**СОДЕРЖАНИЕ**

[ВВЕДЕНИЕ 3](#_Toc452875597)

[1.ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ БАЗА ОРГАНИЗАЦИИ ТРАНСПОРТНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЛОГИСТИКИ В ТОРГОВЛЕ 5](#_Toc452875598)

[1.1. Особенности логистики в оптовой торговле 5](#_Toc452875599)

[1.2. Организация закупочной логистики в оптовой торговле 11](#_Toc452875600)

[1.3. Рынок транспортных услуг при доставке из Китая в Россию 16](#_Toc452875601)

[2. АНАЛИЗ производственно-хозяйственной деятельности В ООО «БЭЙБИ ОПТ ГРУП»](#_Toc452875602)

[2.1. Общая характеристика деятельности компании](#_Toc452875603)

[2.2.](#_Toc452875604) Характеристика перевозимых грузов

[2.3](#_Toc452875605) Анализ экономических показателей деятельности

[3. Направления совершенствования транспортного хозяйства ООО «Бэйби Опт Груп»](#_Toc452875641)

[3.1.](#_Toc452875642)

[3.2.](#_Toc452875645)

[ЗАКЛЮЧЕНИЕ](#_Toc452875646)

[СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ](#_Toc452875648)

## 1.ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ БАЗА ОРГАНИЗАЦИИ ТРАНСПОРТНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЛОГИСТИКИ В ТОРГОВЛЕ

[1.1. Особенности логистики в оптовой торговле](#_Toc452875599)

Логистика — это наука о перемещении и управлении потоками материалов и другими потоками от производителя сырья к конечному потребителю с целью минимизации затрат для всей системы в целом и индивидуально для каждого участника.

В современной логистике существует два типа функций: оперативные и координирующие. Оперативный характер деятельности связан с непосредственным контролем за перемещением товаров в сферах поставок, производства и распределения.

Закупочная деятельность включает в себя управление перемещением продукции от поставщика или пункта закупки к производственным компаниям, складам или коммерческим складам.

На этапе производства логистической функцией является управление запасами, которое включает в себя мониторинг движения полуфабрикатов и компонентов на всех этапах производственного процесса, а также миграцию готовой продукции на оптовые склады и розничные рынки.

Функция управления распределением продукции охватывает оперативную организацию потоков конечной продукции компании от производителя к потребителю.

Основными функциями логистики являются:

1. покупка сырья;

2. планирование логистики;

3. выявление и анализ потребностей в оборудовании;

4. планирование продукции, транспортные услуги;

5. улучшение качества продукции;

6. планирование и управление производством;

7. организация систем хранения данных;

8. планирование продаж;

9. анализ рынка, исследования рынка;

10. прогнозирование спроса на товары;

11. структура обслуживания;

12. передача готовой продукции на оптовые склады и розничные рынки;

13. организация обслуживания клиентов;

14. контроль за соблюдением сроков доставки;

15. планирование финансовых ресурсов;

16. текущая финансовая деятельность;

17. организация системы управления людскими ресурсами;

18. планирование и управление персоналом.

Таким образом, разница между логистическим подходом к управлению материальными потоками и традиционным подходом заключается в равномерном распределении отдельных функций управления фронтом и материальными потоками; техническая, технологическая, экономическая и методологическая интеграция различных соединений в цепочке в единую систему, обеспечивающую эффективное управление сквозными материальными потоками.

Логистическая система — это совокупность выделенных из окружающей экономической среды экономических объектов (звеньев), находящихся во взаимодействии для достижения общей логистической цели. В ее качестве рассматриваются физические объекты — промышленные предприятия, территориально производственные комплексы, торговые предприятия, инфраструктура экономики отдельной страны.

В логистических системах используется несколько специальных терминов: логистический канал, логистическая функция, логистическая цепочка, логистическая функция. Давайте рассмотрим их более подробно.

Логистические каналы выполняют следующие функции:

1. провести исследовательскую работу по сбору необходимых данных для планирования распределения продуктов и услуг;

2. стимулирование продаж путем создания и распространения информации о продукте;

3. общение с потенциальными покупателями;

4. адаптировать товары к требованиям покупателей;

5. вести переговоры с потенциальными потребителями;

6. организация движения товаров (транспортировка и хранение);

7. Финансирование перемещения товаров по каналу распределения;

8. применение на себя рисков, связанных с функционированием канала.

Производитель товара может выполнять все или часть функций логистических каналов (работ, услуг). Однако из-за специализации посреднических организаций именно они часто выполняют функции каналов распределения товаров: потому что они делают это более эффективно.

Учитывая понятие логистических каналов или каналов распределения, необходимо обратить внимание на такое понятие, как "уровень канала". Под уровнем канала вы должны понимать посредника, который работает над продвижением продукта и его владения конечному потребителю. В этом случае длина канала определяется количеством промежуточных уровней между производителем и потребителем. На рисунке 1 показан пример традиционных уровней каналов распределения.

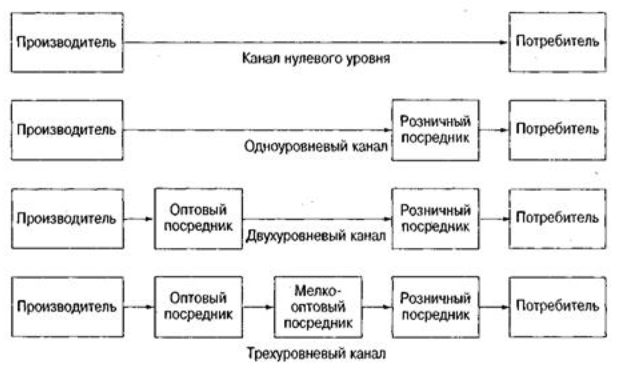


Рисунок 1–Уровни горизонтальных каналов распределения

Каналы распределения, проиллюстрированные на рисунке 1 — это традиционные горизонтальные каналы. Они состоят из независимого производителя и одного или нескольких независимых посредников.

Каналы, состоящие из производителя и одного или нескольких посредников, действующих как одна единая система, считаются вертикальными и могут иметь следующий вид (см. рисунок 2):



Рисунок 2 – Вертикальный канал распределения

Вертикальные каналы распределения возникли в результате интеграции логистики в цепочки поставок и стали средством контроля поведения каналов. В вертикальных каналах распределения один из участников канала, как правило, является владельцем других участвующих компаний или предоставляет им определенные привилегии. Вертикальные каналы являются экономичными и исключают дублирование действий, выполняемых участниками канала.

Создание крупных контрактных и коммерческих оптовых компаний направлено на увеличение прибыли и получение дополнительных экономических эффектов за счет группировки закупаемых партий товаров и упрощения отношений между производителями и оптовиками.

Основной целью оптовиков в каналах сбыта является расширение рынков сбыта продукции и снижение издержек. Цепочка поставок — это "линейно организованный набор компонентов логистической системы (набор компаний и организаций, выполняющих функции по передаче потока из одной системы в другую), интегрированных в материальные потоки (информационные или финансовые потоки)".

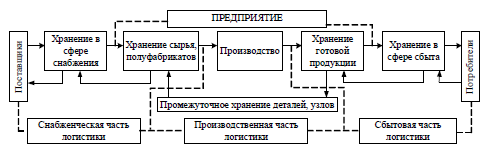


Рисунок 3 – Расширенная схема логистической цепи

Термин "логистическая операция" следует понимать как "любая базовая деятельность, которая приводит к изменению параметров материалов и (или) связанных с ними потоков информации, финансов и услуг". Расширенная логистическая группа, которая направлена на достижение целей логистической системы, является логистической функцией. Общая система логистических функций и функций и их состав показаны на рисунке 4.

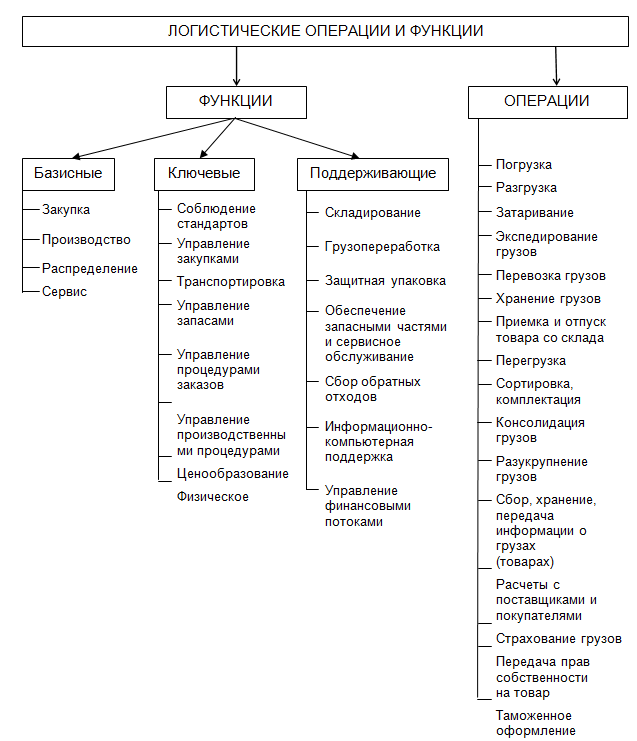


Рисунок 4 – Общая схема логистических операций и функций их состав

Основной целью коммерческих предприятий является повышение эффективности. Часто речь идет о сокращении запасов этих компаний.

Сокращение запасов, хранящихся в торговых компаниях, будет достигнуто за счет использования современных методов управления запасами,  сокращения числа людей, вовлеченных в цепочку поставок, и внедрения  передовых информационных технологий.

Управление логистикой — это управление комплексными бизнес-процессами, связанными с продвижением товаров и услуг.

Практика формирования логистики на российских коммерческих предприятиях показывает, что на ранних стадиях средним предприятиям целесообразно принять организационную структуру отдела логистики. Разумно управляя запасами продукции при закупках и дистрибуции, логистика помогает снизить общие затраты, снизить цены на товары и, таким образом, улучшить стратегическое положение торговой компании на рынке.

Управление логистикой может обеспечить эффективную координацию объема закупаемых товаров с планируемым объемом продаж. Таким образом, администрация логистики поддерживает системную стабильность торговой компании на рынке, сглаживает внутренние конфликты между закупками, маркетингом, финансированием и продажами, а также оптимизирует организационные отношения с логистическими посредниками.

Система управления логистикой торговой компании обычно включает в себя такие подсистемы, как:

1. управление логистической инфраструктурой;

2. Управление информационными технологиями в логистике;

3. управление запасами;

4. управление затратами на логистику;

5. управление хранением и транспортировкой

Пример организационной структуры службы логистики торгового предприятия приведен на рисунке 5:

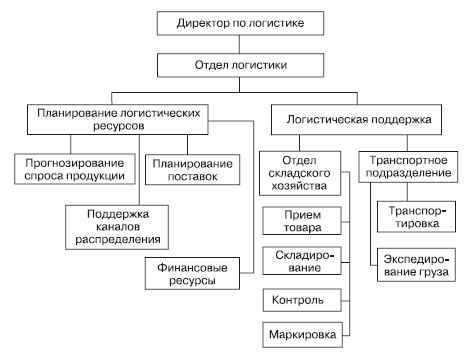


Рисунок 5 – Пример организационной структуры службы логистики торговой предприятия

В настоящее время торговые компании обычно передают задачи по управлению запасами и транспортировке своим поставщикам. В результате значительно повышается эффективность самих коммерческих предприятий.

Поэтому важнейшей целью компании при организации логистических услуг или при формировании задач, которые должны решаться с их помощью, является экономия затрат, связанных с потреблением, производством и распределением продукции. Более того, более выгодное положение компании на рынке во многом способствует своевременной доставке товаров в оптимальном количестве и в сроки, требуемые в соответствии с согласованной номенклатурой, что важно, а иногда и критически важно для потребителя.

[1.2. Организация закупочной логистики в оптовой торговле](#_Toc452875600)

Закупочная логистика представляет собой процесс снабжения предприятия товарами, сырьем, материалами. За организацию снабжения в компании ООО «Бэйби Опт Груп» отвечает отдел закупок, который состоит из руководителя и двух специалистов по снабжению.

Целью закупочной логистики в оптовой торговле является организация системы поставок, которая обеспечит предприятие всем необходимым точно в срок и с минимальными затратами для компании. Отдел закупок решает такие задачи, как:

* Формирование запасов на складе в балансе, не создавая дефицит и профицит.
* Поиск ответственных поставщиков.
* Соблюдение принципа «цена-качество»

Этапы работы с поставщиками закупочной логистики в оптовой торговле можно представить в виде шести этапов:

1 Этап – составление заявки.

Оценка объема ресурсов, которые необходимо закупить компании для нормальной производственной деятельности. Непосредственно сама заявка формируемся отделом продаж на основе покупательской потребности.

2 Этап – анализ заявок.

Анализ необходимости товаров, учёт сезонности и спроса. Работа над анализом происходит во всех отделах компании.

3 Этап – выбор поставщика.

Если организация определилась с тем, кто может предоставить компании эти ресурсы, то непосредственно предает заявку конкретному поставщику, если необходимо выбрать из нескольких предложений, то применяют метод ранжирования. Наиболее значимыми критериями для оценки поставщика являются: место нахождения; стоимость товаров, скидки; качество; оценка мощности поставщика.

4 Этап- размещение заказа.

Подразумевает передачу сформированной заявки поставщику. Вся работа на этом этапе осуществляется в рамках контракта. Существует несколько методов закупки: приобретение продукции большой партии за один раз, но тут можно столкнуться с трудностью изыскания ресурсов на подобный крупный заказ, так же нужны площади для хранения таких товаров. Приобретением продукции регулярно, когда присутствует некий чёткий временной интервал в приобретении продукции. В этом случае компания может заранее запланировать необходимую сумму для закупки и оптимальную партию закупки. Приобретение продукции по мере необходимости. Есть вероятность столкнуться с дефицитом товаров из-за отсутствия запасов на складе.

5 Этап – контроль за выполнением заказа.

Оценка своевременности поступления товаров или возможность внесения корректировок. Если поставщик не может в силу обстоятельств в полной мере или к нужной дате организовать поставку, то руководитель отдела продаж вносит коррективы в план продаж. Либо рассматривается возможность

6 Этап – завершение процесса приобретения.

Подразумевает непосредственно приемку и размещение на хранение поступивших товаров. Обязательно необходимо документально зафиксировать поступление товаров на склад. Далее происходит оценка и рассмотрение сопроводительных документов, которые поступили от поставщика, проверка качества товаров и соблюдения сроков доставки.

Логистический цикл можно представить, как период времени между создание заказа на закупаемую партию груза в базе и доставкой до склада потребителя. Такой интервал складывается из затрат времени на оформление заявки с учетом всех нюансов; передачи заявки поставщику товаров; сбор и упаковка товаров подрядчиком; время, затраченное на межоперационные простои и доставки груза потребителю.

Так как компания ООО «Бэйби Опт Груп» закупает 100% товаров из Китая, рассмотрим специфику оформления международной закупки и таможенного контроля.

Самым главным этапом для начала осуществления международной торговли является заключение внешнеторгового контракта. Он определяет содержание внешнеэкономической сделки в нем описываются условия поставки, предмет сделки, порядок расчётов, права и обязанности сторон и т.д. От правильности составления этого документа зависит успех оформления закупки, так как цена ошибки высока и может привести к конфликту между продавцом и покупателем, а также могут возникнуть проблемы при таможенном оформлении и при реализации валютных операций.

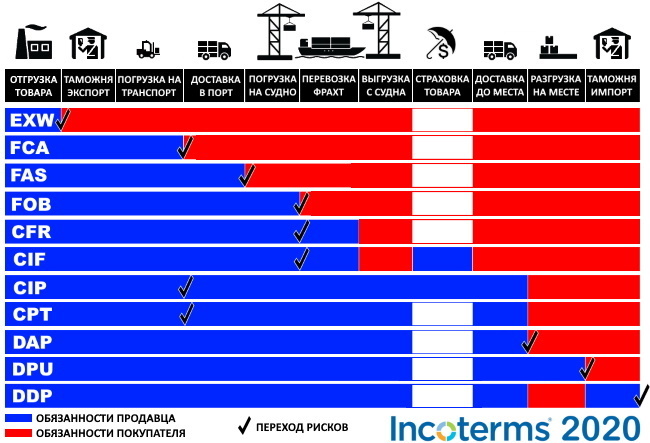
Стоит учитывать, что при оформлении международной перевозки организация доставки не ложиться только на поставщика товаров, для регуляции существует одиннадцать унифицированных правил Инкотермс, которые фиксируют права и обязанности сторон внешнеэкономического контракта. (см. рисунок 6) 

Рисунок 6 – Инкотермс 2020.

Необходимо отметить, что при организации закупки покупатель должен найти не только поставщика товаров, но и перевозчика.

Компания ООО «Бэйби опт груп» привлекает транспортные компании для организации «белой» доставки. Применяются в основном два базиса перевозки EXW и FOB.

EXW - Передача происходит в помещениях продавцов или в других ранее оговоренных местах. В таком случае стороны должны четко согласовать места поставки, так как в этих пунктах все риски переходят на покупателей. [ ]

FOB - Термин устанавливает, что продавцы обязуются поставить товар на борт судна, которое номинировали покупатели, в ранее оговоренном порту, или обеспечивают предоставление товара таким образом. Когда товар находится на борту судна, происходит переход рисков за повреждение или утрату товара с продавцов на покупателей. С того момента расходы за товар несут покупатели. []

Когда все формальности соблюдены при таможенном контроле требуется ряд документов для прохождения границы и ввоза груза на территорию Российской Федерации. Для того, чтобы растаможить груз необходимо пройти таможенную регистрацию участника ВЭД и предоставить товаросопроводительные документы на товары: спецификации на товар, внешнеторговый договор купли-продажи, счет-фактура, товарно-транспортные документы (товаротранспортные накладные, коносамент и т.п.), подтверждающие валютную стоимость товара, лицензии и разрешения государственных органов на ввоз определенных видов товаров, а также сертификаты качества на ввозимую продукцию. К оформлению документации требуется пристальное внимание, потому что даже незначительная ошибка может привести к отказу в таможенной очистке.

Таможенная очистка — это уплата всех налогов, сборов, пошлин, предоставление необходимых документов, а также лицензий и разрешений по запросу.

Рассмотрим порядок прохождения границы. Для оформления заявки на перевозку в контейнерной линии необходимо оформить букинг-ноут (booking note), где необходимо указать название и контактные данные поставщика, вид груза, порты отправки и назначения и дату готовности груза. По получению такой заявки контейнерная линия по своим каналам переправляет ее в свой офис ближайший к указанному клиентом поставщику. Агенты линии связываются с поставщиком и договариваются о дате подачи контейнера под загрузку в зависимости от даты готовности груза и возможностей фабрики. По приходу контейнера в порт назначения (г. Санкт-Петербург) груз попадает на таможенную территорию РФ, на фидерный коносамент ставится печать «груз таможенный». На момент прихода контейнера в порт назначения необходимо:

• Проследить, чтобы все справки и документы были актуальны на дату предоставления в таможенный орган;

• Получить 3 оригинала коносамента для передачи в линию и получения релиза от контейнерной линии. Если контейнер уже на подходе к порту назначения, а коносаменты отправитель еще не выслал, рекомендуем запросить у него телекс-релиз. Телекс - релиз — это поручение, выдать груз компании, указанной в графе, получатель в коносаменте, при условии оплаты фрахта;

• Предоставить коммерческие документы (инвойс и пакинг-лист), документы и сведения на русском языке, исключающие двойное толкование функций и назначения товара.

По завершении таможенного оформления товара на ГТД (грузовой таможенной декларации) ставится печать «выпуск разрешен». У грузополучателя остается заверенная копия ГТД для банка и оригинал ГТД для учета. НДС, уплаченная в таможню, учитывается налоговой инспекцией при дальнейшей продаже товара.

1.3. Рынок транспортных услуг при доставке из Китая в Россию

Морской транспорт значительно расширился за последние десятилетия благодаря росту торговли и глобализации.

Судоходство, которое часто называют «кровью мировой торговли», остается доминирующим видом международной перевозки товаров и составляет основу глобальных цепочек поставок. На его долю приходится более 80 процентов объема мировой торговли. Традиционными на маршруте Китай-Россия считаются морские перевозки. Как правило, они осуществляются контейнерами. Для доставки оптимально выбирают северные-западные и восточные порты отгрузки. Они расположены на побережье Финского залива и Японского моря.

Из-за воздействия пандемии COVID-19 на отрасль в 2020 году морская торговля сократилась на 3,8%, но позже восстановилась и, по оценкам, в 2021 году выросла на 4,3%. Восстановление морской торговли было отмечено «вызванными пандемией логистическими проблемами», такими как нехватка оборудования и контейнеров, перегруженные порты. Возникшие в результате узкие места в цепочке поставок препятствуют восстановлению экономики.

Проблемы существуют и на стороне предложения. Хотя заказы на новые контейнеровозы в прошлом году упали на 16%, продолжая предыдущую тенденцию к снижению, судоходные компании увеличили заказы на новые суда в этом году на фоне текущих ограничений пропускной способности. Но все-таки судоходные линии выиграли от резкого роста фрахтовых ставок.

Введенные в 2022 году экономические санкции против России сильно отразились на привычных логистических цепочках. Эта проблема еще больше заставляет обратить пристальное внимание на узкие места логистики, к уже имевшимся проблемам после пандемии добавились новые. Таможенные органы ужесточили контроль за товарами, которые следуют в Россию, крупные контейнерные линии приостановили прием заказов контейнеров в/из России. Если раньше грузопоток из Китая в Россию шел регулярными контейнерными линиями через центры трансшипмента в Европе Роттердам и Антверпен, а оттуда переваливалась на фидерные суда, либо другой транспорт и доставлялось до получателя в Российскую Федерацию (см. рисунок 7). Фидерное судно — это небольшое судно, способное курсировать на сравнительно мелких глубинах. Сборный груз из Китая морем в там случае доставляется в контейнерах линий, предоставляющих демерредж не менее 21 суток.

Изображение выглядит как карта

Автоматически созданное описание

Рисунок 7 – Грузопоток из Китая в Россию с перевалкой в хабах Европы.

Теперь можно сделать вывод, что часть основных привычных логистических цепочек разрушена, поэтому стоит пересмотреть маршрут доставок грузов до г. Санкт-Петербург и сделать упор на мультимодальные и интермодальные перевозки, перестроить полностью маршруты доставок.

Рассмотрим возможные альтернативные маршруты, стоит отметить, что на данный момент инфраструктура может быть не готова к увеличению грузопотока и должна быть модернизирована.

Основная альтернативная схема доставки контейнеров - морем из портов Китая и других стран Юго-Восточной Азии до порта Восточный, далее по железной дороге по городам России.

Основное преимущество данной схемы – это минимальная себестоимость фрахта и стабильность работы, также благодаря увеличению количества рейсов грузовых контейнерных экспрессов из Владивостока и Находки до Москвы, скорость прохождения железнодорожного участка увеличилась. Среднее время доставки контейнера из портов Шанхая, Нинбо и Шеньчженя до Москвы, включая таможенную очистку в России, составляет 25-30 рабочих дней. Поэтому самым оптимальным способом доставки является мультимодальная перевозка морем с последующей перегрузкой контейнера на железнодорожный транспорт, либо автотранспорт.

Возможна отправка с использованием только ж/д транспорта через Достык, Джимунае (территория Казахстана см.рис. 8) Гродеково, Забайкальск, Наушки, Владивосток (территория России).



Рисунок 8 – Маршруты. Китай – Достык – Москва / Урал.

Главное преимущество выбора этого маршрута является соотношение времени доставки к стоимости перевозки. На рисунке 10 показан вариант использования специализированного контейнерного поезда, за счет чего данное направление оптимизируется и сокращается время доставки.

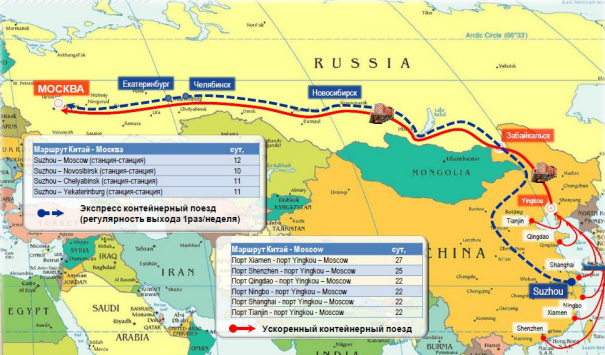


Рисунок 9 – Ускоренный контейнерный сервис Китай – Москва.

Доставка автотранспортом из Китая в Россию проходит по международному транспортному коридору Западная Европа — Западный Китай, по маршруту Ляньюньган – Урумчи – Хоргос – Шымкент – Кызылорда – Оренбург – Казань – Москва – Санкт-Петербург – Европа. Это самый короткий путь из Китая в Европу с минимальным количеством пересечений границ. Протяженность пути около 8500км. По срокам доставки является самым быстрым, если средняя длительность доставки до г. Санкт-Петербург ж/д транспортом составляет 14 суток, то на автотранспорте срок составляет около 10 суток.

Но по направлению МТК существует ряд проблем:

* проблема обратной загрузки порожнего подвижного состава;
* простой на границах;
* запрет на движение автомобилей одних стран по дорогам других;
* некачественное дорожное покрытие;
* низкая степень развития придорожного сервиса;
* дополнительные затраты (поборы на дорогах).

В целом по первой главе можно сделать следующие выводы:

Важнейшей целью компании при организации логистических услуг или при формировании задач, которые должны решаться с их помощью, является экономия затрат, связанных с потреблением, производством и распределением продукции.

Логистика играет важную роль в организации оптовой торговли. Необходимо ответственно подходить к вопросу закупки и распределения товаров работая с поставщиками поэтапно. Оформление документов при международной перевозке занимает важное место в подготовке поставки, малейший недочёт может привести к отказу в таможенной очистке, а соответственно к незапланированным тратам и сборам.

В связи с актуальной проблемой введения экономических санкций, остро встает вопрос с организацией новых маршрутов поставок, экономическую выгодность которых нужно сравнить с прошлыми цепочками и оптимизировать для экономии затрат.

[2. АНАЛИЗ ПРОИЗВОДСТВЕННО-ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ООО «БЭЙБИ ОПТ ГРУП»](#_Toc452875602)

[2.1. Общая характеристика деятельности предприятия](#_Toc452875603)

Копания «БЭЙБИ ОПТ ГРУП» зарегистрирована по форме общества с ограниченной ответственности в феврале 2014 года. Идея основания Компании была в том, чтобы открывать российский рынок для новых и часто непривычных, удивительных для него товаров, которые либо уже приобрели популярность у многих покупателей в других странах или пока ещё малоизвестны.

Основным видом деятельности является неспециализированная оптовая торговля. За 8 лет существования на рынке компания стала эксклюзивным дистрибьютором детских товаров на территории России и Евразийского экономического сообщества. Компания имеет два структурных подразделения офис и склад в которых занято 32 человека. На момент образования компании уставной капитал составлял 40 тыс. рублей. Для осуществления своей деятельности компания привлекает зарубежных поставщиков, на данный момент ООО «БЭЙБИ ОПТ ГРУП» сотрудничает с 20-ю постоянными брендами, а также рядом товаров под заказ.

Основными клиентами являются физические и юридические лица, которые занимаются продажей товаров для детей по всей территории России. Так же компания занимается поставками по договору комиссии для реализации на различных маркетплейсах.

Общество является юридическим лицом и имеет обособленное имущество и отвечает им по своим обязательствам, может от своего имени приобретать и осуществлять гражданские права и нести гражданские обязанности, быть истцом и ответчиком в суде. [**ГК РФ Статья 48**] У компании есть расчётный счет в банке, устав и печать.

Основной целью Общества является извлечение прибыли.

Общество вправе преследовать иные цели, не запрещенные действующим

законодательством РФ.

Основной вид деятельности ООО «БЭЙБИ ОПТ ГРУП»

* Торговля оптовая неспециализированная.

Дополнительные виды деятельности ООО «БЭЙБИ ОПТ ГРУП»

* Торговля оптовая гомогенизированными пищевыми продуктами, детским и диетическим питанием;
* Торговля оптовая текстильными изделиями;
* Торговля оптовая галантерейными изделиями;
* Торговля оптовая одеждой и обувью;
* Торговля розничная мужской, женской и детской одеждой в специализированных магазинах;
* Торговля розничная, осуществляемая непосредственно при помощи информационно- коммуникационной сети Интернет;
* Образование дополнительное детей и взрослых прочее, не включенное в другие группировки.

Все перечисленные виды деятельности осуществляются компанией, как в России, так и за ее пределами в рамках внешнеэкономической и внешнеторговой (импорт-экспорт) деятельности в соответствии с действующим законодательством, в том числе посредством совершения сделок в виде экспортных, товарообменных, торгово-посреднических, бартерных и иных операций.

Общество является собственником имущества, приобретённого в процессе его хозяйственной деятельности. Общество осуществляет владение, пользование и распоряжение находящимся в его собственности имуществом, по своему усмотрению, в соответствии с целями своей деятельности и назначением имущества.

Имущество Общества учитывается на его самостоятельном балансе. Общество отвечает по своим обязательствам всеми своими активами.

В случае несостоятельности (банкротства) Общества по вине его

участников или по вине других лиц, которые имеют право давать обязательные для Общества указания либо иным образом имеют возможность определять его действия, на указанных участников или других лиц в случае недостаточности имущества Общества может быть возложена субсидиарная ответственность по его обязательствам.

Оценивая бухгалтерский баланс организации (приложение), можно сделать вывод, что компания является финансово устойчивой, ликвидной и платежеспособной.

Организационную структуру компании ООО «БЭЙБИ ОПТ ГРУП» можно охарактеризовать как линейно-функциональную (Рис. 10)

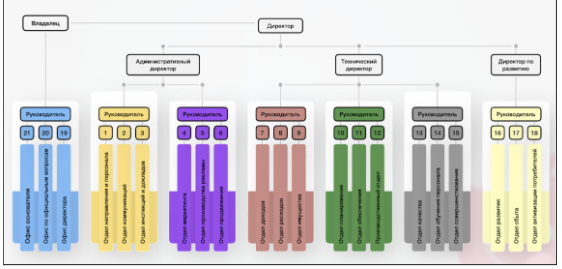


Рисунок 10 – Организационная структура ООО «БЭЙБИ ОПТ ГРУП».

Большинство компаний мира выбирают эту структуру для своих предприятий, эта система представляет собой деление организации на отдельные элементы, каждый из которых имеет четко определенную задачу и зону ответственности. На функционально-ролевой модели видно, что в структуре предприятия задействован 21 отдел и 7 департаментов, у каждого из которых есть свой руководитель. Функциональные директора, которые отвечают за слаженную работу нескольких департаментов, а также владелец и директор, которые несут ответственность за работу всего предприятия.

Рассмотрим функции каждого департамента:

1.Департамент коммуникаций и персонала несет ответственность за продуктивность сотрудников, формирование кадрового резерва для своевременного обеспечения рабочих мест квалифицированным персоналом, создание коммуникационных линий. Своевременно выявляет слабые стороны сотрудников и разрабатывает систему мотивации. В него входит: отдел направления и персонала, отдел коммуникаций, отдел инспекций.

2.Департамет распространения следит за эффективностью маркетинговых кампаний, позволяя получать большое количество откликов при оптимальных затратах, поддержания ассортимента, который пользуется большим спросом у покупателей. Благодаря правильному продвижению и положительной репутации доходы компании превышают расходы. Входит: отдел маркетинга, отдел по работе с производителями и маркетинговыми материалами, отдел регистрации.

3.Департамент финансов производит контроль за своевременностью поступления денежных средств, учёт денежных средств, оформление сбор документов. Несёт ответственность за правильность финансового планирования, производит расчет по долговым обязательствам. Производит учет имущества компании, инвентаризации. Входит: отдел доходов, расходов и отдел имущества и документации.

4.Департамент производства сочетает в себе функции по закупке и распределению товаров, осуществляет организацию складского хозяйства. Несёт ответственность за осуществление поставок, учет и хранение на складе и доставки до точек продаж. Входит: отдел закупок, склада и внутренней логистики, отдел внешней логистики.

5. Департамент квалификации отвечает за сбор и формирование учебных материалов, создание стандартов и нормативов, осуществляет контроль за своевременным пополнением остатков, оптимизирует процессы. Входит: отдел контроля качества, обучения, совершенствования.

6. Департамент продаж несет ответственность за поиск каналов сбыта, работа с клиентами, маркетплейсами, учёт движения денежных средств и другое. Входит: отдел развития продаж, клиентский отдел, отдел по работе с маркетплейсами.

7.Административный департамент разрабатывает стратегические планы, осуществляет контроль за работой фирмы с использованием финансовых инструментов, контролирует юридические аспекты работы. Входит: офис учредителя, юридический отдел, офис исполнительного директора.

Благодаря четкой и слаженной работе всех департаментов компания имеет ценный конечный продукт свой работы в виде получения стабильной прибыли и удовлетворенных клиентов.

2.2 Характеристика перевозимых грузов

Компания ООО «Бэйби Опт Груп» является эксклюзивным дистрибьютором ряда зарубежных брендов детских товаров на территории РФ и по части брендов – на территории всего ЕврАзЭС. 100% закупаемых товаров поступает в контейнерах из Китая. Поэтому по назначению грузопоток можно классифицировать, как международный.  
Вид перевозимого товара классифицируется, как генеральный груз. Генеральный груз — штучный груз и товар (продукция), который перевозится в упаковке. Груз, следуя от продавца до покупателя неоднократно подвергается перегрузке. Поэтому очень важным этапом является правильный выбор тары и упаковки груза. Для выбора правильной упаковки генеральных грузов используют межгосударственный стандарт ГОСТ 26653–2015. В основном поставки товаров из Китая укладываются в коробки и формируют укрупненные грузовые места на поддоне.

Самое массовое использование получили стандартные, "сухие" контейнеры (DC - Dry Container):

• Для перевозки "плотных" или тяжеловесных грузов небольшого размера больше подходят 20-ти футовые контейнеры;

• Для перевозки легких, но объемных грузов - 40-ка футовый стандартный или "высокие" (High Cube) контейнеры;

Последнее время появилась ориентация на увеличение размеров морских контейнеров. Сейчас не редкость 45-ти футовые контейнеры, и уже встречаются 48-ми и даже 53-х футовые контейнеры.

Для перевозки товаров используются стандартные сухие контейнеры размером 40-фунтов, так как груз является объёмным, с дверьми в обоих торцах, что значительно упрощает погрузо-разгрузочные работы, доступ для осмотра и сортировки. Пол контейнера состоит из прочных стальных балок, толщина деревянного настила — до 30 см, что исключает возможность намокания груза, что особо важно при перевозке груза, упакованного в коробки.

Стоит обратить внимание на то, что все основные порты Китая отличаются слаженной работой, а роботизированные системы укладки груза способны максимально заполнить весь объем контейнера. Такая система очень удобна при отправке сборных грузов, значительно уменьшая получателям расходы на перевозку.

2.3 Анализ экономических показателей деятельности

Приложение 1

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Бухгалтерский баланс | | | | | | | | | | | | | | | | |
| На 31 декабря 2021 г. | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Пояснения1 | | Наименование показателя | | | | Код строки | На 31 декабря 2021 г. | | На 31 декабря 2020 г. | | | | На 31 декабря 2019 г. | | | |
| 1 | | 2 | | | | 3 | 4 | | 5 | | | | 6 | | | |
| Актив | | | | | | | | | | | | | | | | |
| I. Внеоборотные активы | | | | | | | | | | | | | | | | |
|  | | Нематериальные активы | | | | 1110 | 18 | | 21 | | | | 25 | | | |
|  | | Результаты исследований и разработок | | | | 1120 | - | | - | | | | - | | | |
|  | | Нематериальные поисковые активы | | | | 1130 | - | | - | | | | - | | | |
|  | | Материальные поисковые активы | | | | 1140 | - | | - | | | | - | | | |
|  | | Основные средства | | | | 1150 | 131 | | 246 | | | | 378 | | | |
|  | | Доходные вложения в материальные ценности | | | | 1160 | - | | - | | | | - | | | |
|  | | Финансовые вложения | | | | 1170 | - | | - | | | | - | | | |
|  | | Отложенные налоговые активы | | | | 1180 | - | | - | | | | - | | | |
|  | | Прочие внеоборотные активы | | | | 1190 | - | | - | | | | - | | | |
|  | | Итого по разделу I | | | | 1100 | 149 | | 268 | | | | 402 | | | |
| II. Оборотные активы | | | | | | | | | | | | | | | | |
|  | | Запасы | | | | 1210 | 129 134 | | 74 253 | | | | 69 388 | | | |
|  | | Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям | | | | 1220 | 5 147 | | 5 420 | | | | 5 575 | | | |
|  | | Дебиторская задолженность | | | | 1230 | 318 692 | | 258 823 | | | | 178 205 | | | |
|  | | Финансовые вложения (за исключением денежных эквивалентов) | | | | 1240 | 43 968 | | 2 047 | | | | 898 | | | |
|  | | Денежные средства и денежные эквиваленты | | | | 1250 | 461 | | 743 | | | | 643 | | | |
|  | | Прочие оборотные активы | | | | 1260 | 0 | | - | | | | 1 212 | | | |
|  | | Итого по разделу II | | | | 1200 | 497 401 | | 341 286 | | | | 255 920 | | | |
|  | | БАЛАНС | | | | 1600 | 497 550 | | 341 553 | | | | 256 323 | | | |
|  |  |  |  |  | |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Информация из ресурса БФО | | | | ИНН 7801623948 | | | | | |  |  | Страница 2 из | | | 3 |  |
| 27.04.2022 14:41 | | |  |  | |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | |  |  |  |  |  |  | |  |  | |  |  | |  |  |
| Пояснения1 | | Наименование показателя | | | | Код строки | На 31 декабря 2021 г. | | На 31 декабря 2020 г. | | | | На 31 декабря 2019 г. | | | |
| 1 | | 2 | | | | 3 | 4 | | 5 | | | | 6 | | | |
| Пассив | | | | | | | | | | | | | | | | |
| III. Капитал и резервы | | | | | | | | | | | | | | | | |
|  | | Уставный капитал (складочный капитал, уставный фонд, вклады товарищей) | | | | 1310 | 24 | | 24 | | | | 24 | | | |
|  | | Собственные акции, выкупленные у акционеров | | | | 1320 | (-)2 | | (-) | | | | (-) | | | |
|  | | Переоценка внеоборотных активов | | | | 1340 | - | | - | | | | - | | | |
|  | | Добавочный капитал (без переоценки) | | | | 1350 | 28 195 | | 28 195 | | | | 28 195 | | | |
|  | | Резервный капитал | | | | 1360 | - | | - | | | | - | | | |
|  | | Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток) | | | | 1370 | 338 583 | | 200 448 | | | | 121 587 | | | |
|  | | **Итого по разделу III** | | | | 1300 | 366 803 | | 228 668 | | | | 149 807 | | | |
| IV. Долгосрочные обязательства | | | | | | | | | | | | | | | | |
|  | | Заемные средства | | | | 1410 | 30 745 | | 5 338 | | | | 16 783 | | | |
|  | | Отложенные налоговые обязательства | | | | 1420 | - | | - | | | | - | | | |
|  | | Оценочные обязательства | | | | 1430 | - | | - | | | | - | | | |
|  | | Прочие обязательства | | | | 1450 | - | | - | | | | - | | | |
|  | | Итого по разделу IV | | | | 1400 | 30 745 | | 5 338 | | | | 16 783 | | | |
| V. Краткосрочные обязательства | | | | | | | | | | | | | | | | |
|  | | Заемные средства | | | | 1510 | - | | - | | | | - | | | |
|  | | Кредиторская задолженность | | | | 1520 | 100 001 | | 107 548 | | | | 89 602 | | | |
|  | | Доходы будущих периодов | | | | 1530 | - | | - | | | | - | | | |
|  | | Оценочные обязательства | | | | 1540 | 0 | | - | | | | 132 | | | |
|  | | Прочие обязательства | | | | 1550 | - | | - | | | | - | | | |
|  | | Итого по разделу V | | | | 1500 | 100 001 | | 107 548 | | | | 89 734 | | | |
|  | | БАЛАНС | | | | 1700 | 497 550 | | 341 553 | | | | 256 323 | | | |