**Курсовая работа на тему
«Реорганизация логистической системы компании по продаже аудио-видеотехники»**

Курсовая работа по теме «Реорганизация логистической системы компании» предлагает проект реорганизации схемы логистики в гипотетической торговой фирме «Евротехника оптом», которая занимается оптовыми продажами аудио-видеотехники и автомобильных сигнализаций. Модель торговой фирмы построена с учетом современных рыночных реалий. В работе предлагается с помощью одних только логистических преобразований, при сохранении действующих расценок на расходные материалы и услуги, снизить накладные расходы фирмы на транспорт. Кроме того, в работе предлагается проект преобразования склада с целью увеличения его емкости, который позволит увеличить торговый оборот фирмы. В работе приводятся расчеты экономической эффективности предложенных преобразований.

# Оглавление

1. Введение
2. Общее описание фирмы «Евротехника оптом». Особенности продаваемого товара. Особенности закупочной логистики фирмы.
3. Клиентура фирмы.
4. Услуги, предоставляемые «Евротехникой».
5. Особенности распределительной логистики. Доставка товаров.
6. Логистика запасов. Емкость складов.
7. Суммирование проблем логистической системы предприятия. Варианты решения.
8. Проект реорганизации логистической системы.
9. Расширение емкости уже имеющегося склада.
10. Аренда нового склада.
11. Обеспечение арендованных складов приписанным автотранспортом для распределения заказов с новых складов.
12. Приобретение для фирмы в целом 10-ти тонного грузовика.
13. Полный расчет экономического эффекта от реорганизации логистической системы.
14. Заключение.
15. Список литературы.

**1. Введение.**

Логистика изучает и организует процессы эффективного управления материальными и информационными потоками с целью удовлетворения потребителей продукции и услуг.

В современном мире с глобальной экономикой, когда производители и потребители товаров и услуг могут быть разделены многими тысячами километров и несколькими государственными границами, логистика приобретает исключительное значение для организации любой производственной деятельности. Кроме собственно производителей и розничных торговцев, в процессе удовлетворения потребительского спроса обязательно участвуют фирмы, единственным товаром которых по сути являются эффективные логистические решения. Это оптово-торговые фирмы.

Логистическая система оптово-торговой фирмы можно разделить на три составляющие части: закупочная логистика, логистика запасов, распределительная логистика. Исключительную роль в логистической системе в целом играет распределительная логистика. Это самый сложный процесс в деятельности фирмы. Здесь к деятельности фирмы предъявляются жесткие и взаимнопротиворечивые требования: поставки клиентам должны быть быстрыми, точно в срок, отклик на специфический заказ клиента должен быть как можно более скорым.

Логистика запасов оптовой фирмы напрямую зависит от потребностей распределительной логистики.

Закупочная логистика для оптовой фирмы имеет свою специфику – поскольку товар перепродается дальше, причем по низким оптовым ценам, то выбор поставщиков резко ограничивается – необходим оптовый поставщик верхнего уровня, который поставляет товар по еще более низким ценам и более крупными партиями, либо нужны прямые связи с производителем. Рассмотрим логистическую систему оптовой торговой фирмы на примере гипотетической фирмы «Евротехника оптом», которая занимается мелкооптовыми поставками аудио-видеотехники и автомобильных сигнализаций в г. Москва.

**2. Общее описание фирмы «Евротехника оптом». Особенности продаваемого товара.
Особенности закупочной логистики фирмы.**

Фирма «Евротехника оптом» является дочерней фирмой крупной оптовой фирмы «Евротранзит». «Евротранзит» занимается прямыми поставками в Россию аудио-видеотехники европейских производителей «Philips» и «Loewe», а также автомобильной сигнализации марки Enforcer американской компании Seco Larm.

«Евротехника оптом» занимается мелкооптовой торговлей вышеперечисленными товарами по Москве, причем, по условиям договора с родительским концерном, «Евротранзит» является монопольным поставщиком для «Евротехники оптом». В то же время «Евротехника оптом» получает товары по крайне низким ценам, благодаря чему может предложить самые выгодные в Москве цены для мелкооптовых поставок техники упомянутых производителей.

Спефицика товара, предоставляемого «Евротехникой оптом», такова, что ассортимент резко различается по цене и объему потребительского спроса. Этот товар практически не подвержен физическому износу, и может храниться вечно, не теряя работоспособности, однако он очень подвержен износу моральному. Ассортимент товара, даже в рамках единичных производителей, очень велик – и это сильно усложняет учет, распределение и прогноз закупок товара.

Фирма «Евротранзит» получает товар с судна в порту Клайпеда, потом транзитом через Псков распределяет его по дочерним фирмам по России. Для регулярных поставок используется железнодорожный транспорт, для внеочередных поставок – авто- и авиатранспорт. При этом возрастают скорость поставки и стоимость транспорта. Расписание регулярных поставок в «Евротехнику оптом» таково: раз в две недели фирма получает железнодорожным транспортом 3 20-ти тонных контейнера с заказанной техникой. Контейнера обычно загружены на 80%. Регулярные поставки считаются условно-бесплатными – фирма «Евротранзит» оплачивает только стоимость товара, но при этом, разумеется, объем каждой такой поставки должен быть не ниже оговоренного, а расписание поставок определяется «Евротранзитом». Поставки вне расписания возможны, но тогда заказчик полностью оплачивает все расходы на доставку. Поэтому «Евротехника» старается использовать только регулярные поставки.

В собственности фирмы находится склад в центральной части города, куда и поставляются для разгрузки железнодорожные контейнеры (перевозятся трейлером). Со склада товар распределяется по клиентам.

Средняя стоимость 1 м3 упакованного товара у поставщика составляет 22 700 рублей. «Евротехника оптом» начисляет 15-20% наценку на товар, и в результате средняя стоимость товара составляет 26 105 - 27 250 рублей, против 28 300 рублей у конкурентов. Кроме того, по ассортименту продукции представленный производителей «Евротехника оптом» опережает всех других оптовых торговцев Москвы. После уплаты всех накладных расходов и налогов прибыль составляет примерно 1500 рублей с каждого м3 товара, или 5% от продажной цены.

**3. Клиентура фирмы.**

Клиентами «Евротехники оптом» являются крупные и мелкие магазины бытовой техники и электроники. Плюс к этому клиентом «Евротехники» является большой автосалон в Лужниках.

Основная деятельность фирмы – продвижение на рынок аудио-видеотехники, торговля автомобильными сигнализациями является побочным направлением. Однако автосалон является надежным и выгодным клиентом, поскольку сохраняет стабильный спрос на американскую сигнализацию.

Что касается основных клиентов, то изначально «Евротехника» ориентировалась на дорогие, элитные магазины бытовой техники в центральной части города – продукция фирмы «Loewe» - это продукция hi-класса, рассчитанная на состоятельного покупателя.

Однако, с тех пор, как родительский концерн заключил договор о прямых поставках с фирмой «Philips», ассортимент предлагаемых товаров расширился в сторону техники средней и нижней ценовой категории. С другой стороны, общий спрос на технику hi-класса в Москве значительно вырос, и поэтому товары от «Евротехники» стали интересны гораздо большему числу клиентов.

Политика «Евротехники» такова, что фирма поддерживает постоянный низкий уровень цен, такой, что практически невозможно найти поставщика такого же товара, который не проигрывал бы «Евротехнике».

Особым клиентом для «Евротехники» является сеть супермаркетов бытовой техники «Фокстрот». «Фокстрот» активно расширяется, открывая новые магазины в периферийных районах города.

В настоящее время постоянными клиентами фирмы «Евротехника оптом» являются 10 небольших магазинов в центральной части города, 4 крупных супермаркета сети «Фокстрот» (2 в центре и 2 в Северо-Восточном округе), кроме того, постоянными клиентами фирмы хотели бы стать еще 5 магазинов в различных районах города, но сейчас заключение договора о долгосрочном партнерстве с небольшими магазинами вне центральной части города искусственно тормозится «Евротехникой».

**4. Услуги, предоставляемые «Евротехникой».**

Как уже говорилось, основным товаром оптовой торговой фирмы являются эффективные логистические решения. «Евротехника оптом» привлекает клиентов тем, что обеспечивает быструю и точную доставку товаров, при этом сохраняя низкий уровень цен. Поставка товара может осуществляться следующими способами:

1. Бесплатная поставка внутри Москвы по предварительному заказу.

Это основной способ доставки товаров. Клиент звонит на фирму и договаривается о составе заказа и сроках доставки. «Евротехника» в этом случае имеет право назначить дату выполнения заказа в любой из трех дней, следующих за датой звонка. Логистики фирмы стараются таким образом составить расписание ездок, чтобы минимизировать накладные транспортные расходы и за одну поездку выполнить несколько заказов сразу.

Постоянные клиенты, которым делаются регулярные поставки, в принципе используют эту же схему доставки, только с 5-процентной скидкой.

1. Срочная доставка внутри Москвы за плату.

Срок выполнения такого заказа ограничивается только временем, необходимым на сбор нужных товаров и дорогу до потребителя. Но потребитель в этом случае оплачивает доставку. Такой способ доставки используется редко, и используют его в основном постоянные клиенты, когда у них совершается покупка дорогого элитного товара, который представлен в торговом зале единственным экземпляром или только по каталогу – обеспеченные клиенты не любят ждать, поэтому они предпочитают заплатить побольше за доставку, но получить купленный товар прямо сейчас.

1. Самовывоз.

В этом случае всю организацию транспорта заказчик берет на себя. При условии немедленной оплаты самовывоз не требует никаких предварительных договоренностей, и клиенту может быть отпущен любой товар, который не зарезервирован для других заказов. При условии самовывоза товар может продаваться в розницу – по обычным ценам фирмы, либо, при оптовой закупке, с 5-процентной скидкой. Такой схемой доставки пользуются только случайные клиенты или розничные покупатели. Постоянным клиентам удобнее переложить организацию транспорта на оптового поставщика.

**5. Особенности распределительной логистики.
Доставка товаров.**

Хотя с точки зрения потребителя первый способ выглядит единообразно, с точки зрения фирмы «Евротехника оптом» могут быть очень разные реализации бесплатной доставки.

Фирме принадлежит парк из 5 автофургонов «Газель», вместимостью 5 м3, которыми развозится основная масса заказов. Один из фургонов все время дежурит на складе, чтобы быть готовым развезти срочный заказ. Для более крупных доставок фирма нанимает подходящий транспорт у трансагенства.

Маршруты, по которым доставляется товар, условно делятся на «длинные» и «короткие».

Короткие маршруты – это маршруты, в которых поездка до места назначения занимает не более часа, а вся продолжительность ездки дорога туда + разгрузка + дорога обратно занимает не более 3 часов. Короткие маршруты можно организовать таким образом, чтобы машина не попадала в час пик и ехала все время по свободной дороге.

Длинные маршруты – маршруты, общая продолжительность которых превышает 3 часа, либо маршруты на дальние расстояния, из одного района города в другой. Длинные маршруты чаще всего невозможно организовать так, чтобы машина не попадала в час пик, поэтому время, затраченное на длинный маршрут, увеличивается непропорционально расстоянию, на которое длинный маршрут отличается от короткого.

Кроме того, длинные маршруты обходятся дороже коротких не только благодаря прямым расходам (стоимости топлива), но и благодаря косвенным расходам. Во-первых, поездка в условиях плотного потока машин, когда автомобиль то и дело останавливается и снова трогается, неблагоприятно сказывается на износе машины. Во-вторых, в условиях часа пик резко увеличивается вероятность аварии, а повышение такой вероятности ведет к увеличению страховых расходов.

Условно считается, что стоимость рабочего дня фургона, работающего на коротких маршрутах, составляет 1500 рублей. При этом фургон совершает обычно 2 поездки в день, в которых выполняет в сумме 3 заказа. Т.е. средняя стоимость короткой поездки – 750 рублей, а стоимость среднего заказа на коротких маршрутах – 500 рублей.

Стоимость же рабочего дня на длинном маршруте – 2500 рублей, причем фургон успевает сделать только одну поездку, во время которой в среднем выполняется 1,2 заказа. Т.е. средняя стоимость длинной поездки – 2500 рублей, стоимость среднего заказа на длинном маршруте – 2080 рублей.

Разумеется, что логистики фирмы предпочитают иметь дело с короткими маршрутами. Когда-то, в начале деятельности фирмы «Евротехника оптом», когда все клиенты были магазины в центральной части города, все множество регулярных поставок состояло только из коротких маршрутов. Теперь клиентами «Евротехники» становится все больше фирм, причем, благодаря сотрудничеству с развивающейся сетью супермаркетов, появление новых торговых точек, которым требуются поставки «Евротехники», возможно в любом районе города. Сейчас «Евротехника», кроме центрального района, обслуживает магазины в Свиблово и Медведково. Кроме того, «Фокстрот» собирается в ближайшее время осваивать Южный административный округ и скоро откроет магазин и там. Эти события резко расширяют географию постоянных бесплатных доставок товара фирмой «Евротехника оптом».

В то же время наценка, заложенная в цену товара, делает постоянные бесплатные доставки по длинным маршрутам невыгодными. Именно поэтому фирма искусственно тормозит заключение договоров о постоянном сотрудничестве с магазинами вне центральной части города.

Стоимость аренды грузовиков у трансагенства составляет 400-800 рублей в час. Таким образом средняя поездка на коротком маршруте обходится «Евротехнике» в 1200-2500 рублей, на длинном – 3500-6500 рублей.

Крупные магазины бытовой техники обычно пользуются такой схемой поставок – раз в месяц заказывается крупная партия товара, магазин приобретает основной запас, который будет продаваться в течении месяца. Для выполнения таких заказов «Евротехника» использует наемные грузовики, а даты таких поставок приурочивает к датам поставок товара контейнером от «Евротранзита». Далее примерно раз в неделю крупные магазины докупают небольшими партиями тот товар, который в данный отрезок времени распродался быстрее. Для выполнения таких заказов достаточно принадлежащих фирме фургонов.

Мелкие магазины в любом случае предпочитают делать недельные заказы – у них нет достаточных складских площадей, чтобы хранить большой запас. Сами по себе объемы таких поставок невелики, хватает емкости фургонов.

Особым образом происходит доставка автомобильных охранных устройств в автосалон. Как уже говорилось, салон сохраняет стабильный спрос, поэтому все доставки строго регулярные. Доставка происходит раз в две недели, тогда же, когда приходит контейнер от крупного поставщика, но благодаря небольшим размерам товара, для доставки вполне хватает емкости фургона.

**6. Логистика запасов. Емкость склада.**

Полезная емкость склада, принадлежащего «Евротехнике оптом», составляет 250 м3. Это небольшой склад. В настоящее время нужная емкость складов для «Евротехники» равна в среднем 200 м3.

Во-первых, склад должен вмещать в себя полный объем свежепоставленных контейнеров (80% от 3-х 20-ти тонных контейнеров – 110 м3).

Во-вторых, нужен хотя бы недельный запас обычного ассортимента – потому что железнодорожный транспорт не отличается особой точностью, возможна задержка доставки на сутки и более, и на этот случай необходим страховой запас, чтобы не подводить постоянных клиентов. Объем страхового запаса 60 м3.

В-третьих, значительную часть ассортимента фирмы составляют элитные дорогие изделия, домашние кинотеатры, например. Такой товар продается медленно, и в то же время необходимо иметь на складе возможно более полный ассортимент, чтобы в любой момент удовлетворить VIP-клиентов. Объем запаса элитной техники составляет 30м3.

Как видим, обычно используется 80% объема склада, то есть склад практически исчерпал свою емкость, и дальнейшее расширение клиентуры приведет к тому, что склад будет переполнен.

**7. Суммирование проблем логистической
системы предприятия.
Варианты решения.**

Итак, в свете всего вышесказанного очевидно, что «Евротехника оптом» испытывает следующие проблемы:

- появление новых постоянных клиентов на большом расстоянии от склада становится убыточным;

- исчерпана емкость склада.

Оба этих фактора тормозят развитие фирмы и расширение клиентуры.

Решить первую проблему можно двумя путями:

1. Повысить цены на товар.

Такое решение неприемлимо. Фирма «Евротехника» успешно конкурирует с другими именно благодаря тому, что ее цены заведомо дешевле, чем у конкурентов. Если она повысит цены до общего уровня, то преимущество перед другими оптовыми поставщиками потеряется. В то же время ассортимент товаров довольно специфичен, поэтому при равных ценах «Евротехника» будет проигрывать оптовой фирме с универсальным ассортиментом. При этом, если «Евротехника» повысит цены только на товар, отпускаемый на периферию города, то такой шаг будет прямо противоречить заявленной политике фирмы. Если цены повысятся для всех клиентов – есть риск потерять постоянных, при том совсем не гарантировано появление новых – как уже говорилось, при прочих равных универсальный поставщик лучше, и небольшие магазины предпочтут заказывать все в одном месте, чем делать по таким же ценам заказы у разных поставщиков.

1. Уменьшить накладные расходы на транспортировку заказов в другие, кроме центрального, районы города.

Такое решение позволит сохранить прежний низкий уровень цен и преимущество фирмы на рынке оптовых поставок.

Вторая проблема тоже решается двумя путями: с помощью перепланировки увеличить емкость имеющегося склада; арендовать новый склад. Вообще говоря, стоит воплотить в жизнь оба решения – аренда нового склада, притом в другом районе города, позволит расширить емкость склада и организовать новый центр распределения товаров по заказам, с короткими маршрутами распределения. Расширить же емкость основного склада необходимо потому, что он служит, во-первых, центром транзитного перераспределения товаров между поставщиком верхнего уровня и клиентами/другими складами, во-вторых, если целесообразно раздробить основной и страховой запасы между различными складами, то запас элитных моделей все-таки лучше держать централизованно в одном месте. С расширением клиентуры увеличится и объем поставок от «Евротранзита», и объем всех запасов, в том числе и малоликвидного запаса дорогих моделей.

Таким образом, основное решение проблемы – арендовать новые склады. Но кроме собственно аренды, нам понадобится еще и транспорт, который будет развозить заказы из новых складов по коротким маршрутам. То есть нам потребуется еще и расширение парка автофургонов. Кроме того, перераспределение товаров между центральным складом и периферийными складами породит большое количество новых крупномасштабных ездок. Вместе с обслуживанием крупных магазинов их наберется достаточно, чтобы задуматься о покупке хотя бы одного крупного грузовика.

**8. Проект реорганизации логистической системы.**

Итак, суммировав все вышесказанное, получим, что нам необходимо совершить следующие действия:

1. Расширить емкость уже имеющегося центрального склада.
2. Арендовать другие склады в стратегических точках города.
3. Обеспечить эти склады приписанным автотранспортом для доставки заказов с новых складов.
4. Приобрести для всей фирмы в целом 10-ти тонный грузовик.

Рассмотрим каждый из пунктов подробно.

**9. Расширение емкости уже имеющегося склада.**

Склад фирмы «Евротехника оптом» находится в центральной части города. Это одноэтажное кирпичное строение площадью 300 м2 и высотой потолков 2,2 м. Упакованный товар складируется на полу штабелями высотой не более 1,5 м. Коэффициент использования площади – 55%. Для расширения склада возможны следующие решения:

1. Оборудовать склад стеллажами, где товар будет храниться штабелями вплоть до потолка.

Для основной массы товаров лучше использовать глубинные стеллажи, в которых опорные рельсы поддонов расположены таким образом, что поддоны с идентичным товаром загружаются один за другим в глубину. При этом к загруженному товару возможен только последовательный доступ, причем товар, загруженный первым, можно достать лишь последним.

Для остального товара, закупаемого в относительно небольших объемах, нужно использовать обычные рамные стеллажи со случайным доступом к ячейкам.

Учитывая особенности необходимых стеллажей, размеры ячеек, нужные для товаров, продаваемых фирмой, рассчитано, что можно увеличить коэффициент использования площади до 70%, и полезную высоту складирования до 1,8 м. Итого увеличение полезной площади склада составит 128 м3 – с 250 до 378 м3.

Кроме стеллажей, для работы склада понадобится другое оборудование, а именно автоматические погрузчики, способные работать со стеллажами на нужной высоте.

Стоимость переоборудования склада по предварительным оценкам составит 350 тысяч рублей.

С помощью такой модернизации можно увеличить объем продаж в 1.5 раза, что увеличит оборот на 1 млн. 240 тыс. руб. в месяц, а прибыль на 62 500 рублей в месяц. Таким образом расходы на модернизацию склада окупятся через полгода.

1. Построить над складом надстройку, где расположить второй этаж хранения.

Для оценки возможности реализации данного предложения требуется квалицифированное заключение эксперта-архитектора – какую нагрузку способны выдержать перекрытия склада. Необходимо так же получить разрешение от городских властей на изменение внешнего вида здания в центральной части города. Разработка данного проекта требует длительной работы, поэтому сейчас мы не имеем итоговых оценок стоимости проекта и его экономической эффективности. В то же время реализация этого проекта может подождать, потому что на первое время для развития предприятия хватит переоборудования склада стеллажами.

**10. Аренда складов в других точках города.**

Стоимость аренды подходящего склада в Северо-Западном округе составляет примерно 6 рублей в день за 1 м2, при этом полезный объем, который можно разместить на одном квадратном метре склада, составляет 1,4 м3, а коэффициент полезного использования площади на складе составляет 65%. Для текущего обслуживания магазинов «Фокстрот» в Северо-Восточном округе нам необходим склад полезным объемом 80 м3, или 60 м2 полезной площади, или около 90 м2 общей площади. Следовательно, стоимость аренды склада составит 540 рублей в день. Эти расходы всего лишь на 30% больше, чем содержание того же объема товаров на собственном складе компании. В то же время экономия от замены распределения длинными маршрутами на короткие составит более 1500 рублей на заказ, и примерно 2000 рублей на стоимости рабочего дня фургона. Экономия на стоимости рабочего дня фургона возникает не только оттого, что обслуживание фургона на коротких маршрутах стоит дешевле, но и оттого, что вместо двух фургонов для обслуживания заказчиков в данном округе теперь можно использовать всего один, и второй фургон высвободжается для коротких поездок в центре. Вобщем и целом экономия на обслуживании магазинов «Фокстрот» в Свиблово и Медведково после перевода отпускаемого товара на склад в Северо-Западном округе составит 2000-540 = 1460 рублей в день. Однако самый главный экономический эффект в данном случае – возможность увеличить объем поставок. То есть некоторую часть высвобожденных складских площадей на центральном складе можно пустить под расширение объема продаж в Центральном округе и некоторая часть пойдет под увеличение запаса элитной техники. С другой стороны лучше увеличить площадь арендуемого склада в Северо-Западном округе, чтобы иметь запас для расширения объема продаж. После организации склада в Северо-Западном округе фирме «Евротехника оптом» уже ничто не мешает набирать постоянных заказчиков из числа мелких магазинов бытовой техники.

Аренда складов в других районах города – перспективное направление развития «Евротехники». Решение об аренде складов будет приниматься в зависимости оттого, достаточно ли в конкретном районе потенциальных заказчиков.

**11. Обеспечение арендованных складов
приписанным автотранспортом
для распределения заказов с новых складов.**

Для первого арендованного склада в Северо-Западном округе нет необходимости покупать новый фургон – одна лишь замена длинных маршрутов к клиентам на короткие высвободит один фургон таким образом, что для обслуживания старых заказчиков хватит 4 фургонов на старом складе, а пятый фургон можно безболезненно перевести на новый склад, при этом еще останется резерв для обслуживания новых заказчиков. В дальнейшем решение о покупке или аренде новых фургонов принимается из расчета экономической эффективности организации новых складов в других районах города.

**12. Приобретение для фирмы в целом
10-ти тонного грузовика.**

Суммарная стоимость почасовой аренды грузовика в месяц составляла в среднем 15 тысяч рублей. С трансагенством можно заключить договор, по которому грузовик арендуется с поледующим выкупом. После выплаты 30 тыс. руб. аванса ежемесячный взнос аренды и выкупа составит составит 15 тыс. руб. в течении 3 лет. Стоимость дня работы 10-ти тонного грузовика составит 3 тыс. руб., однако он будет использоваться не более 5 дней в месяц без расширения клиентуры. То есть убыток от перехода от старой системы к новой, со складом на периферии составит около 16 тыс. рублей в месяц, что легко компенсируется за счет экономии на маленьких маршрутах.

При расширении клиентуры стоимость убытка или прибыли от покупки грузовика стоит сравнивать с расчетом средней стоимости почасовой аренды грузовиков для распределения новых объемов товаров.

**13. Полный расчет экономического эффекта
от реорганизации логистической системы.**

Рассчитаем общий экономический эффект от проведения реорганизации логистической системы, при условии сохранения прежних объемов поставок.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Старые показатели | Стоимость в месяц, руб. | Новые показатели | Стоимость в месяц, руб. |
| Стоимость содержания товара на центральном складе | 28 000 | Стоимость содержания товара на центральном складе и стоимость аренды нового склада | 33200 |
| Общее количество фургоно-дней по коротким маршрутам | 87 | Общее количество фургоно-дней по коротким маршрутам | 132 |
| Стоимость коротких дней | 135 000 | Стоимость коротких дней | 198 000 |
| Общее количество фургоно-дней по длинным маршрутам | 63 | Общее количество фургоно-дней по длинным маршрутам | 18 |
| Стоимость длинных дней | 157 500 | Стоимость длинных дней | 45 000 |
| Стоимость почасовой аренды грузовиков | 15 000 | Стоимость аренды с выкупом и накладных расходов собственного грузовика | 31 000 |
| Итого | 335 | Итого | 307 200 |

То есть прямая экономия от перехода на новую организацию логистической системы составляет около 28 000 рублей в месяц.

При условии же, что мы проведем реорганизацию на центральном складе стоимостью 350 тыс.руб., докупим один фурнон стоимостью 100 тыс.руб. и увеличим общий объем продаж фирмы в полтора раза, мы получим следующий экономический эффект: ожидаемое увеличение объема 1 млн. 240 тыс. руб. в месяц. При этом транспортные расходы возрастут в среднем на 140 000 руб. в месяц, а собственно содержание на складе не увеличится в стоимости. При этом накладные расходы такого объема продаж при старой логистической системе составляли бы 170 тыс.руб. Следовательно, если поставить общую амортизацию затрат на реорганизацию склада и покупку нового транспорта в качестве 30 000 рублей в месяц, мы окупим наши вложения за 15 месяцев, при этом увеличим прибыль примерно на 62 тысячи рублей в месяц.

**14. Заключение.**

В данной курсовой работе представлен проект реорганизации логистической схемы конкретного предприятия – оптовой торговой фирмы, занимающейся продажами аудио-видеотехники и автомобильной сигнализации. Исследованы возможности прямой экономии при сохранении прежнего объема продаж при помощи перераспределения расходов и распределительную логистику. Исследованы возможности развития фирмы и расширения продаж при помощи инвестиций в складскую логистику и транспорт.

**15. Список литературы.**

1. Сивохина Н. П., Родионов В. Б., Горбунов Н. М., «Логистика», учебное пособие, М, «Издательство АСТ», 2000.
2. Киршина М.В., «Коммерческая логистика», М., «ЦЭМ», 2001
3. Гражданский А.М. «Логистика: Учебник для высших и средних специальных учебных заведений», М., «Образование», 2003
4. «Современный склад». Журнал, №4’2003