

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/magisterskaya-rabota/78759>

Тип работы: Магистерская работа

Предмет: Логистика

ВВЕДЕНИЕ 8

1 ЛОГИСТИКА СНАБЖЕНИЯ В ВЕНДИНГОВОМ БИЗНЕСЕ 11

1.1 Общая характеристика логистики снабжения на предприятии 11

1.2 Характеристика вендингового бизнеса 17

1.3 Управление снабжением импортными товарами в вендинго-вом бизнесе 24

2 УПРАВЛЕНИЕ СНАБЖЕНИЕМ ИМПОРТНЫМИ ТОВАРАМИ В ВЕНДИНГОВОМ БИЗНЕСЕ 29

2.1 Нормативные акты по продаже товаров через торговые ав-томаты 29

2.2 Особенности управления снабжением товарами в вендинго-вом бизнесе 32

2.3 Методы и практика поставки импортных товаров для вен-дингового бизнеса 41

3 СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УПРАВЛЕНИЯ СНАБЖЕНИЕМ ИМПОРТ-НЫМИ ТОВАРАМИ ВЕНДИНГОВОГО БИЗНЕСА В ООО «АСП Групп») 48

3.1 Общая характеристика комплекса вендингового бизнеса в организации 48

3.2 Финансовые и экономические показатели предприятия, их анализ 51

3.3 Управление снабжением и продажами товарами, продавае-мыми через торговые автоматы 57

3.4 Организация управления снабжением вендингового пред-приятия 65

3.5 Методология выбора поставщика товаров 68

3.6 Выявление достоинств и недостатков в системе управления закупками импортных товаров в ООО «АСП Групп» 76

4 СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УПРАВЛЕНИЯ СНАБЖЕНИЕМ ИМПОРТ-НЫМИ ТОВАРАМИ В ВЕНДИНГОВОМ БИЗНЕСЕ 78

4.1 Внедрение в систему управления снабжением импортными товарами автоматизированной системы «1Е: закупки»и системы бюджетирования «Интеграл» 78

4.2 Расчет затрат на инновационные предложения 85

4.3 Оценка экономической эффективности разработанных ме-роприятий 86

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 90

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ 93

ПРИЛОЖЕНИЕ 97

ВВЕДЕНИЕ

Развитие вендингового бизнеса в России находится на началь-ном этапе, но, несмотря на это, уровень его достаточно высок, что обусловлено практикой зарубежных стран. Вендинговый бизнес пользуется популярностью среди предпринимателей и предприятий, что обусловлено послаблениями в системе нало-гообложения (в основном это упрощенная система налогооб-ложения и специальные режимы), минимальные издержки на содержание вендингового аппарата, быстрая окупаемость.

Современные предприятия, в том числе и вендинговые под-вержены серьезным изменениям в условиях нестабильного развития экономики с учетом высокой конкуренции. Такая из-менчивость и динамика рынка обуславливают необходимость применения основных методов логистики в системе снабжения.

В вендинговом бизнесе логистика снабжения мало изучена и особого внимания требует логистика снабжения импортными товарами, что связано с отсутствием опыта применения логисти-ческих моделей в управлении снабжением вендингового пред-приятия импортными товарами. Что и обусловило актуальность проводимого исследования.

Данная тема мало исследована российскими и зарубежными авторами, некоторые аспекты раскрыты в трудах таких специа-листов как Афанасенко И.И., Борисова В.И., Бачмага В. С., Бело-усова Л. А., Гаджинский А. М., Григорьев М. Н., Конотопский, В. Ю., Левкин Г.Г. Попков В. П., Потолокова М. О. и др.

Цель исследования заключается в совершенствовании управле-ния снабжением импортными товарами в вендинговом бизнесе (на примере ООО «АСП Групп»).

Цель обусловила выполнение следующих задач:

- раскрыть понятие логистики снабжения,

- проанализировать особенности, состояние, развитие вендингового бизнеса в среднесрочной перспективе,
- выделить особенности снабжения товарами вендингово-го бизнеса,
- рассмотреть систему управления снабжением импорт-ными товарами в вендинговом бизнесе и обосновать ее акту-альность,
- проанализировать нормативные акты по продаже това-ров через торговые автоматы,
- раскрыть особенности управления снабжением товара-ми в вендинговом бизнесе,
- рассмотреть методы и практику поставки импортных то-варов для вендингового бизнеса,
- по данным вендингового предприятия ООО «АСП Групп») дать общую характеристику комплекса вендингового бизнеса (состав подразделений, их расположение, количество торговых автоматов и т.п.),
- раскрыть финансовые и экономические показатели предприятия, и провести их анализ,
- проанализировать объемы товаров, продаваемых через торговые автоматы,
- выявить недостатки и достоинства существующей систе-мы снабжения вендингового предприятия,
- разработать методы по совершенствованию управления снабжением импортными товарами вендингового предприятия, оценить их эффективность.

Объектом исследования является вендинговое предприятие и его деятельность в части снабжения импортными товарами.

Предметом исследования выступает управление снабжением вендингового предприятия импортными товарами.

Субъектом исследования является ООО «АСП Групп» вендинго-вая компания, созданная в 2006 году в Санкт-Петербурге. На се-годняшний день является одной из крупнейших вендинговых компаний города. В работе использованы такие методы исследования, как иссле-дование, дедукция, обобщение, методы математического, эконо-мического и статистического анализа.

Источниками информации для написания послужили норматив-ные акты, труды российских специалистов, учебная литература, статьи из периодических изданий, интернет -ресурсы по теме исследования, материалы ООО «АСП Групп».

Практическая значимость заключается в применении разрабо-танных предложений по оптимизации управления снабжением импортными товарами вендингового предприятий в деятельно-сти ООО «АСП Групп» и аналогичных вендинговых компаний.

Структура исследования следующая: работа состоит из введе-ния, четырех глав, заключения, списка источников и приложе-ний. В введении определены актуальность, степень изученно-сти, цель, задачи, объект, предмет, методы исследования, обо-значена ее значимость. В первой главе раскрыто понятие логи-стики снабжения, проанализированы особенности, состояние, развитие вендингового бизнеса в среднесрочной перспективе, особенности снабжения товарами вендингового бизнеса, рас-смотрена система управления снабжением импортными това-рами в вендинговом бизнесе и обоснована ее актуальность. Во второй главе проанализированы нормативные акты, регулирую-щие вендинговую деятельность, рассмотрены нормативные документы, необходимые при продаже товаров через торговые автоматы, раскрыты особенности управления снабжением то-варами в вендинговом бизнесе, рассмотрены методы и практи-ку поставки импортных товаров для вендингового бизнеса. В третьей главе дана общая характеристика комплекса вендинго-вого бизнеса ООО «АСП Групп», раскрыты финансовые и эконо-мические показатели предприятия, и провести их анализ, про-анализированы объемы товаров, продаваемых через торговые автоматы, выявлены недостатки и достоинства существующей системы снабжения вендингового предприятия. В четвертой главе разработаны методы по совершенствованию управления снабжением импортными товарами вендингового предприятия, дана оценка их эффективности. В заключении подведены итоги исследования.

1 ЛОГИСТИКА СНАБЖЕНИЯ В ВЕНДИНГОВОМ БИЗНЕСЕ

1.1 Общая характеристика логистики снабжения на предприятии

В современных условиях развития российской экономики для большинства рынков основная часть услуг, оказываемых потребителю, приходится на сферу логистики, то есть на перевозку, подготовку к потреблению, складирование, хранение, экспедирование и сервисное обслуживание. Наблюдается рост логистических затрат в цене продукции, причем, как отмечают эксперты, на управление запасами приходится от 20 до 40 %; на транспортные расходы – 15–35 %; затраты на административно-управленческие функции достигают 9–14 %. Считается, что снижение расходов на логистику на 1 % соразмерно 10 % росту объема перевозок [1]. Гаджинский А.М. предлагает рассматривать логистику как направление хозяйственной деятельности, которое заключается в управлении материальными потоками в сферах производства и обращения [2, с.120]. Левкин Г.Г. под логистикой понимает организацию, планирование, контроль и регулирование движения материальных и информационных потоков в пространстве и во времени от их первичного источника до конечного потребителя [3, с. 3]. Щербаков В.В. подразумевает под логистикой систему управления материальными, финансовыми, людскими, временными, транспортными, интеллектуальными ресурсами [4, с.5]. Согласно такой позиции, логистические потоки формируются в следствии динамичного перемещения или выполнения операций и функций с материальными и финансовыми потоками в цепи поставок.

На современном этапе развития, одной из неотъемлемых частей российской экономической системы является логистика. Логистика осуществляет особую роль в импортозамещении, так как эти процессы достаточно взаимосвязаны: решение задач логистики помогает снизить цену на товар, стимулировать импортозамещение, когда как импортозамещение само по себе создает условия для развития логистики в целом, т.е. влияние проявляется практически во всех ее областях [5, с. 10].

Ведущим поставщиком логистических услуг в мире остаются США (80-90 млрд долларов). в год), затем Япония (40-45 миллиардов долларов.), Германия (25- 26 миллиардов долларов.), Со-единенное Королевство, Нидерланды, Гонконг (по 22-25 млрд. долл.) [6]. Текущий рейтинг стран определяется уровнем развития транспортно-логистической инфраструктуры, объемом производства и потребления транспортных услуг, участием в формировании и распределении мировой торговли. В России наибольшей долей рынка обладают трубопроводный и железно-дорожный транспорт, в мире — морской (60 %). Трубопроводные перевозки в целом по миру занимают всего 1 %, тогда как в РФ — 50% грузооборота [7]. Отрасли, которые наиболее связаны с логистической деятельностью в России это, прежде всего, машиностроительная, нефтегазовая, металлургическая, энергетическая, фармацевтическая, телекоммуникационная отрасли [6].

Эффективное функционирование логистики на предприятии непосредственно повышает конкурентоспособность отечественных предприятий, тем самым оказывая положительное влияние на развитие национальной экономики и повышения уровня жизни населения. Логистическая отрасль испытывает постоянные трансформации, и те компании, которые следят за этими тенденциями и внедряют их в свою работу, обеспечивают себе существенное преимущество на рынке.

Исследование отечественного и зарубежного опыта управления товародвижением убеждает в том, что методологической базой современной логистики является гармонизация интересов участников цепи поставок товаров. В основе гармонизации лежит ряд принципов. Одним из них является определение общими усилиями участников логистической цепочки конкурентоспособной цены товара и нормы прибыли. Совместно устанавливая ценовые параметры, участники цепи исходят из того, что цена должна обеспечить товару хороший объем сбыта и достаточную рентабельность всей цепи поставки. Но при этом цена должна быть разумной и приемлемой. Себестоимость в данном случае является производной величиной, а не точным отражением фактических затрат на производство и доставку товара. Раньше, как известно, конечная цена товара формировалась без учета интересов партнеров и складывалась из независимых величин себестоимости и прибыли каждого из участников цепи поставок [8, с.19].

Влияние логистики на результаты предприятия очевидны, она способствует повышению производительности общественного труда, сокращению объемов запасов, оптимизации времени доставки товаров и существенному снижению затрат на перевозки.

Вышеизложенное свидетельствует о необходимости более внимательно подходить к вопросу понятия термина «логистика» [5, с.5]

Анализ приведенных в таблице 1.1 наиболее часто используемых терминов логистики, показывает, что среди них нет единого четкого определения термина “логистика”.

Таблица 1.1 - Определения термина “логистика» [6, с.5]

№ Определение логистики Источник, автор

1 Это процесс планирования, организации и контроля за движением материальных потоков, их складированием и хранением, предоставление соответствующей информации обо всех этапах их продвижения от места отправления и до места назначения с целью обеспечения качественного удовлетворения запросов клиентуры. США «Совет по Менеджменту Логистики», 1991г.

2

Комплексное направление в науке, охватывающее проблемы управления материальным и информационным потоком в их взаимодействии. «Международный экспедитор» №8 2018г. с. 42.

3 Наука о рациональной организации производства, транспорта и распределения, которая комплексно, с системных позиций, охватывает вопросы снабжения предприятия, организации промышленного производства, распределения (товародвижения) и сбыта готовой продукции. Внешнеторговые транспортные операции.

Николаев Д.С. учебное пособие изд. Анкил. М. 1999г. С.О.

Продолжение таблицы 1.1.

4 Наука о планировании, контроле и управлении транспортным, складированием и другими материальными и нематериальными операциями, совершаемыми в процессе доведения сырья и материалов до производственного предприятия, внутризаводской переработкой сырья, материалов и полуфабрикатов, доведение готовой продукции до потребителя в соответствии с интересами и требованиями последнего, а также передачи, хранения и обработки соответствующей информации. Родников А.Н.

5 Наука и искусство планировать, организовывать, создавать условия мотивации и контролировать материальный поток Неруш Ю.М.

6 Современная логистика -это управление цепями поставок товаров на основе гармонизации интересов ее участников, открытого обмена необходимой информацией и справедливого распределения между ними общего экономического результата с целью наиболее экономичной доставки продукции клиенту в надлежащее время и в пригодном к употреблению виде. Федоров Л.С.

7 Это процесс управления перемещением и хранением товаров и материалов от их источника до точки конечного потребителя, а также связанный с этим информационный поток. Лайсонс К., Джиплингем М.

Приведенные определения термина “логистика” свидетельствуют о том, что окончательная трактовка данного понятия еще не сформулирована и указанные дефиниции следует отнести к классу так называемых семантически размытых или содержательно неясных понятий.

Итак, специалисты логистики при определении термина используют образовательную программу по специальности «Логистика». Из этой программы берут все функциональные области логистики (снабжение, сбыт, запасы, транспорт и другие) и включают в её определение.

Некоторые специалисты по логистике (например, Бауэрсокс Д. Дж.) [9] при определении её термина указывают только на два потока: материальный и информационный. Но такой подход не дает четкого определения термина «логистика», а показывает лишь возможную область занятия логистическим бизнесом.

Итак, обобщив вышесказанное, дадим собственное определение данного термина: как нам представляется под логистикой на российском предприятии следует понимать планирование и контроль процесса передачи товаров, услуг или информации от поставщика к потребителю.

Логистика на предприятии направлена на управление снабжением и управление сбытом, так как это деятельность, включающая в себя процедуры закупки, доставки, приемки, хранения и предпродажной подготовки продукции [10, с.15].

Оптимизация снабженческой деятельности компании материальными ресурсами представляет собой улучшение процессов снабжения, дающее общий положительный эффект.

Цель процесса снабжения (приобретения или закупок) в необходимые сроки и в объемах, требуемых для эффективной организации производственной, а также хозяйственной деятельности компании.

Итак, можно утверждать, что логистика снабжения – это функциональная область логистики, которая связана с планированием, заказом и поставкой сырья, полуфабрикатов и комплектующих для предприятия.

Логистика закупок представляет собой комплекс операций, направленных на снабжение предприятия ресурсами [11, с.29].

Основной целью логистики закупок является удовлетворение потребностей компании в поставках товаров (продукции) с максимально возможной экономической эффективностью.

Главной задачей логистики на предприятии является согласованность действий по управлению материальными потоками между снабжением, производством и сбытом, что обеспечивает своевременную корректировку действий снабжения, сбыта и производства.

Основные задачи логистики снабжения конкретизированы и отражены на рисунке 1.1.

Рисунок 1.1 - Задачи логистики снабжения на предприятии

Важность и необходимость оптимизации сроков и объемов поставок материальных ресурсов обусловлена тем, что несвоевременность закупок может привести к срыву производственных процессов, что приведет к существенным расходам для их восстановления, а закупленные ранее намеченного срока материалы приводят к замедлению оборачиваемости оборотных фондов и увеличению издержек на хранение излишнего запаса.

Избыток или недостаточный объем поставки отрицательно влияет на оборачиваемость и динамику производственной деятельности и также, зачастую, вызывает дополнительные издержки на восстановление оптимального баланса.

Следовательно, логистика снабжения не зависимо от направленности деятельности предприятия (производство или торговля) меняется день ото дня, становясь источником новых возможностей, которые обеспечивают большую эффективность для предприятий.

1.2 Характеристика вендингового бизнеса

Вендинговый бизнес — это направление в сфере продажи товаров и услуг с помощью специализированных автоматов. Первые автоматы по продаже газированной воды появились еще во времена СССР. После развала Союза российский вендинговый бизнес сначала был мало популярен, но в 2000 годы стал активно набирать обороты.

Вендинговый бизнес по праву считается очень перспективным и высоко rentabelным видом предпринимательства [12]. Но предусматривающим учет ряда особенностей и специфических требований. Данный бизнес может принести от 1000 рублей в день и больше. В среднем доходы от одного автомата 10 000 — 30 000 рублей в месяц. Затраты окупаются примерно за 1-1,5 года. [13]. Все это реально при грамотном подходе к делу, терпению и умению добиваться поставленной цели.

Вендинговая деятельность стала востребованной в силу того, что позволяет экономить время и финансовые расходы покупателя на организацию бизнеса. При этом операции, которые автоматизированные системы способны выполнить в считанные минуты, могут быть самыми различными:

- оплата услуг;
- приготовление еды и напитков;
- банковский перевод;
- сервисное обслуживание;
- продажа бытовых товаров;
- прочее.

Общение покупателя с ПО автомата происходит через специальную электронную панель. Оплата осуществляется посредством платежной системы. Вендинговая торговля имеет свои особенности:

- контролируется в режиме реального времени удаленно;
- не требует привлечения обслуживающего персонала и оплаты его труда;

- осуществляется круглосуточно без выходных;
- не имеет организационных проблем;
- позволяет задействовать минимум арендуемой площади (1м2);
- происходит по отработанной схеме.

Плюсы вендинга:

1. Низкая стоимость аренды, ведь торговый аппарат занимает небольшую площадь.
2. Рабочее состояние нескольких аппаратов может поддерживать один человек, а на первых этапах и сам бизнесмен.
3. Легкость покупки товара или получение услуги, ведь все процедуры стандартны и имеют инструкции.
4. Можно получить дополнительный доход, размещая рекламу на корпусе аппарата.
5. Работа автомата рассчитана на непрерывную продажу 24 часа в сутки.
6. Если какой-то из аппаратов перестал приносить прибыль, можно без больших затрат перенести его на новое место.
7. Высокий доход.
8. Легко расширить бизнес, без сложных схем, просто купив еще аппараты и установив их на выбранные точки.
9. Возможность быстрого обучения азам вендингового бизнеса.
10. В России это направление бизнеса имеет много свободных ниш.
11. Можно быстро поменять ассортимент в зависимости от спроса покупателей.

Минусы вендингового бизнеса:

1. Необходимо регулярно следить за наполняемостью и чистотой аппаратов.
2. Возможное повреждение автоматов на улице, в переходе и метро.
3. Закупаемые ингредиенты для приготовления напитков – импортные и дорогостоящие, поэтому не всем покупателям могут быть по карману такие продукты.
4. Не все возрастные категории людей способны использовать автоматы, людям пожилого возраста трудно разобраться с функционалом.
5. Сезонность некоторых автоматов, например, по продаже прохладительных напитков не принесет прибыль зимой.

Минимум финансовых и временных издержек на создание, а также содержание торговой точки при стабильном доходе позволяют

1. Российские вендинговые компании. [Электронный ресурс] - Режим доступа. – URL http://www.e-vending.ru/ru/russian_vending/?city=&mech=&electr=&locator=&postavka=&proizv=&garant=&post_garant=&post_nap= обращения: 21.10.2019).
2. Гаджинский А. М. Логистика: Учебник / А. М. Гаджинский. — 21-е изд. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и к°», 2017. — 420 с.
3. Левкин Г.Г. Логистика. Теория и практика: учебник и практикум для вузов / Г. Г. Левкин. – 2-е издание. – М. Издательство Юрайт. – 2019. 187 с.
4. Щербаков В.В. Логистика. Учебник для СПО. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 387 с.
5. Григорьев, М. Н. Логистика. Продвинутый курс. В 2 ч. Часть 1: учебник для бакалавриата и магистратуры / М. Н. Григорьев, А. П. Долгов, С. А. Уваров. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 472 с.
6. Сысоева Е.А., Кренёва Г.В., Неруш Ю.М., Фёдоров Л.С. К вопросу о трактовке термина «логистика»/ Актуальные вопросы науки и техники. Сборник ВУЗ: Российский университет транс-порта (МИИТ). 11 апреля 2018г. [Электронный ресурс] - Режим доступа. -URL:<http://izron.ru/articles/aktualnye-voprosy-nauki-i-tehniki-sbornik-nauchnykh-trudov-po-itogam-mezhdunarodnoy-nauchno-praktich/sektsiya-8-transport-i-svyaz-korablestroenie-spetsialnost-05-22-00-05-08-00/k-voprosu-o-traktovke-termina-logistika/> (дата обращения: 21.10.2019).
7. Рейтинг экономик мира [Электронный ресурс] - Режим доступа. -URL: <https://basetop.ru/rejting-ekonomik-mira-2019-tablitsa-vvp-stran-mira/>(дата обращения: 21.10.2019).
8. Стерлигова, А. Н. Управление запасами в цепях поставок: учебник / А. Н. Стерлигова. – Москва: ИНФРА-М, 2017. – 428 с.
9. Интеграция логистики Дональд Дж. Бауэрсокс, Дэвид Дж. Клосс [Электронный ресурс] - Режим доступа. -URL: https://www.lobanov-logist.ru/library/all_articles/54588/(дата обращения: 21.10.2019).
10. Управление закупками и поставками: учебник / М. Лин-дерс, Ф. Джонсон, А. Флинн, Г. Фирон – М: изд.:

ЮНИТИ-Дана, 2014 – 752с.

11. Сергеев В. И., Эльяшевич И. П. Логистика снабжения: учебник. М.: Рид Групп, 2016. – 416 с.
12. Как создать вендинговый бизнес. [Электронный ресурс] - Режим доступа. - URL <https://xn----8sbebdgd0blkrk1oe.xn--p1ai/biznes-plan/torgovlya/vendingovyj-biznes.html> (дата обращения: 21.10.2019).
13. Вендинговый бизнес: с чего начать. [Электронный ресурс] - Режим доступа. - URL <https://kakzarabativat.ru/biznes-idei/vendingovyj-biznes-s-chego-nachat/> (дата обращения: 21.10.2019).
14. Вендинговый бизнес: виды торговли, преимущества и недостатки, особенности бизнес-проекта [Электронный ресурс] - Режим доступа. - URL <https://businessmonster.ru/otkrytie-biznesa/biznes-idei/vendingoviy-biznes.html> (дата обращения: 21.10.2019).
15. 54-ФЗ перекроит рынок вендинга? [Электронный ресурс] - Режим доступа. - URL <http://atol.retail-loyalty.org/54-fz-perekroit-rynok-vendinga/> (дата обращения: 21.10.2019).
16. Федеральный закон от 22.05.2003 N 54-ФЗ (ред. от 26.07.2019) «О применении контрольно-кассовой техники при осуществлении расчетов в Российской Федерации»
17. Анализ российского рынка вендинговых автоматов: итоги 2018 г., прогноз до 2021 г. [Электронный ресурс] - Режим доступа. - URL <https://marketing.rbc.ru/articles/10655/> (дата обращения: 21.10.2019).
18. Управление вендинговыми аппаратами [Электронный ресурс] - Режим доступа. - URL <https://www.euromobile.ru/m2m-resheniya/upravlenie-vendingovymi-avtomatami/> (дата обращения: 21.10.2019).
19. Стоякова К. Л., Волкова Д. А. Современные тенденции развития инноваций в логистике // Молодой ученый. — 2016. — №25. — С. 89-92.
20. Сергеев, В.И. Логистика снабжения: учебник для бакалавриата и магистратуры / В.И. Сергеев. – Москва: Юрайт, 2014. – 522 с.
21. Стерлигова, А. Н. Управление запасами в цепях поставок / А. Н. Стерлигова. – Москва: ИНФРА-М, 2015. – 428 с.
22. Цопарь Л.В., Корчагина Е.В. Методологический подход к определению выбора поставщика торгового предприятия // Студенческий: электрон. научный журн. 2019. № 17(61). С.10-20.
23. Фирсова Т.В., Шойропов Б.Б. Проблемы управления запасами на предприятиях // Студенческий: электрон. научный журн. 2019. № 23(67). С.45-52.
24. Попков В. П., Потоколова М. О. Экономика и организация закупок: Учебное пособие. - СПб.: СПб ГИЭУ, 2013. -144с.
25. Закон РФ от 07.02.1992 N 2300-1 (ред. от 18.07.2019) «О защите прав потребителей»
26. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 N 14-ФЗ (ред. от 18.03.2019, с изм. от 03.07.2019)
27. Трудовой кодекс Российской Федерации от 30.12.2001 N 197-ФЗ (ред. от 02.08.2019)
28. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 05.08.2000 N 117-ФЗ (ред. от 29.09.2019) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.10.2019)
29. Официальный сайт ФНС. Режим доступа: <https://patent.nalog.ru/info/>
- Афанасенко И., Борисова В. Логистика снабжения: учебник для вузов. - изд.: Питер СПб, 2016 – 384с.
31. Попков В. П., Потоколова М. О. Экономика и организация закупок: учеб. пособие. СПб.: Питер, 2014. – 224 с.
32. Каталог иностранных вендинговых компаний. [Электронный ресурс] - Режим доступа. - URL http://www.e-vending.ru/ru/foreign_vending/?org&p_n=1&PageIn=1 (дата обращения: 21.10.2019).
33. Инкотермс 2018 [Электронный ресурс] - Режим доступа. - URL <http://cc-customs.ru/poleznaya-informaciya/inkoterms-udobnaya-tablitsa/> (дата обращения: 21.10.2019)
34. Инкотермс 2018 [Электронный ресурс] - Режим доступа. - URL <http://cc-customs.ru/poleznaya-informaciya/inkoterms-udobnaya-tablitsa/> (дата обращения: 21.10.2019).
35. Бачмага В. С., Белоусова Л. А. Стратегия внедрения инновационной логистики // Молодой ученый. — 2015. — №6. — С. 383-385.
36. Конотопский, В. Ю. Логистика: учебное пособие для среднего профессионального образования / В. Ю. Конотопский. — 4-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 143 с.
37. Казимова Л. П. Интегрированный логистический подход к формированию каналов распределения // Вестн. Астрахан. гос. техн. ун-та. Сер.: Экономика. – 2015. – № 1. – 86-89 с. Выбор поставщика [Электронный ресурс] - Режим доступа. - URL: <http://www.bizeducation.ru/library/log/indust/8/choice.htm> (дата обращения: 18.10.2019).
38. Матвеев И.А. Инновационные решения в области логистики // Студенческий: электрон. журн. 2019. № 17(61). С.1-10.

39. Михеева В.И., Шманькова А.А., Шевень Л.Н. Эволюция и инновации в складской логистике // Современные научные исследования и инновации. 2015. № 4. Ч. 3. С.22-29.
40. Самодурова Е.В. Значение оптимизации закупочной деятельности // Студенческий: электрон. журн. 2018. № 12(32). С. 15-22.
41. Информация Федеральной налоговой службы от 23 мая 2019 г. «Среднеотраслевые показатели, характеризующие финансово-хозяйственную деятельность налогоплательщиков за 2018 год» <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/72147454/>

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/magisterskaya-rabota/78759>