

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/diplomnaya-rabota/59576>

Тип работы: Дипломная работа

Предмет: Логистика

-

Рис. 3.8 Распределение технологических зон склада товарной группы «Холод»: Сгр – зона хранения (грузовая площадь); Сп – зона хранения (площадь проходов и проездов); Спр – зона приемки товаров; Ск – зона комплектования товаров; Собщ – общая площадь склада.

По рисунку 3.8 можно наглядно отметить, что на хранение товаров группы «Холод» требуется примерно 37 % общей площади склада. При этом также по 37 % относятся на площади зоны хранения (грузовая площадь, площадь проходов). При таком размещении товара, свободной площади остается 26 %. Из таблицы 3.7 отчетливо видно, что при средней стоимости товара по группе «Овощи», которая составляет 25000,00 р., прогноз годового товарооборота группы составляет 1978,93 р. При данном товарообороте, а также при сроке хранения товаров в 4,68 дней на хранение товаров требуется 400,68 м² площади склада. При этом 400,68 м² приходится на зону хранения и зону проходов. При стоимости 1 т товара 25000,00 р., зона приемки составляет 389,55 м². Участок комплектования составляет 389,55 м². Данная площадь исходит из стоимости м³ группы 25000,00 р. Распределение технологических зон склада по группе «Овощи» наглядно представлено на рисунке 3.9.

Рис. 3.9 Распределение технологических зон склада товарной группы «Овощи»: Сгр – зона хранения (грузовая площадь); Сп – зона хранения (площадь проходов и проездов); Спр – зона приемки товаров; Ск – зона комплектования товаров; Собщ – общая площадь склада

По рисунку 3.9 можно наглядно отметить, что на хранение товаров группы «Овощи» требуется примерно 26 % общей площади склада. При этом также по 26 % относятся на площади зоны хранения (грузовая площадь, площадь проходов). При таком размещении товара, свободной площади остается 48 %. Из таблицы 3.7 отчетливо видно, что при средней стоимости товара группы «Алкоголь», которая составляет 55000,00 р., прогноз годового товарооборота группы составляет 1826,31 млн. р. При данном товарообороте, а также при сроке хранения товаров в 20,46 дней на хранение товаров требуется 734,82 м² площади склада. При этом 734,82 м² приходится на зону хранения и зону проходов. При стоимости 1 т товара 55000,00 р., зона приемки составляет 163,41 м². Участок комплектования составляет 163,41 м². Данная площадь исходит из стоимости 1 м³ группы 55000,00 рублей. Распределение технологических зон склада по группе «Овощи» наглядно представлено на рисунке 3.10.

Рис. 3.10 Распределение технологических зон склада товарной группы «Алкоголь»: Сгр – зона хранения (грузовая площадь); Сп – зона хранения (площадь проходов и проездов); Спр – зона приемки товаров; Ск – зона комплектования товаров; Собщ – общая площадь склада

По рисунку 3.10 можно наглядно отметить, что на хранение товаров группы «Алкоголь» требуется примерно 41 % общей площади склада. При этом также по 41 % относятся на площади зоны хранения (грузовая площадь, площадь проходов). При таком размещении товара, свободной площади остается 18 %. Из таблицы 3.7 отчетливо видно, что при средней стоимости товара товарной группы «Среднетемпературный», которая составляет 32000,00 р., прогноз годового товарооборота группы составляет 1576,75 млн. р. При данном товарообороте, а также при сроке хранения товаров в 11,88 дней на хранение товаров требуется 633,13 м² площади склада. При этом 633,13 м² приходится на зону хранения и зону проходов. При стоимости 1 т товара 32000,00 рублей, зона приемки составляет 242,49 м². Участок комплектования составляет 242,49 м². Данная площадь исходит из стоимости 1 м³ группы 32000,00 рублей. Распределение технологических зон склада по группе «Среднетемпературный» наглядно представлено на рисунке 3.11.

Рис. 3.11 Распределение технологических зон склада товарной группы «Среднетемпературный»: Sгр – зона хранения (грузовая площадь); Sp – зона хранения (площадь проходов и проездов); Spр – зона приемки товаров; Sk – зона комплектования товаров; Собщ – общая площадь склада

По рисунку 3.11 можно отметить, что на хранение товаров группы «Среднетемпературный» требуется примерно 37 % общей площади склада. При этом также по 37 % относятся на площади зоны хранения (грузовая площадь, площадь проходов). При таком размещении товара, свободной площади остается 26 %. Далее проведем расчет технологических зон склада РЦ АШАН Ритейл в г. Екатеринбурге. Исходя из расчетов, РЦ АШАН Ритейл в г. Екатеринбурге при заданных параметрах для нормального осуществления складских процессов должен располагать следующими общими площадями для хранения товаров по группам (табл. 3.8).

Таблица 3.8 – Общие площади для хранения товаров по группам в РЦ АШАН Ритейл в г. Екатеринбурге

Группа товаров	Общая площадь, м ²
1 Сухой	12328,34
2 Холод	1886,23
3 Овощи	1580,47
4 Алкоголь	1796,47
5 Среднетемпературный	1751,24
Общая площадь	19342,74

После проведенного расчета технологических зон склада по разным товарным подгруппам можно осуществить сравнительную характеристику площадей (табл. 3.9).

Таблица 3.9 – Сравнительная характеристика технологических зон товарных групп РЦ АШАН Ритейл в г. Екатеринбурге

Наименование товарной группы	Грузовая площадь, м ²	Площадь проходов, м ²	Площадь приемки, м ²	Площадь комплектования, м ²	Общая площадь, м ²
Сухой	5101,38	5101,38	1062,79	1062,79	12328,34
Холод	723,62	723,62	219,50	219,50	1886,23
Овощи	400,68	400,68	389,55	389,55	1580,47
Алкоголь	734,82	734,82	163,41	163,41	1796,47
Среднетемпературный	633,13	633,13	242,49	242,49	1751,24
Всего	7593,63	7593,63	2077,74	2077,74	19342,74

Сравнивая общую, имеющуюся в наличии складскую площадь РЦ АШАН Ритейл в г. Екатеринбурге (30000 м²) и требуемую по нормативам, можно сделать вывод о том, что имеется излишняя. Т.е. складские площади около 10,6 тыс. м². необходимо сдавать в аренду или увеличивать объемы продаж и, соответственно поставок товаров в РЦ АШАН Ритейл в г. Екатеринбурге.

3.4 Маркетинговая логистика предприятия АШАН Ритейл

Маркетинговая логистика в компании Ашан Ритейл основана на объединении идей маркетинга и логистики. Общая схема информационных потоков в маркетинговой логистике компании приведена на рис. 3.12. В маркетинговой логистике Ашан Ритейл существенную роль играют современные информационные технологии: единообразная кодировка товаров; системы спутникового слежения за транспортировкой; электронный обмен данными и перевод денег. Затраты на маркетинговую логистику составляют до 30-40% от себестоимости готовых продуктов.

Задачей маркетинговой логистики является управление потоком готовой продукции, протекающим в направлении от производителя к потребителю. Маркетинговая логистика представляет собой анализ, планирование, организацию и контролирование всех операций по перемещению и складированию, связанных с потоком готовой продукции от конца производственной линии до прибытия продукции на рынок, а также связанных с ними каналов распределения, требующихся для организации и обеспечения

взаимодействия между компанией и ее рынками.

В маркетинговой логистике выделяют следующие основные стадии: постановку целей системы; определение текущего состояния; создание и рассмотрение альтернативных проектов системы; выбор оптимального варианта системы; его внедрение и контроль за ним. Постановка целей является первым и одним из самых трудных и ответственных шагов, от которого напрямую зависит эффективность создаваемой системы.

-

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/diplomnaya-rabota/59576>