 л.	460	460	480
Водка «Русская валюта», 0,5 л.	360	365	360
Шампанское «Российское шампанское белое полусухое», 0,75 л.	270	280	280
Шампанское «Российское шампанское белое полусладкое», 0,75 л.	270	280	280
Шампанское «Российское шампанское белое сладкое», 0,75 л.	270	280	280
Текила «Olmeca», 0,7 л.	950	1000	1000
Ром «Bacardi», 0,7 л.	990	1050	1050
Ром «Bacardi Black», 0,7 л.	990	1050	1050
Ром «Bacardi Gold», 0,7 л.	990	1050	1050
Самбука «Molinari», 0,7 л.	1000	1100	1150
Самбука «Luxardo», 0,7 л.	1100	1150	1200
Абсент «Xenta», 0,7 л.	1300	1300	1330
Абсент «Tunel», 0,7 л.	1450	1450	1470
Коньяк «Людовик limited», 0,7 л.	650	660	680
Коньяк «Людовик трехлетний», 0,7 л.	650	660	680
Коньяк «Людовик пятилетний», 0,7 л.	650	660	680
Суммарная стоимость пакета закупки	13650	14125	14370

В ходе анализ фактора цены поставщика ОАО «Алкоторг» выяснилось, что цена за единицу продукции с каждым годом увеличивается. Так в 2017 году цена по сравнению с 2016 годом увеличилась на 475 рублей, а в 2018 году по сравнению с 2017 на 245 рублей. В 2018 году по сравнению с 2016 годом увеличение произошло на 718 рублей.

Таблица 6 – Анализ закупочной цены поставщика ГК «Русский водочный холдинг» за 2016-2018 гг.

Наименование товара	Закупочные цены, руб.		
	2016 год	2017 год	2018 год
Водка «Medoff Классик», 0,5 л.	400	410	415
Водка «Medoff Оригинальная», 0,5 л.	400	410	415
Водка «Medoff Люкс», 0,5 л.	400	410	415
Водка «Medoff Gold», 0,5 л.	400	410	415
Водка «Medoff Platinum», 0,5 л.	400	410	415
Водка «На березовых бруньках «Клюква»», 0,5 л.	280	280	285
Водка «На березовых бруньках «Оригинальная»», 0,5 л.	280	280	285
Водка «На березовых бруньках «Медовая с перцем»», 0,5 л.	280	280	285
Водка «На березовых бруньках «Кедровая»», 0,5 л.	280	280	285
Водка «Наша марка «Классическая»», 0,5 л.	260	270	280
Водка «Наша марка «Пшеничная»», 0,5 л.	260	270	280
Коньяк «Коктебель Македонский 30», 0,7 л.	700	700	710
Коньяк «Коктебель 3», 0,7 л.	610	600	620
Коньяк «Коктебель 4», 0,7 л.	650	660	670
Коньяк «Коктебель 5», 0,7 л.	700	710	715
Вино белое сухое «Крымский винодел» Алиготе», 0,7 л.	330	330	320
Вино красное сухое «Крымский винодел» Каберне», 0,7 л.	330	330	320
Вино белое полусладкое «Крымский винодел» Совье Блан», 0,7 л.	290	300	310
Вино красное полусладкое «Крымский винодел» Совье Руж», 0,7 л.	290	300	310
Вино розовое полусладкое «Крымский винодел» Монте Розе», 0,7 л.	290	300	310
Суммарная стоимость пакета закупки	7830	7940	8060



В ходе анализ фактора цены поставщика ГК «Русский водочный холдинг» выяснилось, что цена за единицу продукции с каждым годом увеличивается. Так в 2017 году цена по сравнению с 2016 годом увеличилась на 110 рублей, а в 2018 году по сравнению с 2017 на 120 рублей. В 2018 году по сравнению с 2016 годом увеличение произошло на 230 рублей.

Таблица 7 – Анализ закупочной цены поставщика ООО «Гифт» за 2016-2018 гг.

Наименование товара	Закупочные цены, руб.		
	2016 год	2017 год	2018 год
Виски зерновой "Macallister classic blend (Маккаллистер классический купаж)", 0,7 л.	570	570	580
Виски зерновой "Macallister original blend (Маккаллистер оригинальный купаж)", 0,7 л.	570	570	585
Напиток винный газ. "Бости (Bosti) Spumante", 0,75 л.	315	330	350
Напиток винный газ. "Бости (Bosti) Spumante", 0,75 л.	315	330	350
Напиток винный газ. "Бости (Bosti) Bianco", 0,75 л.	315	330	350
Напиток винный газ. "Бости (Bosti) Peach&Pear", 0,75 л.	315	330	350
Игристый винный напиток BelBosco ("БельБоско"), 0,75 л.	400	410	410
Напиток винный газ. "БельБоско (Belbosco) Spumante", 0,75 л.	400	410	410
Напиток винный газ. "БельБоско (Belbosco) со вкусом Asti", 0,75 л.	400	410	410
Напиток винный газ. "БельБоско (Belbosco) Bianco", 0,75 л.	400	410	410
Напиток винный газ. "БельБоско (Belbosco) Rosali", 0,75 л.	400	410	410
Напиток винный фруктовый полусладкий "Крымская Аэлита со вкусом винограда Изабелла красное полусладкое", 0,75 л.	310	310	320
Напиток винный фруктовый полусладкий "Крымская Аэлита со вкусом винограда Мускат белое полусладкое", 0,75 л.	310	310	320
Напиток винный фруктовый полусладкий "Крымское Аэлита со вкусом винограда Каберне красное полусладкое", 0,75 л.	310	310	320
Напиток винный фруктовый полусладкий "Крымская Аэлита со вкусом винограда Шардене белое полсладкое", 0,75 л.	310	310	320
Суммарная стоимость пакета закупок	5640	5750	5895

В ходе анализ фактора цены поставщика ООО «Гифт» выяснилось, что цена за единицу продукции с каждым годом увеличивается. Так в 2017 году цена по сравнению с 2016 годом увеличилась на 110 рублей, а в 2018 году по

сравнению с 2017 на 145 рублей. В 2018 году по сравнению с 2016 годом увеличение произошло на 255 рублей.

Таблица 8 – Анализ закупочной цены поставщика ООО «Сибирская водочная компания» за 2016-2018 гг.

Наименование товара	Закупочные цены, руб.		
	2016 год	2017 год	2018 год
Водка «Сибирская Снегурочка», 0,5 л.	370	370	375
Водка «Сибирская Губерния», 0,5 л.	375	380	380
Водка «Мариинские просторы. Кедровая», 0,5 л.	360	360	360
Водка «Мариинские просторы. Люкс», 0,5 л.	365	365	365
Водка «Сибспиртпром. Пшеничная», 0,5 л.	370	375	380
Водка «Сибспиртпром. Хлебная», 0,5 л.	370	375	380
Водка «Сибспиртпром. Кедровая», 0,5 л.	370	375	380
Водка «Русский шик», 0,5 л.	410	410	415
Водка «Русский шик Luxury», 0,5 л.	410	410	415
Водка «Русский шик Royal», 0,5 л.	410	410	415
Водка «Diamond ice», 0,5 л.	570	570	565
Суммарная стоимость пакета закупки	4380	4400	4430

В ходе анализ фактора цены поставщика ООО «Сибирская водочная компания» выяснилось, что цена за единицу продукции с каждым годом увеличивается. Так в 2017 году цена по сравнению с 2016 годом увеличилась на 20 рублей, а в 2018 году по сравнению с 2017 на 30 рублей. В 2018 году по сравнению с 2016 годом увеличение произошло на 50 рублей.

Таблица 9 – Анализ закупочной цены поставщика ООО «Эником Невада Групп» за 2016-2018 гг.

Наименование товара	Закупочные цены, руб.		
	2016 год	2017 год	2018 год
Пиво «Essa», 0,5 л.	65	70	70
Пиво Garage, 0,5 л.	65	70	70
Пиво Heineken, 0,5 л.	70	70	75
Пиво Miller, 0,5 л.	80	80	82
Пиво Karmi, 0,5 л.	80	80	80
Пиво Велкопоповицкий козел, 0,5 л.	65	65	68
Пиво Хамовники, 0,5 л.	89	89	90

## Продолжение таблицы 9

Наименование товара	Закупочные цены, руб.		
	2016 год	2017 год	2018 год
Пиво Крушовице, 0,5 л.	64	64	66
Пиво Старый мельник, 0,5 л.	59	59	60
Пиво Кроненбург 1664, 0,5 л.	60	60	62
Пиво Жатецкий Гусь, 0,5 л.	70	70	71
Пиво Охота, 0,5 л.	55	55	57
Пиво Корона, 0,5 л.	59	59	60
Пиво Балтика, 0,5 л.	58	58	60
Пиво Бавария, 0,5 л.	67	67	67
Пиво Efes, 0,5 л.	78	78	79
Пиво Velvet, 0,5 л.	75	75	77
Пиво Белый медведь, 0,5 л.	62	62	64
Пиво Клинское, 0,5 л.	58	58	60
Пиво Vud, 0,5 л.	64	64	67
Пиво Жигулевское, 0,5 л.	58	58	61
Пиво Туборг, 0,5 л.	67	68	69
Пиво Сибирская корона, 0,5 л.	69	70	72
Пиво Карлсберг, 0,5 л.	72	70	72
Пиво Толстяк, 0,5 л.	74	75	77
Пиво Амстел, 0,5 л.	66	67	70
Пиво Три богатыря, 0,5 л.	69	70	73
Пиво Пауланер, 0,5 л.	70	70	72
Пиво Невское, 0,5 л.	72	72	75
Пиво Гёссер, 0,5 л.	87	88	90
Пиво Ячменный колос, 0,5 л.	78	79	80
Пиво Ледяное, 0,5 л.	75	75	78
Пиво Очаково, 0,5 л.	55	60	60
Суммарная стоимость пакета закупки	2255	2275	2334

В ходе анализ фактора цены поставщика ООО «Эником Невада Групп» выяснилось, что цена за единицу продукции с каждым годом увеличивается. Так в 2017 году цена по сравнению с 2016 годом увеличилась на 20 рублей, а в 2018 году по сравнению с 2017 на 59 рублей. В 2018 году по сравнению с 2016 годом увеличение произошло на 79 рублей.

Таблица 10 – Анализ закупочных цен поставщика ОАО «Уссурийский бальзам» за 2016-2018 гг.

Наименование товара	Закупочные цены, руб.		
	2016 году	2017 году	2018 году
Водка «Мягков Серебряная», 0,5 л.	440	435	440
Водка «Мягков», 0,5 л.	440	435	440
Водка «Русский лед», 0,5 л.	310	315	320
Водка «Беленькая классическая», 0,5 л.	250	270	280

## Продолжение таблицы 10

Наименование товара	Закупочные цены, руб.		
	2016 год	2017 год	2018 год
Водка «Беленькая люкс», 0,5 л.	250	270	280
Водка «Беленькая золотая», 0,5 л.	250	270	280
Водка «Беленькая кедровая», 0,5 л.	250	270	280
Водка «Беленькая ворона», 0,5 л.	250	270	280
Водка «Беленькая ржаная», 0,5 л.	250	270	280
Водка «Тигрофф с женьшенем», 0,5 л.	325	325	325
Водка «Тигрофф с пчелиным молочком», 0,5 л.	325	325	325
Водка «Тигрофф», 0,5 л.	330	330	330
Водка «Белое озеро», 0,5 л.	240	240	245
Водка «Снежный краб», 0,5 л.	210	210	210
Водка «Птичка синичка», 0,5 л.	215	215	215
Настойка «Мягков Рябина с коньяком», 0,5 л.	450	445	450
Настойка «Мягков со вкусом клюквы», 0,5 л.	450	445	450
Настойка «Мягков Чили и мед», 0,5 л.	450	445	450
Настойка сладкая «Северная черемуха», 0,5 л.	330	335	340
Настойка сладкая «Северная морошка», 0,5 л.	330	335	340
Настойка сладкая «Северная клюква», 0,5 л.	330	335	340
Настойка сладка «Северная брусника», 0,5 л.	330	335	340
Настойка сладкая «Золотой Фазан», 0,5 л.	330	335	340
Настойка горькая «Кедровая падь», 0,5 л.	320	320	320
Настойка горькая «Жгучий перец», 0,5 л.	320	320	320
Настойка горькая «Брусничная на меду», 0,5 л.	320	320	320
Настойка коньячная «Вишня на коньяке», 0,5 л.	330	335	340
Настойка коньячная «Брусника на коньяке», 0,7 л.	330	335	340
Настойка коньячная «Шиповник на коньяке», 0,5 л.	330	335	340
Настойка коньячная «Черемуха на коньяке», 0,5 л.	330	335	340
Настойка коньячная «Черешня на коньяке», 0,5 л.	330	335	340
Ликер «Ягодный микс», 0,5 л.	320	315	320
Ликер «Сочная вишня», 0,5 л.	320	315	320
Ликер «Малиновый джем», 0,5 л.	320	315	320
Бальзам «Уссурийский бальзам», 0,5 л.	380	380	380
Суммарная стоимость пакета закупки	11285	11420	11580

В ходе анализ фактора цены поставщика ОАО «Уссурийский бальзам» выяснилось, что цена за единицу продукции с каждым годом увеличивается. Так в 2017 году цена по сравнению с 2016 годом увеличилась на 135 рублей, а в 2018 году по сравнению с 2017 на 160 рублей. В 2018 году по сравнению с 2016 годом увеличение произошло на 295 рублей

Составим сводный анализ цен поставщиков ООО «Кристалл-Амур» и рассчитаем темп роста, для того что бы понять сколько процентов составил рост стоимости пакета закупаемой продукции текущего периода по отношению к предыдущим периодам. Сводный анализ стоимости пакета закупаемой продукции представлен в таблице 11.

Таблица 11 – Сводный анализ стоимости пакета закупаемой продукции у поставщиков ООО «Кристалл - Амур»

Поставщик	Стоимость пакета закупаемой продукции, тыс. руб.			Темп роста, %		
	2016 г.	2017 г.,	2018 г.,	2017/2016	2018/2017	2018/2016
ОАО «Алкоторг»	13650	14125	14370	103,5	101,7	105,3
ГК «Русский водочный холдинг»	7830	7940	8060	101,4	101,5	102,9
ООО «Гифт»	5640	5750	5895	102	102,5	104,5
ООО «Сибирская водочная компания»	4380	4400	4430	100,5	100,7	101,1
ООО «Эником Невада Групп»	2255	2275	2334	100,9	102,6	103,5
ОАО «Уссурийский бальзам»	11285	11420	11580	101,2	101,4	102,6

В ходе сводного анализа цен поставщиков ООО «Кристалл - Амур» выявили наиболее устойчивое к изменению цен предприятие. Им является ООО «Сибирская водочная компания». Его темп роста за весь анализируемый период составил 1,1 %. Далее идут ОАО «Уссурийский бальзам», ГК «Русский водочный холдинг» и ООО «Эником Невада Групп», их темп роста составляет 2,6 %, 2,9 % и 3,5 %, соответственно. Наименее устойчивыми оказались такие предприятия как ООО «Гифт» и ОАО «Алкоторг». Их темп роста выше всех и составил 4,5 % и 5,3 %, соответственно.

Надежность поставщика заключается в соответствие объема качества поставки условиям, указанным в договоре. Данные поставщиков ООО «Кристалл-Амур» представлены в таблице 12.

Таблица 12 – Анализ надежности поставщиков ООО «Кристалл-Амур»

Показатель	ОАО «Алкоторг»	ГК «Русский водочный холдинг»	ООО «Гифт»	ООО «Сибирская водочная компания»	ООО «Эником Невада Групп»	ОАО «Уссурийский бальзам»
Снижение издержек на закупку в общей структуре логистических издержек	нет	есть	есть	нет	нет	нет
Значение уровня брака закупаемой продукции, %	0	10	5	2	0	0
Количество закупок, совершенных вовремя, шт.	4253	4863	1387	8696	3456	1249
Количество ситуаций, когда нужного товара продукции не оказывалось на складе, что приводило к неудовлетворению спроса потребителей, шт.	1	5	2	1	0	1
Число получаемых и обслуживаемых заявок, шт.	112	151	134	80	120	83
Доля транспортных издержек в структуре общих затрат на закупки, %	5	30	25	25	6	8

Высокое значение уровня брака закупаемой продукции у поставщика ГК «Русский водочный холдинг» и составляет 10 %. У ООО «Гифт» и ООО «Сибирская водочная компания» 5 % и 2 %, соответственно. У ООО «Эником Невада Групп», ОАО «Алкоторг» и ОАО «Уссурийский бальзам» значение уровня брака закупаемой продукции составляет 0 %.

Количество ситуаций, когда нужного товара продукции не оказывалось на складе, что приводило к неудовлетворению спроса потребителей выше

всего также у ГК «Русский водочный холдинг» и составляет 5 ситуаций. На втором месте оказался ООО «Гифт» 2 ситуации. У ОАО «Алкоторг», ООО «Сибирская водочная компания» и ОАО «Уссурийский бальзам» по одной ситуации. У ООО «Эником Невада Групп» ситуации отсутствуют.

Доля транспортных издержек в структуре общих затрат на закупки выше всего у поставщика ГК «Русский водочный холдинг» и составляет 30 %. На втором месте поставщики ООО «Гифт» и ООО «Сибирская водочная компания», их доля транспортных издержек равна и составляет 25 %. У ОАО «Уссурийский бальзам» 8 %, а у ООО «Эником Невада Групп» 6 %. Наименьшая доля транспортных издержек в структуре общих затрат на закупки оказалась у ОАО «Алкоторг» и составляет 5 %.

Ритмичность работы является главным условием своевременной реализации продукции. Неритмичность ухудшает все экономические показатели и при этом происходит рост сверхплановых остатков готовой продукции на складах, замедление оборачиваемости капитала, несвоевременное поступление выручки. Ритмичность поставок ООО «Кристалл-Амур» в 2018 году представлена в таблице 13.

Таблица 13 – Анализ ритмичности поставок ООО «Кристалл-Амур» в 2018 году

Квартал года	Предусмотрено по договору, тыс. руб.	Удельный вес, %	Исполнено фактически, тыс. руб.	Удельный вес, %
I	74840,7	26,0	73750,3	25,2
II	71960,1	25,0	72350,3	24,7
III	63330,3	22,0	70230,0	24,0
IV	77720,3	27,0	76600,5	26,1
Итого	287851,4	100	292931,1	100
Коэффициент ритмичности	1,02			

В 2018 году было заключено договоров на поставку товаров на сумму 287851,4 тыс. руб., из которых были выполнены договора на 292931,1 тыс. руб. Фактический объем поставок оказался выше планового. Таким образом,

коэффициент ритмичности составил 1,02. Это говорит о том, что в 2018 году предприятие работало ритмично.

При формировании необходимых размеров товарных запасов, предприятие обеспечивает устойчивый ассортимент, повышает уровень удовлетворения покупателей, осуществляет определённую ценовую политику. Исходя из этого в магазине ведётся нормирование товарных запасов, их контроль и оперативный учёт, так же регулирование. В таблице 14 представлены показатели оборачиваемости товарных запасов за 2017 - 2018 гг. Таблица 14 – Анализ показателей оборачиваемости товарных запасов ООО «Кристалл-Амур» за 2017 - 2018 гг.

Наименование показателя	2017 год	2018 год	Отклонение	
			Абсолютное	Относительное, %
Товарные запасы, тыс. руб.	65673	88762	23089	35,1
Средний товарооборот, тыс. руб.	283461	360511	77050	27,2
Однодневный товарооборот, тыс. руб.	787,4	1002,5	21,5	2,7
Время обращения, дней	84	89	5	6,0

Уровень товарных запасов имеет тенденцию к возрастанию. Это обусловлено ростом товарооборота на 27,2 %. Время обращения товаров в 2018 году составляет 89 дней. По сравнению с 2017 годом скорость увеличивается.

Товарные запасы предприятия в полном объеме выполняют свои главные функции на протяжении всего 2018 года: обеспечивают бесперебойный товарооборот в периодах между поставками. На счет структуры товарных запасов предприятия, можно сказать, что в качестве запаса имеются все наиболее «популярные» группы реализуемого компанией ассортимента.

Для определения товарных позиций, которые необходимо всегда иметь в качестве товарного запаса, проведем анализ ABC – XYZ.



В качестве объекта проанализируем ассортимент, реализуемый ООО «Кристалл-Амур», а в качестве параметра исследования – товарный запас в рублях по отдельным группам ассортимента за 2018 год.

Таблица 15 - Товарный запас товарных групп и их доля в товарных запасах за 2018 год

Вид товара	Товарный запас за 2018 год, тыс. руб.	Доля товарного запаса, %
Водка	12426,7	14
Коньяк	10030,1	11,3
Вино	12071,6	13,6
Виски	7456,1	8,4
Ликер	9852,6	11,1
Настойка	11006,5	12,4
Текила	1864,1	2,1
Ром	7100,9	8
Самбука	6302,1	7,1
Абсент	2041,5	2,3
Пиво	8609,9	9,7
Итого	88762,1	100

Следующим этапом отсортируем данные по группам по порядку убывания их доли в запасе, рассчитаем долю каждой группы в товарном запасе накопительным итогом и на основании этого распределим товары по группам А, В и С. Результаты представлены в таблице 16.

Таблица 16 – ABC-анализ товарных запасов ООО «Кристалл-Амур»

Вид товара	Доля товарного запаса, %	Доля товарного запаса накопительным итогом, %	Группа
Водка	14	14	А
Вино	13,6	27,6	А
Настойка	12,4	40	А
Коньяк	11,3	51,3	В
Ликер	11,1	62,4	В
Пиво	9,7	72,1	В
Виски	8,4	80,5	С
Ром	8	88,5	С

## Продолжение таблицы 16

Вид товара	Доля товарного запаса, %	Доля товарного запаса накопительным итогом, %	Группа
Самбука	7,1	95,6	С
Абсент	2,3	97,9	С
Текила	2,1	100	С

Основную долю товарных запасов формируют такие товарные группы как водка, вино, настойка. Они относятся к группе «А» и составляют 40 %. Это говорит о том, что это самые важные товары для ООО «Кристалл-Амур».

К группе «В» относятся коньяк, ликер и пиво. Они составляют средний уровень всего товарного запаса компании.

К группе «С» относятся виски, ром, самбука, абсент, текила и имеют наименьший товарный запас на предприятии.

Таблица 17 - XYZ-анализ товарных запасов ООО «Кристалл-Амур»

Вид товара	Объем товарооборота за 2018 г., тыс. руб. (по кварталам)				Средний оборот за квартал	Стандартное отклонение	Коэффициент вариации, %	Группа
	I	II	III	IV				
Водка	11715	12690	11335	12333	12018,25	0,050	5,00	X
Коньяк	10999	10152	10320	11580	10762,75	0,060	6,10	X
Вино	11089	11115	10490	11674	11092	0,043	4,36	X
Виски	8138	6214	7021	8567	7485	0,142	14,28	Y
Ликер	7512	8314	7783	7908	7879,25	0,042	4,23	X
Настойка	6886	6914	6598	7249	6911,75	0,038	3,85	X
Текила	4283	4308	4315	4300	4301,5	0,003	32,00	Z
Ром	7422	7089	6091	7814	7104	0,103	10,38	Y
Самбука	4723	4691	4653	4379	4611,5	0,034	34,18	Z
Абсент	5907	5863	5510	5498	5694,5	0,038	38,77	Z
Бренди	6512	6889	6490	6133	6506	0,047	47,46	Z
Пиво	7244	5426	6683	7626	6744,75	0,142	14,24	Y

По результатам анализа можно сделать вывод, что некоторые категории пользуются постоянным спросом, и по ним можно прогнозировать

последующие продажи довольно точно. Следовательно, для стабильного функционирования компании необходимо иметь постоянный товарный запас этих категорий товаров, а значит, товароснабжение этих групп товаров должно быть бесперебойным. К таким категориям относятся товары группы X, коэффициент вариации по этим категориям составляет менее 10 %: водка, коньяк, вино, ликёр и настойка.

К группе Y относятся виски, ром и пиво. Их коэффициент вариации составляет от 10 % до 25 %. Такие товарные позиции пользуются колеблющимся спросом, что может быть вызвано нестабильными поставками этих товаров или сезонностью спроса на них.

В группу Z вошли текила, самбука, абсент и бренди. Их коэффициент вариации составляет более 25 %. Эти товары требуют особого внимания и более глубокого анализа покупательского спроса.

Совмещенный ABC-XYZ анализ позволяет разбить данные по продажам на 9 групп в зависимости от вклада в выручку компании (ABC) и регулярности покупок (XYZ). Сопоставленные данные двух анализов представлены в таблице 18

Таблица 18 – Сводный анализ ABC- XYZ

AX	BX	CX
Водка, вино, настойка	Коньяк, ликер	-
AУ	ВУ	СУ
-	Пиво	Виски, ром
AZ	BZ	CZ
-	-	Самбука, абсент, текила

Поскольку товары групп А и В обеспечивают основной товарооборот предприятия, необходимо обеспечивать постоянное их наличие в качестве товарного запаса. Наиболее выгодными для анализируемого предприятия товарными группами являются AX, VX— группы, которые обеспечивают наибольший вклад в товарооборот и формирование прибыли. К таким

товарным позициям относится водка, вино, настойка, коньяк и ликер. На эти товары существует стабильный спрос, поэтому необходимо обеспечить постоянное наличие товара. Расход таких товаров хорошо прогнозируется, поэтому их страховой запас не должен быть избыточным, чтобы избежать увеличения затрат на хранение и транспортировку товара от поставщиков. К группе СХ не относится ни один товар.

Товары группы АУ отсутствуют, а ВУ (пиво) имеет недостаточную стабильность расхода, и, как следствие, для того чтобы обеспечить постоянное наличие, нужно увеличить страховой запас. К группе СУ относятся виски и ром. Эта группа обладает достаточным потенциалом, поэтому необходимо разработать и оптимизировать ассортиментную и ценовую политику в отношении этой группы для того, чтобы они перешли в группу выгодных товаров.

На исследуемом предприятии отсутствуют товарные позиции таких групп как AZ и BZ, но присутствует группа CZ. В нее входят самбука, абсент и текила. Это означает неправильно выбранную ассортиментную стратегию, допускающую наличие товаров с нерегулярным потреблением.

Таким образом при анализе организации закупок, поставок и продажи товара, выяснилось, что за анализируемый период все показатели увеличились, в той или иной степени. Это является положительным фактором для организации. На увеличение товарооборота могли повлиять: увеличение ассортимента товара, ценовая политика. Фактический объем поставок оказался выше планового, а коэффициент ритмичности составил 1,02. Это говорит о том, что в 2018 году предприятие работало ритмично. Что касается анализа поставщиков, мы рассматривали их по трем показателям оценки эффективности закупочной деятельности: цена, время и надежность поставщика. По показателю цен наиболее устойчивое к изменению оказалось предприятие ООО «Сибирская водочная компания», а наименее устойчив ОАО «Алкоторг». По показателю время высокая доля задержанных заказов у поставщика ГК «Русский водочный холдинг». По показателю надежность

ненадежным по всем параметрам оказался также ГК «Русский водочный холдинг». ABC-XYZ анализ показал, что присутствует группа CZ. В нее входят самбука, абсент и текила. Это означает неправильно выбранную ассортиментную политику, которая допускает наличие товаров с нерегулярным потреблением.

### 3 РАЗРАБОТКА РЕКОМЕНДАЦИЙ ПО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ ОРГАНИЗАЦИИ ЗАКУПОК, ПОСТАВОК И ПРОДАЖИ ТОВАРА ООО «КРИСТАЛЛ - АМУР»

#### 3.1 Рекомендации по совершенствованию организации закупок, поставок и продажи товара ООО «Кристалл - Амур»

В результате проведенного анализа были выявлены недостатки, они описаны ниже, поэтому для совершенствования организации закупок, поставок и продажи товаров предлагаются следующие рекомендации. Рекомендации по совершенствованию организации закупок, поставок и продажи товара ООО «Кристалл-Амур» представлен на рисунке 4.



Рисунок 4 – Рекомендации по совершенствованию организации закупок, поставок и продажи товара ООО «Кристалл-Амур»

Так как у оптового торгового предприятия ООО «Кристалл - Амур» небольшое количество поставщиков и в ходе анализа выявили ненадежного

поставщика, то его целесообразно заменить и увеличить количество поставщиков в целом. Для совершенствования организации закупочной деятельности магазина ООО «Кристалл - Амур» необходимо определить оптимальных партнёров на основе рейтинговой системы.

Также при оценке ассортимента товара мы выявили неправильно выбранную ассортиментную стратегию, допускающую наличие товаров с нерегулярным потреблением. Предлагаем расширить не только основной (алкогольный) ассортимент, но и ввести дополнительный (безалкогольный).

Для более удобного заказа и ознакомления с товарами ООО «Кристалл-Амур» предлагаем создать сайт, а для удержания старых и привлечения новых клиентов проводить дегустацию алкогольной продукции раз в год. Это повысит конкурентоспособность компании и ее репутацию.

Главным показателем эффективности не только коммерческой работы по оптовой продаже товаров, но и коммерческой деятельности организации в целом, является оптовый товарооборот. Анализ его структуры в разрезе ассортимента позволяет выявить неходовые, убыточные товары. Полученная информация поможет организации оптимизировать торговый ассортимент, разработать мероприятия по стимулированию продаж данных товаров. Кроме того, необходимо регулярно анализировать товарные запасы, выявлять излишние, которые увеличивают издержки предприятия и снижают показатели оборачиваемости, определять норматив товарного запаса. Для решения данной проблемы предлагаем ввести в штат нового сотрудника экономиста, который будет следить за эффективностью коммерческой деятельности ООО «Кристалл - Амур».

### **3.2 Расчет экономической эффективности предложенных мероприятий**

Для проверки поставщиков был использован сайт «ЗАЧЕТНЫЙБИЗНЕС» (<https://zachestnyibiznes.ru>). Рейтинг составлен экспертами портала «ЗАЧЕСТНЫЙБИЗНЕС», с привлечением ведущих

специалистов в области экономической безопасности и налоговых рисков, при участии ведущих экономических вузов РФ.

Рейтинг составлен на основе открытых общедоступных данных РФ. Значение рейтинга формируется на основе скоринговой системы, анализирующей информацию о деятельности организаций. Принимаются в расчет данные из государственных источников ФНС (ЕГРЮЛ, ЕГРИП), специальные реестры ФНС, данные Федеральной службы государственной статистики, Арбитражных судов, ФССП и других официальных органов, наличие открытой контактной информации.

На основе этой информации были отобраны надежные поставщики для ООО «Кристалл - Амур». Данные представлены в таблице 20.

Таблица 20 – Анализ новых поставщиков ООО «Кристалл-Амур»

Поставщик	Рейтинг	Удаленность от г. Благовещенск, км.	Контактная информация
«Ладога»	Высокий	7831,5	125009, Россия, Москва, Газетный переулок, дом 17, стр. 2. Тел.: +7(495)1145548
«ЛаВИНА»	Высокий	7834,6	Московская обл., Мытищи, Волковское шоссе, дом 23, стр. 1. Тел: +7(495)1500838
«Сордис»	Высокий	7400,5	603037, Россия, Нижний Новгород, ул. Федосеенко, дом 47. Тел: +7(831)2256126
«Игристые вина»	Высокий	7880,7	142117, Московская область, Подольский район, д. Северово, ул. Кутузовская, дом 10. Тел: +7(495)9262506
«Белуга маркет»	Высокий	7831,5	119180, Москва, Якимская набережная, дом 4, стр. 1. Тел: +7(495)5102695

Предлагаем расширить не только основной (алкогольные напитки) ассортимент товаров, но и дополнительный (безалкогольные напитки). Расширение ассортимента произведем не только за счет новых поставщиков,



но и уже имеющихся. В таблице 21 описаны предложения по расширению ассортимента товаров.

Таблица 21 – Предложения по расширению ассортимента товаров

Товарная группа	Наименование товара
Безалкогольные напитки	Соки
	Энергетики
	Квас
	Газированные напитки
	Вода
Алкогольные напитки	Шампанское
	Пиво
	Коньяк
	Виски
	Игристые вина

На расширение ассортимента выделим 4,5 миллиона рублей. Расширение ассортимента произведем не только за счет новых поставщиков, но и уже имеющихся. С компанией «Эником Невада Групп» уже заключен договор на поставку пива. Заключим еще дополнительно новый договор на поставку безалкогольных напитков, таких как соки, энергетики, квас, газированные напитки и воду, а также закупим еще новые сорта пива. У компаний «Ладога», «Игристые вина» и «Лавина» планируем закупить новые виды шампанского и игристого вина. У компаний «Сордис» и «Белуга маркет» коньяки и виски. Прайс-листы за 2019 год накупаемый нами товар каждого поставщика в отдельности представлены в приложениях.

Для более удобного ознакомления с товарами ООО «Кристалл-Амур» создадим бизнес-сайт «Интернет-магазин» начального уровня, который включает в себя от 250 до 500 базовых html страниц, а также с наличием доступа в личный кабинет для постоянных клиентов. Обратимся за помощью в разработке сайта к веб-студии. В городе Благовещенске 12 таких организаций. Выберем подходящую нам организацию с помощью сравнительного анализа.

Главными критериями отбора являются, в первую очередь, «Цена» и «Скорость работы», а дополнительными «Наличие собственного сайта» и «рейтинг о компании в «2ГИС»». Критерий «Наличие собственного сайта» даст нам понимание о том, насколько солидна организация и заботится о своей репутации и имидже. Сравнительный анализ веб-студий города Благовещенск представлен в таблице 28.

Таблица 28 – Сравнительный анализ веб-студий в городе Благовещенск

Веб-студия	Цена, руб.	Скорость работы, месяц	Наличие собственного сайта	Рейтинг и отзывы о компании в «2ГИС» (от 1 до 5 баллов)
«Алиот»	70000	10	Есть	-
«Stepweb.ru»	68000	10	Есть	2,5
«Центр Сопровождения Сайтов»	72000	8	Есть	5
«Amursite»	85000	4	Есть	5
«Z-Labs»	79000	9	Есть	-
«Advance»	63000	12	Нет	-
«Jaguar-design»	81000	7	Есть	-
«Бизнес IT Решения»	74000	11	Нет	-
«AmurIT»	68000	12	Нет	-
«Freelancers»	82000	6	Есть	-
«Amur.net»	90000	11	Нет	-
«АНБ»	86000	5	Нет	5

В ходе сравнительного анализа выявили, что нужный нам сайт можно сделать от 4 до 12 месяцев, а цена варьируется от 63000 до 90000 рублей. Наиболее подходящая нам по всем параметрам оказалась веб-студия «Amursite». Так же она имеет большой опыт работы и разработала бизнес-сайты для таких компаний как «Тотем-плюс», «Хитавто», «Клиника Семейной Медицины», «Амурский колледж строительства и ЖКХ» и так далее. Затраты на разработку бизнес-сайта составят 85000 рублей, а по времени это займет 4 месяца.

По итогам ABC-XYZ анализа выявили, что самбука, абсент и текила вошли в группу CZ. Предлагаем сделать эти товары под заказ. Для того что бы сделать предварительный заказ у ООО «Кристалл-Амур» необходимо не менее чем за 2 недели до доставки товара составить заявку. Заявку можно составить в письменной форме непосредственно в офисе продаж или отправить его электронным сообщением на почтовый «ящик» организации. В заявке необходимо указать наименование товара и его количество, а также способ доставки и личные контактные данные. В течение часа сотрудник отдела продаж ООО «Кристалл-Амур» связывается с клиентом и подтверждает покупку.

Для более детального ознакомления покупателей с новой продукцией организуем бесплатную дегустацию напитков. Расчет затрат представлен в таблице 29. Дегустацию будем проводить в два дня так как, чем больше образцов для оценки, тем меньше ее точность. В первый день шампанское, а во второй день пиво. Количество мест целесообразно ограничить потому, что мероприятие требует определенных затрат. Банкетный зал снимем в ресторане «Бельэтаж», он вмещает в себя до 20 человек. В совокупности за два дня общая численность дегустационной комиссии составит 40 человек. Для удержания постоянных клиентов следует пригласить их в дегустационную комиссию, но если не наберется необходимое количество человек, то для подстраховки дадим рекламу о проведении мероприятия на собственном сайте.

На одного члена комиссии полагается 30 мл. одного образца продукции. В первый день, как говорилось ранее, будет 20 человек. Следовательно, нам потребуется 600 мл. одного образца продукции на всех членов комиссии. По одной бутылки всех видов шампанского объемом 0,75 л. и всех видов пива объемом 1,5 л. будет достаточно. Дегустация будет длиться 2 часа.

Таблица 29 – Расчет затрат на бесплатную дегустацию

Мероприятие	Описание	Бюджет, руб.
Помещение	Снять банкетный зал в ресторане «Бельэтаж». Стоимость одного часа 2500 рублей. За два дня нам потребуется оплатить 4 часа	10000
Ведущий дегустации	Генеральный директор	0

Продолжение таблицы 29

Мероприятие	Описание	Бюджет, руб.
Дегустационная посуда	Бокалы из бесцветного стекла тюльпанообразной формы. Входит в стоимость банкетного зала	0
	Сосуд для слива остатков напитка. Входит в стоимость банкетного зала	0
Организация рабочего места	Столы с белой скатертью. Входит в стоимость банкетного зала	0
	Ручки. Стоимость одной штуки 15 рублей. Нам потребуется только 20 штук, так как их можно задействовать в два дня	300
	Дегустационные листки. Печать одного листа формата А4 2,5 рубля. Нам потребуется 40 листов	100
	Минеральная вода. Стоимость одной бутылки 38 рублей. Нам потребуется 40 бутылок.	1520
	Пресный хлеб для освежения вкуса. Входит в стоимость банкетного зала	0
	Свеча для оценки прозрачности вкуса. Стоимость одной свечи 20 рублей. Нам потребуется 40 штук	800
	Размещение на сайте своей компании	0
Реклама	Пригласительные постоянным клиентам. Стоимость печати и оформления одного пригласительного 40 рублей. Нам потребуется 40 штук	1600
	Размещение фотографий на сайте компании для привлечения аудитории. Стоимость одного часа работы фотографа 800 руб. За два дня нам потребуется оплатить 4 часа.	3200
Образцы. Первый день	Шампанское «Санкт-Петербург Полусладкое», 0,75 л., 1 шт.	235
	Шампанское «Санкт-Петербург Полусухое», 0,75 л., 1 шт.	235
	Шампанское «Санкт-Петербург Брют», 0,75 л., 1 шт.	240
	Шампанское «Санкт-Петербург Элитное Брют», 0,75 л., 1 шт.	260
	Шампанское «Ленинградское Брют», 0,75 л., 1 шт.	215
	Шампанское «Ленинградское Полусухое», 0,75 л., 1 шт.	220
	Шампанское «Ленинградское Полусладкое», 0,75 л., 1 шт.	220
Образцы. Второй день	Пиво «Букет Чувашии», светлое, 6,8 %, 1,5 л., 1 шт.	110
	Пиво «Кер Сари», светлое, 5,3 %, 1,5 л., 1 шт.	130
	Пиво «Кер Сари», темное, 4,3 %, 1,5 л., 1 шт.	125
	Пиво «Пенная Прохлада», светлое, 4,6 %, 1,5 л., 1 шт.	135
	Пиво «Пенное Золото», светлое, 5,2 %, 1,5 л., 1 шт.	130
	Пиво «Пенное Пшеничное», светлое, 5,0 %, 1,5 л., 1 шт.	120
Итого		19895

При расчете затрат на проведение бесплатной дегустации выяснилось, что нам необходимо 19895 рублей. Предложения по найму сотрудника более детально представлены в таблице 30.

Таблица 30 – Мероприятия по найму сотрудника

Мероприятия	Описание	Бюджет, руб./год
Размещение вакансии	Размещение вакансии на сайте <a href="https://hh.ru">https://hh.ru</a> , так как первый месяц размещение бесплатно	0
Проведение собеседования	Собеседование будет проводить отдел кадров	0
Условия оплаты труда	35000 рублей в месяц	420000
Итого		420000

При расчете мероприятия по найму сотрудника затраты составили 420000 рублей в год. Эти затраты пойдут только на оплату труда нового сотрудника. Размещение вакансии и проведение собеседования будут бесплатны так как размещение вакансии на сайте <https://hh.ru> первый месяц бесплатно, а собеседование будет проводить отдел кадров.

Необходимо посчитать общие затраты на предложенные рекомендации по совершенствованию организации закупок, поставок и продажи товара ООО «Кристалл-Амур». В таблице 31 представлен расчет общих затрат.

Таблица 31 - общие затраты на предложенные рекомендации по совершенствованию организации закупок, поставок и продажи товара ООО «Кристалл-Амур»

Рекомендации	Затраты, руб./год
Увеличение количества поставщиков	0
Расширение ассортимента товаров	4500000
Создание сайта	85000
Введение предварительного заказа	0
Проведение дегустации алкогольной продукции	19895
Открытие вакансии «Экономист»	420000
Итого	5024895

Итого общие затраты составили 5024895 рублей. Эти затраты позволят совершенствовать организацию закупок, поставок и продажи товара ООО «Кристалл-Амур» и увеличить прибыль компании.

Рассчитаем и рассмотрим, как предложенные рекомендации повлияют на изменение показателей оборачиваемости товарных запасов ООО «Кристалл-амур». В таблице 32 представлено изменение показателей оборачиваемости товарных запасов ООО «Кристалл-Амур» после рекомендаций.

Таблица 32 – Изменение показателей оборачиваемости товарных запасов ООО «Кристалл-Амур» после предложенных рекомендаций

Наименование показателя	2018 год	2019 год (план)	Отклонение	
			Абсолютное, тыс. руб.	Относительное, %
Средние запасы, тыс. руб.	88762	112778	24016	27,1
Средний товарооборот, тыс. руб.	360511	439246	78735	21,8
Однодневный товарооборот, тыс. руб.	1002,5	1029,2	26,7	2,7
Время обращения, дней	89	96	7	8,0

Уровень средних товарных запасов имеет тенденцию к возрастанию. Это обусловлено ростом товарооборота на 21,8 %. Время обращения товаров в 2019 году составляет 96 дней. По сравнению с 2018 годом скорость увеличивается.

Товарные запасы предприятия в полном объеме выполняют свои главные функции на протяжении всего 2019 года: обеспечивают бесперебойный товарооборот в периодах между поставками.

Так же рассчитаем и рассмотрим, как предложенные рекомендации повлияют на изменение экономических показателей деятельности ООО

«Кристалл-амур». В таблице 33 представлено изменение экономических показателей деятельности ООО «Кристалл-Амур» после рекомендаций.

Таблица 33 – Изменения экономических показателей деятельности ООО «Кристалл-Амур» после мероприятий

Показатели	2018 год	2019 год (план)	Отклонение 2018 - 2019 гг.	
			Абсолютное, тыс. руб.	Относительное, %
Товарооборот, тыс. руб.	1120851	1236492	115641	110,4
Себестоимость проданных товаров, тыс. руб.	947382	1002994	55612	105,9
Валовая прибыль, тыс. руб.	173469	224467	50551	129,3
Расходы, тыс. руб.	17089	23923	6834	139,9
Чистая прибыль, тыс. руб.	14537	18247	3710	125,5
Среднесписочная численность работников, чел.	60	61	1	101,6
Рентабельность продаж, %	15,5	18,1	2,6	116,8

По итогам расчетов можно сделать следующие выводы, что в целом за анализируемый период все показатели увеличились, в той или иной степени. На это поспособствовала разработка рекомендаций по совершенствованию организации закупок, поставок и продажи товара. В 2019 году по сравнению с 2018 годом товарооборот предприятия увеличился на 10,4 %. Это связано с расширением ассортимента предприятия. В продаже появились новые торговые марки пива, а также соки, энергетики, квас, газированные напитки и вода.

Вместе с ростом товарооборота увеличивается себестоимость проданных товаров. Так, в 2019 году по сравнению с 2018 годом себестоимость товаров увеличилась на 5,9 % и составила 1002994 тыс. руб.

Помимо увеличения товарооборота и себестоимости товаров увеличивается валовая прибыль. В 2019 году по сравнению с 2018 годом валовая прибыль увеличилась на 29,3 %.

Также видны изменения чистой прибыли предприятия. В 2019 году по сравнению с 2018 годом она увеличивается на 25,5 % и составила 18247 тыс. руб.

Вместе с увеличением чистой прибыли увеличиваются расходы. При этом значительно увеличилась рентабельность продаж. В 2019 году по отношению к 2018 году увеличилась на 16,8 %.

Таким образом, при разработке рекомендаций по совершенствованию организации закупок, поставок и продажи товара ООО «Кристалл - Амур» были предложены шесть мероприятий: увеличение количества поставщиков, расширение ассортимента товара, создание сайта, введение предварительного заказа, проведение дегустации алкогольной продукции раз в год, открытие вакансии «Экономист» и проведение подбора специалиста на конкурсной основе. Общие затраты на мероприятия составили 5024895 рублей.

При расчете эффективности предложенных мероприятий рассмотрели изменения экономических показателей деятельности ООО «Кристалл-Амур» после мероприятий. В целом за анализируемый период все показатели увеличились, в той или иной степени. На это поспособствовала разработка рекомендаций по совершенствованию организации закупок, поставок и продажи товара. А это значит, что все наши рекомендации являются эффективными.



## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Подводя итог вышесказанному, можно сделать вывод, что эффективность финансово-хозяйственной деятельности напрямую зависит от правильности использования предприятием своих ресурсов, разработки управленческих решений, организации финансового плана и внедрении инновации. Установлено, что в процессе своей деятельности предприятия часто сталкиваются с проблемами воздействия различных внешних и внутренних факторов, которые могут носить как благоприятный, так и негативный характер. А значит, всем организациям необходимо оценивать и регулировать степень воздействия таких факторов для того чтобы твердо держаться на рынке.

Повышение эффективности деятельности организации большей частью зависит от увеличения прибыли, то есть, достижение более высокой результативности основной цели существования любой коммерческой организации. Поэтому очевидно, что предприятие с высокой экономической эффективностью является успешным на рынке.

Анализ эффективности организации закупок, поставок и продажи товара позволяет своевременно выявлять возникающие проблемы и оперативно их разрешать, вот почему этот анализ лучше всего проводит одновременно с составлением финансовой отчетности, ежеквартально или ежегодно, в зависимости от размеров деятельности и применяемой системы налогообложения. Помимо оценки деятельности организации, такой анализ позволяет выявить неиспользуемые резервы, определить дальнейшее направление расходования имеющихся ресурсов и возможностей привлечения новых, то есть, способствует более устойчивому развитию компании.

Рассмотрев все поставленные вопросы, изучив теоретический материал и закрепив его практически на примере предприятия ООО «Кристалл - Амур» делаем вывод, что каждое предприятие выбирает свою систему показателей для оценки организации закупок, поставок и продажи товара.

Как показал анализ предприятия ООО «Кристалл – Амур» является рентабельным. Таким образом, можно сделать вывод, что деятельность ООО «Кристалл - Амур» является эффективной, но предприятию есть куда расти и повышать свои финансовые результаты. Для этого были разработаны рекомендации по организации закупок, поставок и продажи товара.

В рамках дипломной работы поставлены и выполнены следующие задачи:

- определена сущность и значение организации закупок, поставок и продажи товаров;
- указана роль оценки деятельности в принятии управленческих решений;
- рассмотрены методики и основные показатели организации закупок, поставок и продажи товаров;
- оценены меры повышения эффективности деятельности организации;
- изучена деятельность ООО «Кристалл - Амур» и дана оценка эффективности ее деятельности;
- предложены меры по повышению эффективности организации закупок, поставок и продажи товаров ООО «Кристалл - Амур».

По результатам исполненных задач достигнута основная цель дипломной работы, а именно проведено совершенствование организации закупок, поставок и продажи товара ООО «Кристалл - Амур».

## БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- 1 Авдокушина, М.Н. Торговое дело. Коммерция, маркетинг, менеджмент - М.: Дашков и К, 2017. - 410 с.
- 2 Дорман, В.Н. Экономика организации. Ресурсы коммерческой организации / В.Н. Дорман. М.: Изд-во «Юрайт», 2019. - 134 с.
- 3 Видякина, Т.А. Системный подход к управлению в малом бизнесе / Т.А. Видякина // Известия ТГУ. Экономические и юридические науки. – 2016. – № 1-1. – С. 339-345.
- 4 Гаврилов, Л.П. Организация коммерческой деятельности: электронная коммерция / Л.П. Гаврилов. - М.: Изд-во «Юрайт», 2019. - 433 с.
- 5 Гаврилов, Л.П. Инновационные технологии в коммерции и бизнесе / Л.П. Гаврилов. - М.: Изд-во «Юрайт», 2019. - 372 с.
- 6 Гарнов, А. П. Экономика предприятия / А. П. Гарнов. – М.: Изд-во «Юрайт», 2019. - 303 с.
- 7 Еремеева, Н.В. Конкурентоспособность товаров и услуг / Н.В. Еремеева. – М.: Изд-во «Юрайт», 2019. - 242 с.
- 8 Игнатенко, М.С. Анализ финансового состояния предприятия // Научные исследования и разработки молодых ученых. – 2016. – № 9-2. – С.61-64.
- 9 Казакова, Н.А. Экономический анализ в оценке бизнеса / Н.А. Казакова. – М.: Изд-во «Дело и Сервис», 2015. – 288 с.
- 10 Калачев, С.Л. Теоретические основы товароведения и экспертизы / С.Л. Калачев. – М.: Изд-во «Юрайт», 2019. - 479 с.
- 11 Карпова, Е.Н. Механизм реализации системы финансового планирования и контроля на предприятии / Е.Н. Карпова, С.В. Кряклиев // Символ науки. – 2016. – № 5-1 (17). – С. 125-129.
- 12 Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: Учебник / М.В. Косолапова, В.А. Свободин.- М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К<sup>о</sup>», 2012.- 248с.

- 13 Крылов, С.И. Финансовый анализ: учебное пособие / С.И. Крылов. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2016. – 160 с.
- 14 Левкин, Г.Г. Основы коммерции / Г.Г. Левкин - Саратов: Вузовское образование, 2016. - 108 с.
- 15 Левкин, Г. Г. Управление цепями поставок: конспект лекций / Г. Г. Левкин, Д. И. Заруднев. — Саратов: Вузовское образование, 2018. — 111 с.
- 16 Лифиц, И.М. Товарный менеджмент / И.М. Лифиц. - М.: Изд-во «Юрайт», 2019. - 405 с.
- 17 Любушин, Н. П. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности. / Н.П. Любушин // Учебник для вузов. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: «Юнити-Дана», 2015. – 454с.
- 18 Максютлов, А.А. Экономический анализ: учебное пособие / А.А. Максютлов. – М.: Юнити-Дана, 2012. – 544 с.
- 19 Маргунова, В.И. Логистика: учеб-метод. комплекс. / В.И. Маргунова. - Минск: Изд-во “Вышэйшая школа”, 2011. - 507 с.
- 20 Маховикова, Г.А. Цены и ценообразование в коммерции / Г.А. Маховикова. М.: Изд-во «Юрайт», 2019. - 231 с.
- 21 Минько, Э.В. Основы коммерции / Э.В. Минько. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 512 с.
- 22 Олейникова, А.А. Финансовое планирование в управлении финансовыми ресурсами компании / А.А. Олейникова // Проблемы экономики и менеджмента. – 2016. – № 11 (63). – С. 57-60.
- 23 Пожидаева, Т.А. Анализ финансовой отчетности: учебное пособие / Т.А. Пожидаева – 2-е изд., доп. – М.: Инфра-М, 2015. – 342 с.
- 24 Половцева, Ф.П. Коммерческая деятельность: Учебник. - М.: ИНФРА-М, 2003. – 180 с.
- 25 Прыкина, Л.В. Экономический анализ предприятия: учебник / Л.В. Прыкина. – М.: Юнити-Дана, 2012. – 408 с.
- 26 Розанова, Н.М. Экономика для менеджеров. Часть 1 / Н.М. Розанова. – М.: Изд-во «Юрайт», 2019. - 234 с.

- 27 Розанова, Н.М. Экономика для менеджеров. Часть 2 / Н.М. Розанова. - М.: Изд-во «Юрайт», 2019. - 192 с.
- 28 Савельев, А.И. Электронная коммерция в России и за рубежом / А.И. Савельев. - М.: Статут, 2014. - 543 с
- 29 Савицкая, Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия / Г.В, Савицкая. - Минск: Новое знание, 2014. – 688с.
- 30 Сафронова, Н.А. Экономика организации (предприятия) / Н.А. Сафронова // Учебное пособие– 4-е изд., перераб. и доп. – М.: Экономист, 2015. – 618с.
- 31 Сенько, А.Е. Совершенствование подходов к оценке финансового состояния хозяйствующих субъектов / А.Е. Сенько // Наука в цифрах. – 2017. – № 2 (3). – С. 25-28.
- 32 Сергеев, В.И. Логистика снабжения / В. И. Сергеев. - М.: Изд-во «Юрайт», 2019. - 384 с.
- 33 Синяева, И.М. Маркетинг в коммерции / И. М. Синяева, - М.: Дашков и К, 2016. - 548 с.
- 34 Синяева, И.М. Коммерческая деятельность / И. М. Синяева. - М.: Изд-во «Юрайт», 2019. - 404 с.
- 35 Толпегина, О.А. Анализ финансовой отчетности / О.А. Толпегина // Учебное пособие – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: МИЭМП, 2014. – 198 с.
- 36 Файдушенко, В.А. Финансовый анализ: теория и практика. Учебное пособие / В.А. Файдушенко. – Хабаровск: Изд-во ХГТУ, 2013 – 190 с.
- 37 Хаупшева, Д.М. Финансовый анализ как методика управления платежеспособностью и финансовой устойчивостью / Д.М. Хаупшева // Научные записки молодых исследователей. – 2017. – № 4. – С. 11-15.
- 38 Цыркаева, Е.А. Оценка экономического потенциала предприятия как фактор принятия управленческого решения / Е.А. Цыркаева, О.А. Прокудина // Вестник УГУЭС. Наука, образование, экономика. Серия: Экономика. – 2015. – № 1 (11). – С. 74-76.

39 Чечевицина, Л. Н. Анализ финансово – хозяйственной деятельности / Л.Н. Чечевицына. – Ростов н/Д: Изд-во «Феникс», 2014. – 384с.

40 Шакланова, Р.И. Экономика торговой отрасли / Р. И. Шакланова. – М.: Изд-во «Юрайт», 2019. - 468 с.

41 Шарапова, В.Н. Внутренний контроль и его роль в финансово-хозяйственной деятельности / В.Н. Шарапова, И.В. Чекунов// Наука и современность. – 2016. – № 46. – С. 119-122.

42 Шершеневич, Г.Ф. Курс торгового права: торговые сделки / Г.Ф. Шершеневич. – М.: Изд-во «Юрайт», 2019. - 480 с.

43 Чалдаева, Л.А. Экономика организации / Л. А. Чалдаева. – М.: Изд-во «Юрайт», 2019. - 361 с.

44 Щербакова, В.С. Повышение эффективности использования ресурсного потенциала предприятия в современных условиях / В.С. Щербакова // Символ науки. – 2017. – № 02-1. – С. 131-133.

45 Щербакова, О.А. Роль управленческого анализа в хозяйственной деятельности современной организации / О.А. Щербакова, Н.М. Лобова // Символ науки. – 2016. – № 4. – С. 246-248.

**ПРИЛОЖЕНИЕ А**  
**ФИНАНСОВАЯ ОТЧЕТНОСТЬ ООО «КРИСТАЛЛ-АМУР»**

Бухгалтерский баланс	2017	2016	2015	2014	2013
<b>АКТИВ</b>					
<b>I. ВНЕОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ</b>					
Нематериальные активы	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Результаты исследований и разработок	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Нематериальные поисковые активы	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Материальные поисковые активы	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Основные средства	1 513 000	54 000	196 000	14 090 000	4 086 000
Доходные вложения в материальные ценности	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Финансовые вложения	5 000 000,00	5 000 000,00	5 000 000,00	5 000 000,00	5 000 000,00
Отложенные налоговые активы	1 744 000,00	1 942 000,00	2 297 000,00	2 275 000,00	2 430 000,00
Прочие внеоборотные активы	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Итого по разделу I	8 257 000,00	6 996 000,00	7 493 000,00	21 365 000,00	11 516 000,00
<b>II. ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ</b>					
Запасы	218 242 000,00	280 058 000,00	268 352 000	349 958 000,00	460 609 000,00
Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям	0,00	23 027 000,00	0,00	0,00	10 624 000,00
Дебиторская задолженность	193 664 000,00	173 114 000,00	158 402 000	170 991 000,00	142 791 000,00

Бухгалтерский баланс	2017	2016	2015	2014	2013
Финансовые вложения (за исключением денежных эквивалентов)	6 588 000,00	11 289 000,00	6 588 000,00	6 588 000,00	7 068 000,00
Денежные средства и денежные эквиваленты	3 596 000,00	5 619 000,00	32 858 000,00	12 306 000,00	39 994 000,00
Прочие оборотные активы	219 000,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Итого по разделу II	422 309 000,00	493 107 000,00	466 200 000,00	539 843 000,00	661 086 000,00
<b>БАЛАНС</b>	<b>430 566 000,00</b>	<b>500 103 000,00</b>	<b>473 693 000,00</b>	<b>561 208 000,00</b>	<b>672 602 000,00</b>
<b>ПАССИВ</b>					
<b>III. КАПИТАЛ И РЕЗЕРВЫ</b>					
Уставный капитал (складочный капитал, уставный фонд, вклады товарищей)	20 010 000,00	20 010 000,00	20 010 000,00	20 010 000,00	20 010 000,00
Собственные акции, выкупленные у акционеров	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Переоценка внеоборотных активов	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Добавочный капитал (без переоценки)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Резервный капитал	0,00	0,00	0,00	0,00	482 000,00
Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	311 000,00	549 000,00	977 000,00	55 000,00	5 929 000,00
Итого по разделу III	20 321 000,00	20 559 000,00	20 987 000,00	20 065 000,00	26 421 000,00
<b>IV. ДОЛГОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА</b>					
Заемные средства	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Отложенные налоговые обязательства	0,00	0,00	0,00	0,00	1 880 000,00



Бухгалтерский баланс	2017	2016	2015	2014	2013
Оценочные обязательства	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Прочие обязательства	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Итого по разделу IV	0,00	0,00	0,00	0,00	1 880 000,00
<b>V. КРАТКОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА</b>					
Заемные средства	219 869 000,00	239 804 000,00	311 186 000,00	332 632 000,00	445 804 000,00
Кредиторская задолженность	190 376 000,00	239 740 000,00	141 520 000,00	208 511 000,00	198 497 000,00
Доходы будущих периодов	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Оценочные обязательства	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Прочие обязательства	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Итого по разделу V	410 245 000,00	479 544 000,00	452 706 000,00	541 143 000,00	644 301 000,00
БАЛАНС	430 566 000,00	500 103 000,00	473 693 000,00	561 208 000,00	672 602 000,00
<b>Отчет о финансовых результатах</b>					
Выручка	1 094 035 000,00	1 015 989 000,00	957 460 000,00	1 251 618 000,00	1 537 534 000,00
Себестоимость продаж	928 488 000,00	893 071 000,00	822 893 000,00	1 011 468 000,00	1 253 920 000,00
Валовая прибыль (убыток)	165 547 000,00	122 918 000,00	134 567 000,00	240 150 000,00	283 614 000,00
Коммерческие расходы	138 513 000,00	107 781 000,00	136 584 000,00	240 838 000,00	274 210 000,00
Управленческие расходы	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Прибыль (убыток) от продаж	27 034 000,00	15 137 000,00	-2 017 000,00	-688 000,00	9 404 000,00

Бухгалтерский баланс	2017	2016	2015	2014	2013
Доходы от участия в других организациях	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Проценты к получению	9 000,00	393 000,00	501 000,00	647 000,00	869 000,00
Проценты к уплате	18 866 000,00	15 763 000,00	26 749 000,00	28 225 000,00	17 410 000,00
Прочие доходы	9 303 000,00	11 366 000,00	36 192 000,00	30 574 000,00	19 406 000,00
Прочие расходы	14 105 000,00	9 176 000,00	5 657 000,00	8 008 000,00	5 485 000,00
Прибыль (убыток) до налогообложения	3 375 000,00	1 957 000,00	2 270 000,00	-5 700 000,00	6 784 000,00
Текущий налог на прибыль	1 458 000,00	1 549 000,00	659 000,00	1 124 000,00	3 919 000,00
Постоянные налоговые обязательства (активы)	980 000,00	1 512 000,00	182 000,00	540 000,00	902 000,00
Изменение отложенных налоговых обязательств	0,00	0,00	0,00	-1 880 000,00	3 147 000,00
Изменение отложенных налоговых активов	-198 000,00	-355 000,00	23 000,00	-156 000,00	4 808 000,00
Прочее	-1 654 000,00	0,00	167 000,00	29 000,00	138 000,00
Чистая прибыль (убыток)	65 000,00	53 000,00	1 467 000,00	-5 129 000,00	4 388 000,00
<b>СПРАВОЧНО</b>					
Результат от переоценки внеоборотных активов, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Результат от прочих операций, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Совокупный финансовый результат периода	65 000,00	53 000,00	1 467 000,00	-5 129 000,00	4 388 000,00

Бухгалтерский баланс	2017	2016	2015	2014	2013
<b>Отчет об изменениях капитала</b>					
<b>1. Движение капитала</b>					
Величина капитала на 31 декабря предыдущего года	20 010 000,00	20 010 000,00	20 010 000,00	20 010 000,00	20 010 000,00
Увеличение капитала - всего	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Чистая прибыль	-	-	-	-	-
Переоценка имущества	-	-	-	-	-
Доходы, относящиеся непосредственно на увеличение капитала	-	-	-	-	-
Дополнительный выпуск акций	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Увеличение номинальной стоимости акции	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Реорганизация юридического лица	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Уменьшение капитала - всего:	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Убыток	-	-	-	-	-
Переоценка имущества	-	-	-	-	-
Расходы, относящиеся непосредственно на уменьшение капитала	-	-	-	-	-
Уменьшение номинальной стоимости акций	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Уменьшение количества акций	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Реорганизация юридического лица	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

Бухгалтерский баланс	2017	2016	2015	2014	2013
Дивиденды	-	-	-	-	-
Изменение добавочного капитала	-	-	-	-	-
Изменение резервного капитала	-	-	-	-	-
Величина капитала на 31 декабря отчетного года	20 010 000,00	20 010 000,00	20 010 000,00	20 010 000,00	20 010 000,00
<b>3. Чистые активы</b>					
Чистые активы	20 321 000,00	20 559 000,00	20 987 000,00	20 065 000,00	26 421 000,00
<b>Отчет о движении денежных средств Денежные потоки от текущих операций</b>					
Поступления – всего	1 261 127 000,00	1 171 713 000,00	1 113 338 000,00	1 482 079 000,00	1 914 381 000,00
От продажи продукции, товаров, работ и услуг	1 260 792 000,00	1 171 257 000,00	1 106 685 000,00	1 481 478 000,00	1 913 803 000,00
Арендных платежей, лицензионных платежей, роялти, комиссионных и иных аналогичных платежей	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
От перепродажи финансовых вложений	0,00	456 000,00	0,00	0,00	0,00
Прочие поступления	335 000,00	0,00	6 653 000,00	601 000,00	578 000,00
Платежи - всего	1 229 241 000,00	1 107 197 000,00	1 068 927 000,00	1 370 984 000,00	1 913 739 000,00
Поставщикам (подрядчикам) за сырье, материалы, работы, услуги	1 197 830 000,00	1 044 675 000,00	984 071 000,00	1 237 360 000,00	1 807 377 000,00
В связи с оплатой труда работников	20 277 000,00	17 609 000,00	63 484 000,00	57 612 000,00	42 574 000,00

Бухгалтерский баланс	2017	2016	2015	2014	2013
Процентов по долговым обязательствам	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Налога на прибыль организаций	3 694 000,00	40 843 000,00	6 335 000,00	54 997 000,00	43 068 000,00
Прочие платежи	7 440 000,00	4 070 000,00	15 037 000,00	21 015 000,00	20 720 000,00
Сальдо денежных потоков от текущих операций	31 886 000,00	64 516 000,00	44 411 000,00	111 095 000,00	642 000,00
<b>Денежные потоки от инвестиционных операций</b>					
Поступления – всего	4 892 000,00	590 000,00	1 487 000,00	4 927 000,00	33 823 000,00
От продажи внеоборотных активов (кроме финансовых вложений)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
От продажи акций других организаций (долей участия)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
От возврата предоставленных займов, от продажи долговых ценных бумаг (прав требования денежных средств к другим лицам)	4 892 000,00	590 000,00	1 487 000,00	4 927 000,00	33 823 000,00
Дивидендов, процентов по долговым финансовым вложениям и аналогичных поступлений от долевого участия в других организациях	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Прочие поступления	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Платежи – всего	0,00	5 200 000,00	151 000,00	2 412 000,00	24 258 000,00
В связи с приобретением, созданием, модернизацией, реконструкцией и подготовкой к использованию внеоборотных активов	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

Бухгалтерский баланс	2017	2016	2015	2014	2013
В связи с приобретением акций других организаций (долей участия)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
В связи с приобретением долговых ценных бумаг (прав требования денежных средств к другим лицам), предоставление займов другим лицам	0,00	5 200 000,00	151 000,00	2 412 000,00	24 258 000,00
Процентов по долговым обязательствам, включаемым в стоимость инвестиционного актива	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Прочие платежи	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Сальдо денежных потоков от инвестиционных операций	4 892 000,00	-4 610 000,00	1 336 000,00	2 515 000,00	9 565 000,00
<b>Денежные потоки от финансовых операций</b>					
Поступления – всего	126 031 000,00	170 900 000,00	155 450 000,00	176 097 000,00	444 740 000,00
Получение кредитов и займов	126 031 000,00	170 900 000,00	132 450 000,00	176 097 000,00	444 740 000,00
Денежных вкладов собственников (участников)	0,00	0,00	23 000 000,00	0,00	0,00
От выпуска акций, увеличения долей участия	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
От выпуска облигаций, векселей и других долговых ценных бумаг и др.	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Прочие поступления	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Платежи – всего	164 832 000,00	258 045 000,00	180 645 000,00	317 395 000,00	420 103 000,00
Собственникам (участникам) в связи с выкупом у них акций (долей	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

Бухгалтерский баланс	2017	2016	2015	2014	2013
участия) организации или их выходом из состава участников					
На уплату дивидендов и иных платежей по распределению прибыли в пользу собственников (участников)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
В связи с погашением (выкупом) векселей и других долговых ценных бумаг, возврат кредитов и займов	164 832 000,00	258 045 000,00	180 645 000,00	317 395 000,00	420 103 000,00
Прочие платежи	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Сальдо денежных потоков от финансовых операций	-38 801 000,00	-87 145 000,00	-25 195 000,00	-141 298 000,00	24 637 000,00
Сальдо денежных потоков за отчетный период	-2 023 000,00	-27 239 000,00	20 552 000,00	-27 688 000,00	34 844 000,00
Величина влияния изменений курса иностранной валюты по отношению к рублю	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>Отчет о целевом использовании средств</b>					
Остаток средств на начало отчетного года	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>Поступило средств</b>					
Вступительные взносы	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Членские взносы	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Целевые взносы	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Добровольные имущественные взносы и пожертвования	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

Бухгалтерский баланс	2017	2016	2015	2014	2013
Прибыль от предпринимательской деятельности организации	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Прочие	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Всего поступило средств	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>Использовано средств</b>					
Расходы на целевые мероприятия	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Социальная и благотворительная помощь	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Проведение конференций, совещаний, семинаров и т.п.	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Иные мероприятия	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Расходы на содержание аппарата управления	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Расходы, связанные с оплатой труда (включая начисления)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Выплаты, не связанные с оплатой труда	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Расходы на служебные командировки и деловые поездки	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Содержание помещений, зданий, автомобильного транспорта и иного имущества (кроме ремонта)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Ремонт основных средств и иного имущества	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Прочие	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00



Бухгалтерский баланс	2017	2016	2015	2014	2013
Приобретение основных средств, инвентаря и иного имущества	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Прочие	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Всего использовано средств	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Остаток средств на конец отчетного года	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

ПРИЛОЖЕНИЕ Б

ПРАЙС-ЛИСТ НА ТОВАРЫ ПОСТАВЩИКА «ЛАДОГА»

Наименование товара	Цена в 2019 году, руб./ед.
Игристое вино белое сладкое «Фреттино асти», 0,75 л.	520
Игристое вино белое полусладкое «Фреттино десерт», 0,75 л.	295
Игристое вино белое брют «Фреттино брют», 0,75 л.	295
Игристое вино белое сладкое «Фреттино москато», 0,75 л.	480
Игристое вино белое брют «Кава нувиана брют» в подарочной упаковке, 0,75 л.	665
Игристое вино розовое брют «Кава нувиана росадо», 0,75 л.	525
Игристое вино белое полусладкое «Кава нувиана полусладкое», 0,75 л.	595
Шампанское «Жемчужина Азова», брют, белое 0,75 л.	335
Шампанское «Жемчужина Азова», полусладкое, белое 0,75 л.	335
Новый Свет Кюве, экстра брют, коллекционное, белое, 0,75 л.	1012
Новый Свет Пино Наур, брют, коллекционное, розовое, 0,75 л.	1012
Новый Свет Пино Фран, полусладкое, коллекционное, розовое, 0,75 л.	825
Новый Свет Пино Фран, брют, коллекционное, розовое, 0,75 л.	825
Новый Свет Пино Фран, полусухое, коллекционное, розовое, 0,75 л.	825

ПРИЛОЖЕНИЕ В

ПРАЙС-ЛИСТ НА ТОВАРЫ ПОСТАВЩИКА «ЛАВИНА»

Наименование товара	Цена в 2019 году, руб./ед.
Игристое вино «Палестро Ламбруско Эмилия» белое, 0,75 л.	810
Игристое вино «Палестро Ламбруско Эмилия» красное, 0,75 л.	950
Игристое вино «Палестро Ламбруско Эмилия» розовое, 0,75 л.	730
Игристое вино «Фонтале Ламбруско Эмилия» белое, 0,75 л.	830
Игристое вино «Фонтале Ламбруско Эмилия» красное, 0,75 л.	790
Игристое вино «Москато Филипетти дольче», 0,75 л.	920
Игристое вино «Вилла Кончи Кава Брют» в подарочной упаковке, 0,75 л.	1100
Цимлянское, брют, выдержанное, белое, 0,75 л.	530
Цимлянское, полусладкое, выдержанное, белое, 0,75 л.	530
Цимлянское, полусладкое, белое, 0,75 л.	335
Цимлянское, брют, белое, 0,75 л.	335
Цимлянское, полусухое, белое, 0,75 л.	335
Цимлянское, сухое, белое, 0,75 л.	335
Российское Абрау-Дюрсо, полусладкое, белое	450
Российское Абрау-Дюрсо, брют, белое	336
Российское Абрау-Дюрсо, полусухое, розовое	450
Российское Абрау-Дюрсо, брют, белое	450
Российское Абрау-Дюрсо, полусухое, белое	450
Российское Абрау-Дюрсо Империял Винтаж, брют, коллекционное, белое ВОХ	2095
Российское Абрау-Дюрсо Империял Кюве, брют, коллекционное, розовое ВОХ	2095
Российское Шампанское Абрау - Дюрсо Премиум , брют, выдержанное, розовое	660

ПРИЛОЖЕНИЕ Г

ПРАЙС-ЛИСТ НА ТОВАРЫ ПОСТАВЩИКА «СОРДИС»

Наименование товара	Цена в 2019 году, руб./ед.
Российский коньяк «Пять звездочек», 0,7 л.	1625
Российский коньяк «Три звездочки», 0,7 л.	1330
Российский коньяк «Французский стандарт КВ», 0,7 л.	1755
Российский коньяк «Французский стандарт 5 звездочек», 0,7 л.	1370
Российский коньяк «Французский стандарт 3 звездочки», 0,7 л.	1255
Коньяк «Традиции Армении» трехлетний, 0,7 л.	1495
Коньяк «Традиции Армении» пятилетний, 0,7 л.	1785

ПРИЛОЖЕНИЕ Д  
ПРАЙС-ЛИСТ НА ТОВАРЫ ПОСТАВЩИКА «ЭНИКОМ НЕВАДА  
ГРУПП»

Наименование товара	Цена в 2019 году, руб./ед.
Пиво «Букет Чувашии», светлое, 6,8 %, 0,5 л.	80
Пиво «Букет Чувашии», светлое, 6,8 %, 1,5 л.	110
Пиво «Живое» светлое, 4,7 %, 0,5 л.	78
Пиво «Жигулевское», светлое, 4,5 %, 0,5 л.	65
Пиво «Кер Сари», светлое, 4,5 %, 0,5 л.	75
Пиво «Кер Сари», светлое, 5,3 %, 0,5 л.	80
Пиво «Кер Сари», светлое, 5,3 %, 1,5 л.	130
Пиво «Кер Сари», светлое, 5,3 %, 0,33 л.	57
Пиво «Кер Сари», темное, 4,3 %, 0,5 л.	72
Пиво «Кер Сари», темное, 4,3 %, 1,5 л.	125
Пиво «Леди-Ночь», темное, 5,7 %, 0,5 л.	60
Пиво «Пенная Прохлада», светлое, 4,6 %, 0,5 л.	72
Пиво «Пенная Прохлада», светлое, 4,6 %, 1,5 л.	135
Пиво «Пенное Золото», светлое, 5,2 %, 1,5 л.	130
Пиво «Пенное Золото», светлое, 5,2 %, 0,5 л.	60
Пиво «Пенное Крепкое», светлое, 7,1 %, 0,5 л.	95
Пиво «Пенное Пшеничное», светлое, 5,0 %, 0,5 л.	80
Пиво «Пенное Пшеничное», светлое, 5,0 %, 1,5 л.	120
Пиво «Пенное Серебро», светлое, 4,7 %, 0,5 л.	65
Пиво «Пенное Серебро», светлое, 4,7 %, 0,33 л.	49
Сок J7 Персик, с крышкой, 0.97 л.	79
Сок J7 Грейпфрут, с крышкой, 0.97 л.	79
Сок J7 Вишня, с крышкой, 0.97 л.	79
Сок J7 Апельсин, с крышкой, 0.97 л.	79
Овсяный напиток «nemoloko» Классическое 3,2%, 1 л.	82
Овсяный напиток «nemoloko» Классическое 1,5%, 1 л.	85
Овсяный напиток «nemoloko» Классическое 0,5%, 1 л.	85
Овсяный напиток «nemoloko» Фруктовое экзотик 0,5%, 1 л.	95
Овсяный напиток «nemoloko» Шоколадное 3.2%, 1 л.	98
Сок Rich, мультифруктовый, обогащенный провитамином А, 1 л.	95
«Лимонад» на сахаре 0,5 л. в стеклянной бутылке	23
«Дюшес» на сахаре 0,5 л. в стеклянной бутылке	23
«Колокольчик» на сахаре 0,5 л. в стеклянной бутылке	23
«Тархун» на сахаре 0,5 л. в стеклянной бутылке	23
Сок «Х» ананас 1,5 л.	16

Сок «Х» ананас 0,5 л.	11
Сок «Х» ананас 2 л.	17
Сок «Х» апельсин 1,5 л.	16
Сок «Х» апельсин 0,5 л.	11
Сок «Х» апельсин 2 л.	17
Сок «Х» тархун 1,5 л.	16
Сок «Х» тархун 0,5 л.	11
Сок «Х» тархун 2 л.	17
Сок «Х» Буратино 1,5 л.	16
Сок «Х» Буратино 0,5 л.	11
Сок «Х» Буратино 2 л.	17
Сок «Х» Груша 1,5 л.	16
Сок «Х» Груша 0,5 л.	11
Сок «Х» Груша 2 л.	17
Сок «Х» Дюшес 1,5 л.	16
Сок «Х» Дюшес 0,5 л.	11
Сок «Х» Дюшес 2 л.	17
Квасной напиток «Купеческий» 1,5 л.	23
Квас «Очаковский» 0,4 л.	39
Квас «Очаковский» 0,5 л.	57
Квас «Очаковский» 1 л.	70
Квас «Очаковский» 2 л.	100
Квас «Русский дар» 0,5 л.	55
Квас «Русский дар» 1 л.	72
Квас «Русский дар» 2 л.	98
Вода «БонАква» 0,33 л.	29
Вода «БонАква» 0,5 л.	32
Вода «БонАква» 1,5 л.	39
Effect Energy Drink / Эффект 0,25 л.	55
Effect Energy Drink / Эффект 0,5 л.	68
Effect Energy Drink / Эффект дабл 0,5 л.	72
Red Bull / Ред Булл 0,25 л.	81
Red Bull / Ред Булл тропик 0,25 л.	81

ПРИЛОЖЕНИЕ Е

ПРАЙС-ЛИСТ НА ТОВАРЫ ПОСТАВЩИКА «ИГРИСТЫЕ ВИНА»

Наименование товара	Цена в 2019 году, руб./ед.
Шампанское «Лев Голицын Экстра Брют», 0,75 л.	250
Шампанское «Лев Голицын Брют», 0,75 л.	220
Шампанское «Лев Голицын Полусладкое», 0,75 л.	225
Шампанское «Лев Голицын Полусухое», 0,75 л.	225
Шампанское «Лев Голицын Розовое Полусладкое», 0,75 л.	250
Шампанское «Санкт-Петербург Полусладкое», 0,75 л.	235
Шампанское «Санкт-Петербург Полусухое», 0,75 л.	235
Шампанское «Санкт-Петербург Брют», 0,75 л.	240
Шампанское «Санкт-Петербург Элитное Брют», 0,75 л.	260
Шампанское «Ленинградское Брют», 0,75 л.	215
Шампанское «Ленинградское Полусухое», 0,75 л.	220
Шампанское «Ленинградское Полусладкое», 0,75 л.	220

ПРИЛОЖЕНИЕ Ж

ПРАЙС-ЛИСТ НА ТОВАРЫ ПОСТАВЩИКА «БЕЛУГА МАРКЕТ»

Наименование товара	Цена в 2019 году, руб./ед.
Виски «Clan MacGregor» 0,5 л.	560
Виски «Clan MacGregor» 0,7 л.	740
Виски «Clan MacGregor» 1 л.	980
Виски «Fox&Dogs» 0,5 л.	620
Виски «Fox&Dogs» 0,7 л.	790
Виски «Fox&Dogs» 1 л.	950
Виски «Fox&Dogs Spiced» 0,7 л.	830
Виски «Джемесон» 0,35 л.	1100
Виски «Джемесон» 0,5 л.	1450
Виски «Джемесон» 07 л.	2100
Виски «Джемесон» 1 л.	2700
Виски «Бэллс» 1 л.	1760
Виски «Бэллс» 0,7 л.	1340
Виски «Бэллс» 0,5 л.	990