

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой: <https://stuservis.ru/otchet-po-praktike/33365>

Тип работы: Отчет по практике

Предмет: Маркетинг

Оглавление

1. Анализ работы компании 2
2. Анализ расположения торговых точек 3
3. Авс анализ 7

1. Анализ работы компании

Петербургская сеть обуви, одежды и аксессуаров Tj имеет в своём составе склад и логистический офис. Они расположены недалеко от метро Электросила. Склад служит перевалочным пунктом между пунктами отправки товаров и торговыми точками.

Склад имеет автодорожный подъезд и двое одинаковых складских ворот. Площадь склада 120 квадратных метров. Высота потолка – около 5 метров.

Смена продукции происходит два раза в год. В феврале-марте завозится коллекция весна-лето, а в сентябре-октябре – осень-зима. Завод коллекции происходит каждую неделю на протяжении двух месяцев. Из портов Прибалтики фурами завозится партия обуви, а из Москвы привозят одежду. Завоз осуществляется по договору специализированными транспортными компаниями. Запас обуви остаётся на складе на временное хранение, а одежда поставляется напрямую в торговые точки. Разгрузка и размещение на складе производится вручную.

Прибывающие на склад коробки с обувью оснащены штрих-кодом, артикулом и размерной сеткой. По ним сотрудники склада учитывают прибывающую продукцию и заносят данные в компьютерную систему, а также определяют, куду какую коробку направить. Перекомплектации или вскрытия коробок не происходит.

Со склада временного хранения коробки с обувью развозятся по торговым точкам. Развоз осуществляется собственным транспортом сети – тремя небольшими грузовыми автомобилями с перевозимым объёмом 15 кубометров.

Особенность завоза коробок с обувью заключается в том, что большинство магазинов находится либо в крупных торговых центрах, либо в местах, где трудно осуществлять разгрузку. Правила торговых центров указывают, что пополнение товара в магазинах может осуществляться только в определённое время, как правило с 22.00 до 23.00. Поэтому одна машина может обслужить за один день не более 2-3 торговых точек. Таким образом на то, чтобы осуществить развоз продукции, разгруженной с одной фуры, требуется 4 рабочих дня.

В период межсезонья пополнение запасов продукции приходит из Москвы три раза в неделю средствами транспортных компаний. Так же, как и в сезон, товар разгружается на складе и в течении нескольких дней развозится по торговым точкам. Помимо этого, возможно перераспределение товарных запасов между магазинами в зависимости от текущей потребности и спроса. Если в одних торговых точках продажи идут хорошо, а в других плохо, то из вторых часть запасов собирается на склад временного хранения в течении двух дней, а затем развозится по точкам с хорошими продажами.

Компьютерная система управления сети Tj включает в себя программу собственной разработки Alfa Stock, по своему функционалу схожей с 1С Предприятие. Для учёта запасов по торговым точкам используется Excel.

2. Анализ расположения торговых точек

На карте Санкт-Петербурга (рисунок 1) чёрными точками отмечены магазины сети Tj. А жёлтой точкой – склад временного хранения.

Вне всякого сомнения, несмотря на наличие магазинов в своём районе, значительное число покупателей предпочитает ездить за покупками в центр. Помимо самого процесса покупки это является для людей способом провести свободное время. Однако процесс развозки продукции со склада временного хранения довольно сложен и трудоёмок ввиду большой удалённости торговых точек друг от друга. Тем более что для перераспределения товарных запасов приходится сначала консолидировать товар с одних точек, чтобы потом развести его по более нуждающимся в этом товаре точкам. Это не позволяет оперативно

реагировать на колебания спроса, быстро восполнять проданные запасы. Кроме того, запас каждой торговой точки формируется исходя из общих средних показателей, а не особенностей каждого района.

Таким образом может остаться излишний запас или наоборот, возникнуть недостаток продукции.

Для решения этой задачи возможно разделение торговых точек на несколько отдельных рынков с учётом близости друг к другу и того, в каком районе они находятся – центральном, спальном, в проходном месте рядом с метро. В каждом районе отдельно считается средний показатель продаж и определяется, какой запас нужен сверх этого показателя, с учётом максимального показателя продаж. Это позволит лучше сглаживать колебания спроса с учётом конкретного района.

Так же, в одном из магазинов каждого района продаж можно создать дополнительную площадь для консолидации товаров и возможности их перераспределения на торговые точки другого района продаж.

Пример деления всего рынка продаж на отдельные рынки А, В и С, позволяющий учитывать специфику продаж районов и на основе этого создавать запас приведен в таблице 1:

-

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой: <https://stuservis.ru/otchet-po-praktike/33365>