АНАЛИЗ ЛОГИСТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

CASTORAMA

ВЫПОЛНИЛА ЛАКЕЕВА М.Н.

ГРУППА М-1301

CASTORAMA — ФРАНЦУЗСКАЯ КОМПАНИЯ, СПЕЦИАЛИЗИРУЮЩАЯСЯ НА ПРОДАЖАХ ТОВАРОВ ДЛЯ ДОМА, В ТОМ ЧИСЛЕ СТРОИТЕЛЬНОГО АССОРТИМЕНТА.

БРЕНДЫ **KINGFISHER**

B&Q

Номер 1 в Великобритании и Ирландии. Ведущий розничная компания по продаже товаров для дома, ремонта и сада.

castorama

В тройке лидеров в России, № 2 во Франции, № 1 в Польше. Ориентирован на широкий круг покупателей, приобретающих товары для дома, ремонта и сада.

koçtaş

Совместное предприятие с компанией Koç Group в Турции, доля Kingfisher составляет 50 %. Розничная компания в сегменте товаров для дома и ремонта № 1 в Турции.

BRICO DEPÔT

Входит в тройку ведущих розничных компаний по продаже товаров для ремонта во Франции, Испании и Румынии. На рынке Португалии с мая 2014 года.Ориентирован на опытных любителей ремонта и профессиональных строителей.

SCREWFIX

Магазин формата Click&Collect по продаже инструментов, аксессуаров и материалов для строительства № 1 в Великобритании. 60 новых магазинов в 2014 году, создано 900 новых рабочих мест, летом 2014 года вышел на рынок Германии.

INFOLine DIY Retail Russia Top по итогам 2015 года

Лидер Выручка более 140 млрд рублей	Leroy Merlin
Первая десятка Сети с выручкой от 11 млрд до 45 млрд рублей	OBI, Castorama, «Петрович», «СатурнСтройМаркет» и «Максидом», «К-раута», «Строительный двор», «Бауцентр», «СтройАрсенал», «СуперСтрой»
Вторая десятка Сети с выручкой от 5 млрд до 11 млрд рублей	«Аксон», «Мегастрой», «Твой дом», «Старт», «Метрика», «Домоцентр», ТД «ВИМОС», ЗАО КПК «Ставропольстройопторг», «Стройландия», «Колорлон»
Третья десятка Сети с выручкой от 2,5 млрд до 5 млрд рублей	«СтройДепо», «ДальТоргСервис», «ЭНКО», «Евростройл», «Формула М2», «Кенгуру», «Стройпарк», «Терра», «МойДом», «Вектор»

Источник: данные ИА INFOLine

Ранговый рейтинг ТОП-10 крупнейших розничных и оптово-розничных операторов рынка DIY России по итогам 2015 года

№	Основное операционное юридическое лицо (группа компаний)	Бренд	Тип сети	Место в рейтинге DIY по выручке		Изменение места в рейтинге	
				2014	2015	2014	2015
1	«Леруа Мерлен Восток», ООО	Leroy Merlin	МН	1	1	→	→
2	«ОБИ Россия»	OBI	МН	2	2	→	→
3	«Касторама Рус», ООО	Castorama	МН	3	3	→	→
4	«СТД Петрович», ООО	Петрович, Уровень	Ф	4	4	↑+1	→
5	«Сатурн», ЗАО	СатурнСтройМаркет	Ф	5	5	↓-1	→
6	«МАКСИДОМ», ООО	Максидом	МР	6	6	→	→
7	«К-раута Рус», ООО	К-раута	МН	7	7	↑+1	→
8	«Строительный двор», ООО (ГК «Строительный Двор»)	Строительный Двор, Теплоотдача, Половик	Ф	8	8	↓-1	→
9	«Бауцентр Рус», ООО (ГК «Бауцентр»)	Бауцентр, БСМ	Ф	9	9	↑+2	→
10	«Арсенал Трейд», ООО (ГК «Трест СКМ»)	СуперСтрой, СтройАрсенал	Ф	11	10	↓-2	↑+1

МН – международная сеть (развивается международной компанией), Ф – федеральная сеть (развивается в 2 и более федеральных округах РФ), МР – межрегиональная сеть (развивается в 2 и более регионах РФ (за исключением Москвы и Московской области и Санкт-Петербурга и Ленинградской области – в этом случае сеть считается местной).

Динамика количества магазинов крупнейших розничных и оптово-розничных операторов рынка DIY России в 2011–2015 гг.

№	Основное операционное юридическое лицо (группа компаний)	Бренд	Основные форматы	Количество торговых объектов на конец года					Прирост количества объектов за год	
				2011	2012	2013	2014	2015	2014/2013	2015/2014
1	«Леруа Мерлен Восток», ООО	Leroy Merlin	Г, И-М	18	22	28	34	42	↑+6	↑+8
2	«ОБИ Россия»	OBI	Г, И-М	19	19	21	24	25	↑+3	↑+1
3	«Касторама Рус», ООО	Castorama	Г	18	19	20	21	21	↑+1	→
4	«СТД Петрович», ООО	«Петрович», «Уровень»	СБ, И-М	15	15	16	17	16	↑+1	↑–1
5	«Сатурн», ЗАО	«СатурнСтрой-Маркет»	Г, СБ, И-М	40	42	45	49	47	↑+4	↑–2
6	«МАКСИДОМ», ООО	«Максидом»	Г, И-М	9	9	9	9	11	→	↑+2
7	«К-раута Рус», ООО	«К-раута»	Г	14	14	13	13	13	→	→
8	«Строительный двор», ООО (ГК «Строительный Двор»)	«Строительный двор», «Теплоотдача», «Половик»	СБ, С, И-М	29	37	44	50	61	↑+6	↑+11
9	«Бауцентр Рус», ООО (ГК «Бауцентр»)	Бауцентр, БСМ	Г, СБ, И-М	9	9	9	9	10	→	↑+1
10	«Арсенал Трейд», ООО (ГК «Трест СКМ»)	«СуперСтрой», «СтройАрсенал»	Г, С, И-М	47	43	46	42	39	↓–4	↓–3

Г – гипермаркет, СБ – строительная база, С – супермаркет, М – магазин, И-М – интернет-магазин.

Источник: данные ИА INFOLine

КОНЦЕПЦИЯ **SCM В CASTORAMA**

1. Процессирование поставок импортного товара и оборудования для гипермаркетов
2. Заключение контрактов с поставщиками товара и услуг
3. Сертификация товара
4. Страхование грузов
5. Таможенная очистка
6. Организация мультимодальных грузоперевозок
7. Планирование и консолидация грузов
8. Управление товарным запасом и формирование заказов
9. Претензионная работа, отчетность и аналитика
10. Мониторинг и выбор поставщика услуг

1. Координация и оптимизация товарно-транспортных потоков
2. Управление складированием
3. Проведение инвентаризаций, контроль складского учета
4. Претензионная работа
5. Переработка бракованного товара
6. Распределение товара по гипермаркетам
7. Организация транспортировки товара
8. Мониторинг и выбор поставщика услуг, согласование тарифов, заключение контрактов
9. Оформление товарно-сопроводительной документации
10. Оценка и анализ логистических затрат, учет и аналитика

SOURCING COMPANIES

Kingfisher

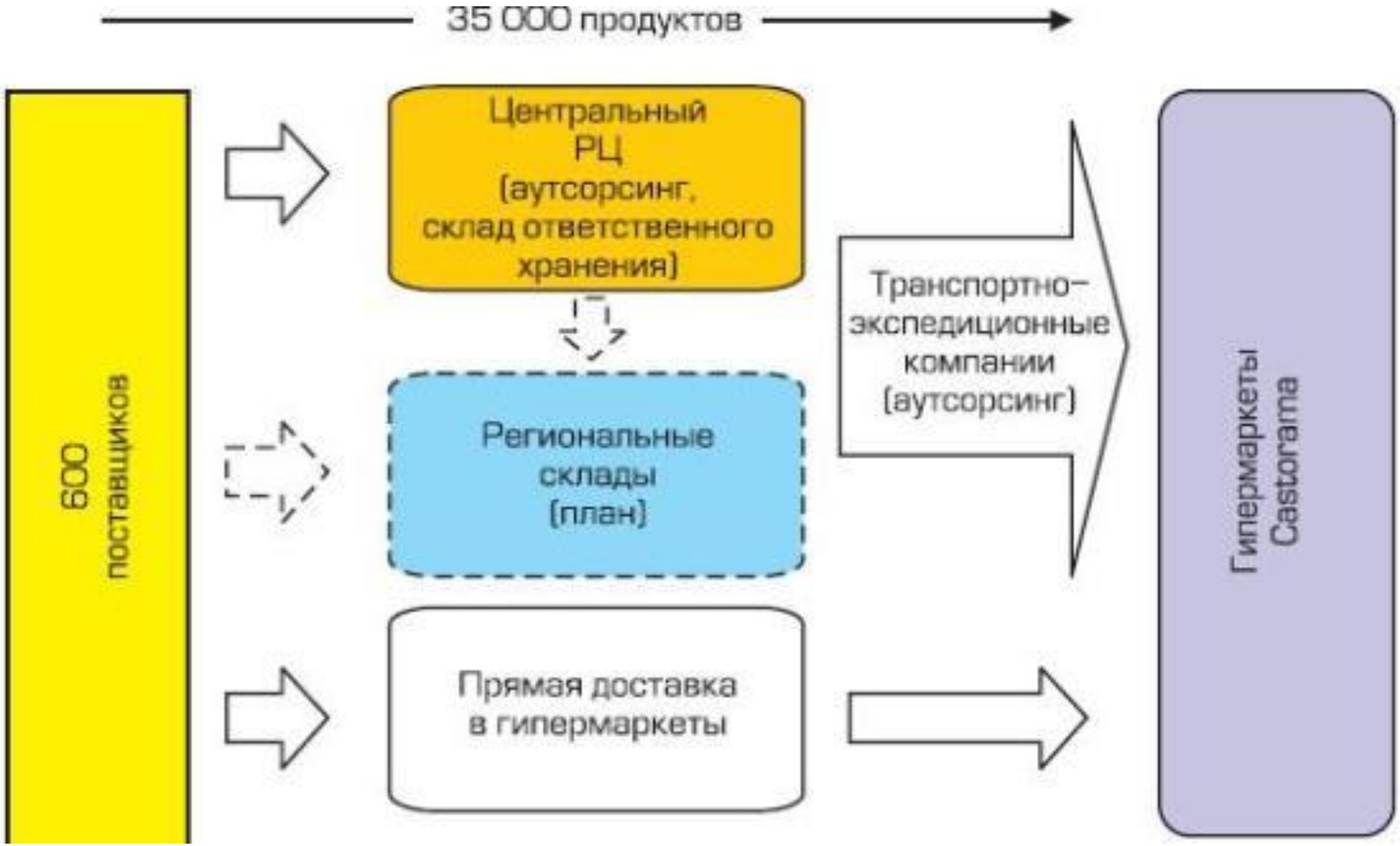
1200
магазинов

10 стран
Европы

80 тыс
сотрудников

11 млрд £
годовой оборот

УПРАВЛЕНИЕ РАСПРЕДЕЛЕНИЕМ ТОВАРА



КООРДИНАЦИЯ РАБОТЫ РАСПРЕДЕЛИТЕЛЬНОГО СКЛАДА

KPI: $99{,}8\% \leq KPI \leq 99{,}9\%$

№1 «Точность выполнения заявок на отгрузку»
№2 «Своевременность отгрузки заявок»
№3 «Внутрискладской брак»
№4 «Выполнение нормативов погрузки/разгрузки транспортного средства»

КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ ВЫБОРА ПОСТАВЩИКА УСЛУГ:

качество предоставляемых услуг;

уровень тарифов и сроки оплаты;

стабильность, надежность компании;

спектр услуг, предоставляемых компанией;

возможность интеграции с системой клиента;

оперативность и своевременность исполнения услуг;

уровень ответственности компании;

гибкость компании;

профессионализм сотрудников.

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!