

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://studservis.ru/diplomnaya-rabota/107875>

**Тип работы:** Дипломная работа

**Предмет:** Логистика

Содержание

Введение 3

Глава 1. Теоретические основы транспортно-складской логистики на предприятии 5

1.1 Транспорт и его место в логистических системах. Компоненты транспортной системы 5

1.2 Склад как звено логистического процесса, классификация складов и тенденции в развитии складской логистики 9

1.3 Транспортно-складское взаимодействие на предприятии 15

Глава 2. Анализ и технико-экономическая оценка состояния компании АПХ «Мираторг» 20

2.1 Общая характеристика хозяйственной деятельности компании 20

2.2 Анализ основных финансово-экономических показателей АПХ «Мираторг» 26

2.3 Анализ логистической системы и организация материалопотоков компании АПХ «Мираторг» 35

Глава 3. Основные направления оптимизации транспортно-складских процессов в АПХ «Мираторг» 44

3.1 Рекомендации по совершенствованию погрузочно-разгрузочного процесса при осуществлении транспортно-складских работ в АПХ «Мираторг» 44

3.2 Экономическое обоснование мероприятий по улучшению логистической системы 63

3.3 Оценка эффективности предлагаемых мероприятий 78

Заключение 85

Список используемой литературы 87

Прибыль от продаж на рубль зарплаты ППз руб./ руб. ПП /

(Ч\*ЗП\*12) 32,41 45,11 39,17 40,65 90,10

Прибыль от продаж на одного работника ППр тыс. руб./ чел. ПП/Ч 1211,17 1748,5 144,4 1706,49 97,60

Таблица 4 - Маркетинговые финансово-экономические показатели АПХ «Мираторг» [24]

Показатели Обозначение,

Формула расчета Единица измерения Значение показателей

2016 г. 2017 г. 2018 г.

Абсолютная величина Абсолютная величина Изменение, % Абсолютная величина Изменение, %

Расходы на маркетинг, в т.ч.: МК=А+Б+СО тыс. руб. 337126,10 350649,00 104,01% 447300,00 127,56%

АТЛ реклама А тыс. руб. 328843,1 341732 103,92% 431306 126,21%

ВТЛ реклама Б тыс. руб. 6594,00 7068,00 107,19% 11264,00 159,37%

Связи с общественностью СО тыс. руб. 1689,00 1849,00 109,47% 4730,00 255,81%

Доля расходов на МК в выручке

% 0,63 0,47 75,40% 0,51 107,05%

Доля расходов на МК

% 2,50 1,15 46,05% 1,12 97,42%

Доля расходов на АТЛ рекламу в расходах на МК

% 97,54 97,46 -8,82% 96,42 98,94%

Доля расходов на ВТЛ рекламу в расходах на МК

% 1,96 2,02 103,05% 2,52 124,93%

Доля расходов на СО в расходах на МК

% 0,00 0,00 - 0,00 0,00%

Расходы на маркетинговые исследования МИ тыс. руб. 2215,00 3219,00 145,33% 4214,00 130,91%

ФОТ персонала продаж и маркетинга с учетом страховых взносов, в т.ч. З=ЗП+ЗМ тыс. руб./ год 14244,50 24591,50 172,64% 13265,00 53,94%

ФОТ персонала продаж ЗП тыс. руб./ год 45940,00 49390,00 107,51% 55672,00 112,72%

ФОТ персонала маркетинга ЗМ тыс. руб./ год 18670,00 19532,00 104,62% 21980,00 112,53%

ФОТ персонала логистики ЗЛ 98618,00 106940,00 108,44% 114385,00 106,96%  
Прочие расходы на сбыт ПС тыс. руб. 1839,00 2047,00 111,31% 2613,00 127,65%  
ИТОГО расходы маркетинг РМ=МК+МИ+РТ+З+ПС тыс. руб. 355424,60 380506,50 107,06% 467392,00 122,83%  
Доля в выручке  
% 0,66 0,51 77,61% 0,53 103,08%  
Отношение расходов на маркетинг к прибыли  
% 2,63 1,25 47,41% 1,17 93,86%

Таблица 5 - Маркетинговые показатели деятельности АПХ «Мираторг»[24]

Показатели Ед.

изм Значение показателей

2016 г. 2017 г. 2018 г.

Абсолютная величина Абсолютная величина Изменение, % Абсолютная величина Изменение, %

Количество наименований продукции шт. 119 126 105,88% 239 189,68%

Количество точек дистрибуции, в т.ч.: 43 56 130,23% 62 110,71%

Калининград шт. 14 15 107,14% 15 100,00%

Москва шт. 43 58 134,88% 65 112,07%

Санкт-Петербург шт. 24 28 116,67% 32 114,29%

Казань шт. 15 18 120,00% 22 122,22%

Нижегород шт. 21 24 114,29% 22 91,67%

Новосибирск шт. 12 15 125,00% 17 113,33%

Киев шт. 1 0 0

Тегеран шт. 0 1 100,00% 3 300,00%

Пекин шт. 0 2 6 300,00%

Степень дистрибуции на различных географических рынках:

Калининград % 48,00 65,00 135,42% 72,00 110,77%

Москва % 21,00 24,00 114,29% 26,00 108,33%

Санкт-Петербург % 37,00 43,00 116,22% 47,00 109,30%

Казань % 18,00 21,00 116,67% 24,00 114,29%

Нижегород % 26,00 28,00 107,69% 24,00 85,71%

Новосибирск % 14,00 16,00 114,29% 16,00 100,00%

Киев % 8,00 0,00 0,00% 0,00 0,00%

Тегеран % 6,00 6,00 100,00% 7,00 116,67%

Пекин % 1,00 4,00 400,00% 4,00/3000т/мес. 100,00%

Доля рынка, в т.ч. продукции: % 7,30 7,90 108,22% 8,40 106,33%

Свинина % 11,80 12,70 107,63% 13,70 107,87%

Говядина % 8,20 9,10 110,98% 8,70 95,60%

Птица % 16,00 19,00 118,75% 23,00 121,05%

Замороженные мясные полуфабрикаты % 3,00 7,00 233,33% 9,30 132,86%

Уровень известности торговой марки % 58,00 67,00 115,52% 83,00

До 2018 года фиксируется развитие компании, однако уже в конце года отмечено снижение прироста прибыли, в основном в связи с тем, что АПХ «Мираторг» начал активно развивать вопросы зарубежных поставок мяса (план на 2021 год – более 100 тыс. т. свинины в Китай, 30 тыс. т. говядины в Иран), при этом вся логистическая система компании выстроена с расчетом на короткое плечо перевозок в Европейской части Российской Федерации, и при усложненной схеме управления логистической (в основном, с моей точки зрения, складской) деятельностью отсутствует опыт и мощности поставок продукции морем и по железной дороге.

## 2.3 Анализ логистической системы и организация материалопотоков компании АПХ «Мираторг»

Общая схема взаимосвязи бизнес-процессов при прохождении заказа, принятая на АПХ «Мираторг» представлена на рис. 7.

#### Рис.8 Общая взаимосвязь бизнес-процессов на АПХ «Мираторг»

Основное производство холдинга сосредоточено в трех областях – Белгородской, Брянской и Калининградской [17].

АПХ «Мираторг» применяет для товароснабжения складскую форму, и поступление товаров в торговую сеть происходит через оптовые склады компании. Выбор такой складской формы обоснован следующими факторами:

Во-первых, можно реализовывать товар сложного ассортимента (к ним относится мясо и мясные полуфабрикаты), который нуждается в предварительной работе по подсортировке, а также упаковке.

Во-вторых, имея крупную сеть собственных розничных магазинов и огромное число клиентов, которые входят в сеть ритейлеров («Перекресток», «Виктория», «Пятерочка», «Магнит» и др.), поставки предполагают создание региональных оптовых складов – распределительных центров.

Для работы по поставкам в компании применяются унифицированные типовые договора. Следует отметить, что для договора купли-продажи, в отличие от других типов договоров в обязательном порядке содержатся условия, связанные с переходом прав собственности по поставляемому товару.

Выполнение заказа включает получение заказа, его обработку, последующее выполнение. Поступление заказов происходит по почте, по телефону, через торговые компьютерные сети, в ходе личного общения с представителем заказчика.

Работа с заказчиками занимает у менеджеров дистрибутивных подразделений значительную часть времени, что существенно снижает эффективность их работы. По оценке «сверху», т.е. по максимуму, в дистрибутивных подразделениях АПХ «Мираторг» (за основу взяты данные по ООО ДК «Мираторг» установлено, что один менеджер способен вести определенное количество компаний - контрагентов (до 7 компаний в день, всего- до 35 компаний). При ассортиментной матрице порядка 240позиций это возможно только с оптовым заказчиком.

Обработка заказа состоит в передаче информации на склад, где уточняется наличие и количество запрашиваемого продукта. Одновременно заказ направляется в финансово-экономические службы, которые проверяют стоимость, условия поставок, кредитоспособность заказчика. Выполнение заказа происходит только после его одобрения. Если продукта в требуемом объеме или ассортименте на складе не имеется, то соответствующий запрос направляется на комплекс переработки (рис. 3).

Общий укрупненный ход выполнения заказа при условии наличия заказчика на поставку мясной продукции показан в табл. 6.

Таблица 6 – Общий ход выполнения заказа

Событие Организационная единица Вход, мин. Время обработки, мин. Выход, мин.

1. Оформление заказа Менеджеры ООО ДК «Мираторг» 0 20 20
2. Направление заказа на одобрение Менеджеры ООО ДК «Мираторг» 20 10 30
3. Запрос склада о наличии продукции Менеджеры ООО ДК «Мираторг» 20 10 30
4. Запрос производителей на дополнительную поставку Менеджеры ООО «Трио Инвест» 30 25 55
5. Одобрение заказа ООО «Мираторг Финанс» 30 120 150
6. Оформление контракта Менеджеры ООО ДК «Мираторг» 150 60 210
7. Передача контракта на исполнение в ООО «Трио Инвест» Менеджеры ООО ДК «Мираторг» 210 10 220
8. Оформление заказа на склад Менеджеры ООО «Трио Инвест» 220 25 245
9. Направление сведений на склад Менеджеры ООО «Трио Инвест» 245 5 250
10. Формирование партии товара при условии его наличия на складе Склад ООО «Трио Инвест» 250 300 550
11. Отгрузка товара Склад ООО «Трио Инвест» 550 45 595
12. Передача сведений об отгрузке Склад ООО «Трио Инвест» 595 10 605
13. Доставка товара\*\* ООО «Трио Инвест» 605 300 905
14. Передача информации о выполнении заказа Менеджеры ООО «Трио Инвест», ДК «Мираторг», ООО «Мираторг Финанс» 905 5 920
15. Расчеты с заказчиком ООО «Мираторг Финанс» 910 720 1630

Примечания: \* - при условии наличия товара на складе

\*\* - доставка товара в радиусе 300 км

После доставки на склад необходимого количества продукции в заданном ассортименте заказ считается готовым к отгрузке, сбытовые и складские службы составляют графики использования необходимых транспортных средств с учетом срочности поставки.

При необходимости доставки дополнительной партии мясной продукции с перерабатывающего предприятия этап формирования заказа увеличивается, о чем извещается заказчик при подписании контракта.

Общий вид информационных потоков представлен на рис. 9.

Рис. 9 Общий вид информационных потоков при выполнении заказа

Склад выполняет следующие основные функции:

- прием и отпуск товаров;
- складирование товара и его хранение;
- организация погрузочно-разгрузочных работ и доставка товаров;
- работы по упаковке, фасовке, маркировке товаров;
- оказание услуг маркетингового и логистического характера;
- создание товарных запасов.

Для работы по поставкам в компании применяются унифицированные типовые договора. Следует отметить, что для договора купли-продажи, в отличие от других типов договоров в обязательном порядке содержатся условия, связанные с переходом прав собственности по поставляемому товару.

Для доставки грузов, учитывая относительно короткое плечо по основным производителям и потребителям, АПХ «Мираторг» применяет автомобильный транспорт. Автопарк холдинга составляет 1050 единиц техники. В составе автопарка - автопоезда-рефрижераторы для доставки 20-ти тонных полуприцепов, оснащенные мощными охлаждающими установками с возможностями по поддержанию температуры в диапазоне от -25° до +20°С.

Принципиальная схема технологического процесса на складе показана на рис. 10.

Рис.10 Схема работы с товаром на складах АПХ «Мираторг»

Организация работ по приемке товаров на склад - первый этап технологического процесса складской переработки товаров.

Приемка товаров - это установление фактического количества, качества и комплектности товаров, а также определение отклонений и вызвавших их причин.

Можно выделить следующие виды работ, осуществляемых при выполнении этой операции:

- проверка целостности вагонов, контейнеров или упаковки;
- разгрузка;
- перемещение в зону приемки;
- распаковка;
- приемка товаров по количеству;
- приемка товаров по качеству;
- определение мест хранения.

Работа по приемке начинается с тщательной проверки целостности рефрижератора. При поступлении груза в неисправном рефрижераторе или контейнере или с нарушенной пломбой необходимо провести сплошную проверку количества и качества товаров и составить коммерческий акт, который является основой для предъявления претензий поставщикам.

Непосредственной приемке товара предшествует разгрузка, проводимая с соблюдением установленных правил погрузочно-разгрузочных работ.

Распаковка товаров осуществляется для проверки количества и качества полученного товара и преследует двойную цель: позволяет осуществить количественную и качественную проверку товаров и способствует упорядочению складирования товаров и сокращению времени выполнения заказов потребителей.

Количественная приемка товаров - определение точного количества поступивших товаров и их соответствие сопроводительным документам.

Качественная приемка товаров - определение соответствия товаров заявленному поставщиком качеству, комплектности (наличие всех предметов, которые входят в комплект товара) и маркировки.

Второй этап, не менее важный - хранение. Хранение на складе осуществляется по стеллажному способу укладки товара. При стеллажном методе хранения товары располагаются на стеллажах, при этом товар хранится в коробках или на поддонах. Стеллажное хранение позволяет наиболее рационально использовать объем склада путем размещения товаров по максимальной высоте. При хранении важным

условием для сохранения качества товара является обеспечение правильных условий их хранения. Оптимальные режимы для хранения продовольственных товаров даны в табл. 7.

Таблица 7 – Требования к условиям хранения продукции

Наименование товаров Температура воздуха, °C Относительная влажность, %

Мясо и мясопродукты охлажденные От 0 до -2 85

Мясо и мясопродукты мороженые не выше -9 90—100

Плоды и овощи мороженые не выше -18 90—95

Наиболее современными сооружениями для хранения продовольственных продуктов считаются высотные склады с холодильной системой и автоматической транспортировкой грузов в пределах склада. Мировой опыт по эксплуатации таких строений во многих странах показал их эффективность. Особенность строения – одновременное выполнение его стеллажами, кроме основной функции – хранения продукции, функции опор, которые поддерживают крышу.

В число первых складов этого типа, который запроектирован бюро Assmann в нашей стране, построила компания Мираторг.

В основном в России здания этого типа нетрадиционны. Однако в других странах такие склады успешно эксплуатируют, они позволяют существенно снизить расходы по хранению продуктов. Поэтому ведущие компании в России позаимствовали положительный зарубежный опыт, и число высотных складов холодильного типа все возрастает.

Затраты по сооружению таких конструкций весьма велики, однако они оправданы. Такие высотные здания обладают рядом важных преимуществ по сравнению со складским строением средней высоты:

- меньше занимаемая площадь с одинаковым внутренним объемом помещений;
- максимальная автоматизация при процессе работ с грузами, что сокращает затраты человеческого труда, а также снижает возможность ошибок, которые могут быть допущены персоналом;
- высокая скорость при обработке и перемещении грузов;
- сокращение числа штабелеров и расхода электроэнергии за счет уменьшения площади строения.

Такой склад-холодильник АХП «Мираторг» был введен в эксплуатацию в 2007 г. в Московской области, Домодедовский район.

Склад находится в 34 км от Москвы. Высота склада 36 м, затраты по строительству под ключ – 4,2 млрд. рублей.

Склад-холодильник имеет вместимость до 25 тыс. т замороженных продуктов, хранящихся при температуре не ниже -28°C.

Эксплуатация этого склада сократила на 10-15% необходимость в складских помещениях Московской области, поддерживающих низкую температуру.

Высотные стеллажи, которые выполняют функции опор, собраны до устройства ограждающих конструкций и крыши склада.

В качестве генподрядчика работала турецкая компания ENKA InsaatveSanayi. Поставку складского оборудования, систем автоматики произвела Dematic GmbH, занимающая лидирующие позиции в Европе в части разработки и поставок интегрированной логистической техники. Ранее эта компания входила в холдинг Siemens AG. Холодильная система, которая работает на газах, безопасных для озонового слоя – на аммиаке и оксиде углерода, разработана фирмой JohnsonControls.

Отпуск товара со склада является заключительным этапом технологического процесса, и состоит в исполнении заказов потребителей – магазинов и торговых сетей на хранящийся на складе товар.

Отпуск товара со склада включает выполнение ряда операций:

- приемка заказа;
- оформление документов на продажу;

Список используемой литературы

1. Постановление Правительства Российской Федерации от 14.07.2012 № 717 (ред. от 19.12.2014) «О Государственной программе развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2013 - 2020 годы» «Собрание законодательства Российской Федерации», 06.08.2012, № 32, ст. 4549.
2. Бажин, И. И. Логистика: Компакт-учебник. Харьков: Кон-сум, 2003 – 181 с.
3. Бауэрсокс Д. Дж., Класс Д. Дж. Логистика. Интегрированная цепь поставок. М.: Олимп-бизнес, 2001 – 640 с.

4. Бенсон Д., Уайтхед Дж. Транспорт и доставка грузов: Пер. с англ. М.: Транспорт, 1990 – 279 с.
  5. Блехерман М. Х. Гибкие производственные системы (Организационно экономические аспекты). М.: Экономика, 1988 – 224 с.
  6. Бурцев В. В. Организация системы внутреннего контроля коммерческой организации. М.: Экзамен, 2000 – 320 с.
  7. Корпоративная логистика. 300 ответов на вопросы профессионалов», под ред. проф. Сергеева, В.И. Москва, 2005, ИНФРА-М – 975 с.
  8. Лабинов В.В., Пронин А.В. Импортзамещение в животноводстве. Импортзамещение в АПХ России: проблемы и перспективы: монография. – М.: ФГБНУ «Всероссийский НИИ экономики сельского хозяйства» (ФГБНУ ВНИИЭСХ), 2015. – 447 с. - С. 219 – 231.
  9. Тюрин, А.Ю. Модели транспортного обслуживания в цепях поставок пищевой промышленности // Вестник КузГТУ. – 2011. – №4. – С.89-92.
  10. Тюрин А.Ю. Управление транспортировкой в цепях поставок пищевой промышленности: монография. – М.: Креативная экономика, 2011. – 280 с.
  11. Crainic, T.G., Frangioni, A., Gendron, B. Bundle-Based Relaxation Methods for Multicommodity Capacitated Network Design. // Discrete Applied Mathematics. – 2001. – 112. – P. 73-99.
  12. Equi, L., Gallo, G., Marziale, S., Weintraub, A.A Combined Transportation and Scheduling Problem. // European Journal of Oper. Res. – 1997. – 97(1). – P. 94-104.
- Интернет-источники:
13. Малоэтажная Россия. Устойчивое развитие территорий (Электронный ресурс). Загл. с титул.экрана. – Свободный доступ из сети Интернет. <http://homeland.3dn.ru/load/law/sustainable/36>
  14. Сайт компании «Интлогистик» (Электронный ресурс). Загл. с титул.экрана. – Свободный доступ из сети Интернет <http://intlogistic.ru/tarify.html>
  15. Сайт ОАО «РЖД» (Электронный ресурс). Загл. с титул. экрана. – Свободный доступ из сети Интернет <http://rpp.rzd.ru/Rzd/>
  16. Сайт компании «Страна грузов» (Электронный ресурс). Загл. с титул. экрана. – Свободный доступ из сети Интернет <http://stranagruzov.ru/Road/Route?FromCity>
  17. Сайт АПХ Мираторг (Электронный ресурс). Загл. с титул.экрана. – Свободный доступ из сети Интернет [http://www.miratorg.ru/about/business\\_geography/default.aspx](http://www.miratorg.ru/about/business_geography/default.aspx)
  18. Сайт АПХ Мираторг (Электронный ресурс). Загл. с титул.экрана. – Свободный доступ из сети Интернет <http://www.miratorg.ru/default.aspx>
  19. Сайт АПХ Мираторг (Электронный ресурс). Загл. с титул.экрана. – Свободный доступ из сети Интернет <http://www.miratorg.ru/investors/analytics/default.aspx>
  20. Сайт АПХ Мираторг (Электронный ресурс). Загл. с титул.экрана. – Свободный доступ из сети Интернет [http://www.miratorg.ru/investors/reports\\_aph\\_miratorg/АПХ\\_Мираторг\\_МФСО\\_2013.pdf](http://www.miratorg.ru/investors/reports_aph_miratorg/АПХ_Мираторг_МФСО_2013.pdf)
  21. Сайт АПХ Мираторг (Электронный ресурс). Загл. с титул.экрана. – Свободный доступ из сети Интернет [http://www.miratorg.ru/investors/annual\\_reports/Miratorg\\_AR\\_2014\\_FINAL\\_RUS.pdf](http://www.miratorg.ru/investors/annual_reports/Miratorg_AR_2014_FINAL_RUS.pdf)
  22. Сайт АПХ Мираторг (Электронный ресурс). Загл. с титул.экрана. – Свободный доступ из сети Интернет <http://www.miratorg.ru/products/SitePages/catalogue.aspx>
  23. В.А. Старчик. Управленческий учёт. Информационная база для проведения SWOT-анализа в агрохолдинге «Мираторг» РГАУ-МСХА имени К.А. Тимирязева Москва, Россия. (Электронный ресурс). Загл. с титул.экрана. – Свободный доступ из сети Интернет <http://www.scienceforum.ru/2015/pdf/16282.pdf>
  24. Центр раскрытия корпоративной информации. (Электронный ресурс). Загл. с титул.экрана. – Свободный доступ из сети Интернет <https://www.e-disclosure.ru/portal/files.aspx?id=10610&type=3>
  25. Сайт Госкомстата России (Электронный ресурс). Загл. с титул.экрана. – Свободный доступ из сети Интернет [www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat\\_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/doc\\_1265196018516](http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/doc_1265196018516)
  26. Федорова Е.А., Довженко С.Е., Лазарев М.П. Как оценить финансовую устойчивость предприятий? Нормативы финансовой устойчивости для предприятий строительной отрасли и сельского хозяйства. (Электронный ресурс). Загл. с титул.экрана. – Свободный доступ из сети Интернет <http://1fin.ru/?id=892>

*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://studservis.ru/diplomnaya-rabota/107875>