

Введение	6
1. Планирование и организация внутрипроизводственных логистических процессов	7
2. Проектирование и анализ на уровне подразделения (участка) логистической системы	10
3. Документальное оформление логистических операций	12
Заключение	14
Список использованных источников	15
Приложения	16

## Содержание

## Введение

Производственная практика является одной из неотъемлемых частей подготовки квалифицированных специалистов всех специальностей. Во время прохождения практики происходит закрепление и конкретизация результатов теоретического обучения, приобретения умений и навыков практической работы по избранной специальности и присваиваемой квалификации.

В период с 8 июня 2022 года по 28 июня 2022 года я проходила практику на предприятии АО «Тандер» «Магнит Косметик». Данное предприятие находится по адресу: Саратовская область, р. п. Романовка, ул. Советская д.147а.

Объектом исследования отчета по ознакомительной практике стал АО «Тандер».

Целью производственной практики является приобретение первоначального практического опыта, развитие общих и профессиональных компетенций.

Задачи практики:

1. Планирование и организация внутрипроизводственных логистических процессов.
2. Проектирование и анализ на уровне подразделения (участка) логистической системы.
3. Документационное оформление логистических операций.

АО «Тандер», управляющая компания сети магазинов «Магнит» основана в 1994 г. как оптовый поставщик бытовой химии и косметики, а с 1997 г. приступила к освоению продовольственного сегмента рынка, став одним из пяти крупнейших дистрибьюторов в России. В 1998 году начата работа по развитию розничного рынка: открыт первый магазин самообслуживания. В течение года компания вышла на лидирующие позиции на юге России, после чего началось продвижение компании в другие регионы.



## 1. Планирование и организация внутрипроизводственных логистических процессов.

АО «Тандер» осуществляет свою деятельность в соответствии с законодательством РФ и Уставом предприятия.

Акционерное общество «Тандер» представляет собой предприятие, занятое в отрасли производства и продажи товаров и имеющее в качестве основной цели своей деятельности – получение прибыли, для чего объединяются материальные, трудовые, интеллектуальные и финансовые ресурсы его участников.

Розничная сеть «Магнит» дает возможность своим поставщикам самостоятельно прогнозировать и пополнять запасы на распределительных центрах (РЦ) ритейлера. Это стало возможным в результате запуска системы VMI (Vendor Managed Inventory).

Система VMI была внедрена на базе SaaS-решения GCR от международного вендора облачных решений для автоматизации и оптимизации цепи поставок<sup>1</sup>.

Выбор любой из систем позволяет сократить трудозатраты на расчёт потребности и размещение заказа: система самостоятельно предлагает рекомендованный объём продукции к отгрузке для каждого РЦ. На основе ежедневно обновляемых данных от ритейлера система предлагает поставщику оптимальный объём поставки. Благодаря обмену данными, поставщик оперативно узнаёт о трендах в продажах и в случае риска дефицита может отгрузить востребованную продукцию в этот же день. В случае регулярного пополнения, система автоматически рассчитывает заказ в рамках заранее установленных границ минимального и максимального запаса. В промо-периоды система отслеживает отгруженный объём и при необходимости предлагает дополнительные количества к отгрузке.

<sup>1</sup> Документы [Электронный ресурс]. Электрон. Дан. Режим доступа <http://www.consultant.ru/search/?q=документы> – Заглавие с экрана - (Дата обращения 15.06.22)

Торговля привлекательна тем, что в ней движение "деньги - товар - деньги" может происходить очень быстро и в соответствии с этим с каждым работником супермаркета заключается договор о полной материальной ответственности, что дисциплинирует работников.

Супермаркет располагает комплексом помещений, необходимых для рационального функционирования торгово-технологического процесса.

По функциональному назначению помещения подразделяются на следующие группы:

- торговое;
- для приемки, хранения и подготовке товара к продаже;
- подсобные;
- административно-бытовые;

Торговое помещение представляет собой смешанную планировку, которая предусматривает расстановку оборудования в торговом зале с использованием комбинаций линейных планировок. Линейная планировка создает благоприятные условия и для рациональной технологии работы магазина. Наиболее оптимально используются площадь торгового зала.

Вдоль стен располагаются пристенные и островные горки с товарами личной гигиены, косметическими средствами и парфюмерией. Товары бытовой химии расположены на нижних полках, особенно средства по уходу за ванной комнатой. Детские товары - подгузники, памперсы и влажные салфетки по уходу за телом ребенка расположены в отдельной зоне. Детские игрушки имеют свою секцию. В торговом зале расположено 11 больших островных горок:

Зона контрольно-кассового узла расположена при входе (выходе) в супермаркет.

К помещениям для приемки, хранения и подготовки товаров к продаже относят приемочные, разгрузочные, кладовые для хранения товаров, помещения для подготовки товаров к продаже, фасовочные, комплектовочные и экспедиции отдела заказов.

При разгрузке товаров в супермаркете устроены специальные подъездные пути, которые называются дебаркадеры. При приемке товаров принимают участие кладовщик, товаровед и менеджер. Поставщик обязан предоставить торгующей организацией пакет документов на поставляемую продукцию. После приемки товара по количеству и качеству документы заверяются печатью и подписью. В складском помещении имеются три кладовые. Выделено одно подсобное помещение для хранения тары и инвентаря.

Технические помещения магазина включают в себя: вентиляционные камеры, электро-щитовая, помещение теплового узла и котельной, камеры кондиционирования воздуха.

К административно-бытовым помещениям, относят: служебные помещения аппарата управления, комната для приема пищи, санитарно-бытовые помещения, операторская для введения PIN-кода.

Выстраивание прочных взаимовыгодных отношений с поставщиками – важнейший элемент стратегии развития любого предприятия, в том числе и АО «Тандер». Широкий ассортимент местной продукции – одно из ключевых преимуществ нашего предложения для покупателей. АО «Тандер» сотрудничает с порядка 870 российских поставщиков.

АО «Тандер» как активно развивающаяся компания, гарантирует своим поставщикам:

- Высокий оборот продукции и устойчивый рост прибыли;
- Гарантированный объем продаж;
- Рост узнаваемости бренда за счет широкого представления ваших товаров на полках гипермаркетов сети;
- Предложения новых рынков сбыта;
- Точность расчетов и аккуратность платежей.

У АО «Тандер» с партнерами общие цели: рост оборота и доли рынка. Наша совместная задача – довести до потребителей товары кратчайшим путем по наиболее доступной цене. Поэтому мы используем самые современные технологии, которые позволяют сокращать издержки по доставке и выкладке.

В результате изучения данной организации можно сделать вывод о том, что планирование и организация внутрипроизводственных логистических процессов в АО «Тандер» «Магнит Косметик» автоматизировано, что достаточно эффективно позволяет им устойчиво сохранять свое место на рынке.

2. Проектирование и анализ на уровне подразделения (участка) логистической системы.

Формирование товарных запасов магазина составляют товарные запасы текущего хранения. Они необходимы для обеспечения бесперебойной продажи в текущем периоде. Товарные запасы необходимо постоянно пополнять. Поставки товаров в супермаркет производится децентрализованным способом т.е. через коммерческие предприятия, а также непосредственно от производителя продукции, которые являются постоянными поставщиками.

Для анализа управления поставками в «Магнит-Косметик» представим схему распределения продукции компании на рисунке 1.

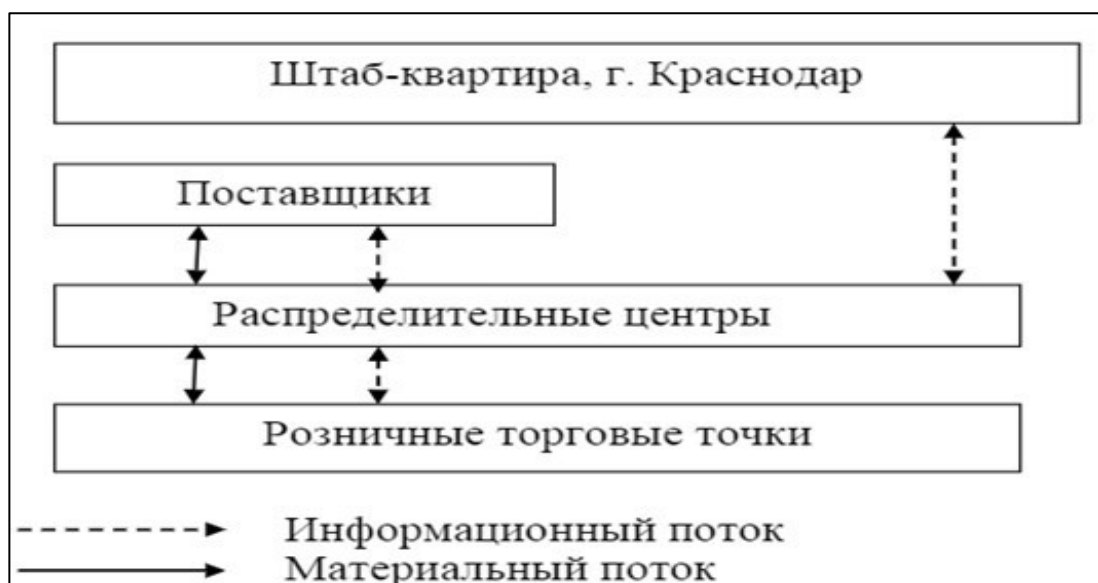


Рис. 1. Схема распределения продукции в «Магнит-Косметик»

Далее рассмотрим систему распределения продукции Рис. 2.



Рис. 2. Система распределения продукции в «Магнит-Косметик»

Процедура распределения, как очевидно из рисунка 2, совершается следующим способом: производитель привозит заказываемые продукты в распределительный центр из него, с поддержкой собственного автотранспорта, исполняется поставка в магазины. «Магнит-Косметик» применяет прямой путь распределения посредством распределительного центра. Распределительный центр считается главной точкой логистической структуры розничной сети.



В магазин товар поступает в картонных коробках, а также в ящиках из гофрированного картона.

Торгово-технологический процесс в магазине представляет собой комплекс взаимосвязанных торговых (коммерческих) и технологических операций и является завершающей стадией всего торгово-технологического процесса товародвижения. На этой стадии к осуществлению торгово-технологического процесса товародвижения подключаются розничные покупатели, которые, в зависимости от применяемых методов продажи товаров, могут играть в нем весьма огромную роль.

В магазине большую роль в торгово-технологическом процессе играют коммерческие операции. Их своевременность и качество выполнения влияют на широту и глубину ассортимента товаров в супермаркете, бесперебойность торговли ими в целом на качество обслуживания покупателей. В супермаркете к числу таких операций относят: изучение спроса покупателей, составление заявок на завоз товаров, формирование оптимального ассортимента, организацию рекламы и информации.

Таким образом, торгово-технологический процесс в магазине можно разделить на три основные группы:

- операции с товарами до предложения их покупателям;
- операции непосредственного обслуживания покупателей;
- дополнительные операции по обслуживанию покупателей.

На качество торгового обслуживания в супермаркете существенное влияние оказывают операции с товарами до предложения их покупателям. К ним относят:

- разгрузку транспортных средств;
- доставку товаров в зону приемки;
- приемку товаров по количеству и качеству;
- доставку товаров в зону хранения, подготовки к продаже или непосредственно в торговый зал, хранение товаров, подготовку товаров к продаже, перемещение товаров в торговый зал.

Для обеспечения высокого качества покупателей в магазине постоянно изучается спрос, который служит основанием для составления заявок на завоз товаров. Работники супермаркета обеспечивают квалифицированную приемку поступивших товаров.

В магазине созданы все условия для рационального хранения товаров и подготовки их к продаже. Существенно облегчается процесс непосредственного обслуживания покупателей, товары надлежащим образом подготовлены к продаже, рационально подобран их ассортимент, и они правильно размещены в торговом зале.

Наиболее ответственную часть торгово-технологического процесса в супермаркете составляют операции непосредственного обслуживания покупателей, к которым относятся:

- встреча покупателя;
- предложение товаров;
- отбор товаров покупателям;
- расчет за отобранные товары;
- оказание покупателям дополнительных услуг;

На этой стадии торгово-технологического процесса между покупателями и персоналом супермаркета возникают межличностные психологические контакты, которые отражают сложные экономические отношения, связанные с куплей-продажей товаров.

Поэтому в магазине ООО "Магнит Косметик" созданы все условия для беспрепятственного ознакомления покупателя с предлагаемым ассортиментом товаров, для удобной отборки им товаров.

Торгово-технологический процесс в магазине основывается на следующих принципах:

- обеспечение комплексного подхода к его построению;
- создание максимальных удобств для покупателей;
- достижение наиболее рационального использования помещений и оборудования;

- создание для работников супермаркета благоприятных условий труда и отдыха, обеспечивающих высокую культуру и производительность труда;
- обеспечение необходимой экономической эффективности работы супермаркета.

Изучив информацию, представленную выше, можно сделать вывод, что в АО «Тандер» «Магнит Косметик» созданы все условия для рационального хранения товаров и подготовки их к продаже, это существенно облегчает процесс непосредственного обслуживания покупателей. Товары надлежащим образом подготовлены к продаже, рационально подобран их ассортимент, и они правильно размещены в торговом зале. Именно поэтому приходя в «Магнит Косметик» покупателям удобно ориентироваться и находить тот товар, который их интересует в данном магазине. Исходя из этого мы видим эффективность планирования торгового подразделения АО «Тандер» «Магнит Косметик».

### 3. Документальное оформление логистических операций

Организация работы с документами — это обеспечение оптимальных условий для всех видов работ с документами (с момента создания или получения документа до его уничтожения, или передачи на архивное хранение).

Чтобы ведение документооборота в организации осуществлялось своевременно, составляют график.

Для оформления каждой операции компания использует первичные документы установленной формы. Если нужно использовать документы не унифицированного вида, в них указывают обязательные реквизиты.

Торговая деятельность включает две основные хозяйственные операции: прием товара (материалов и комплектующих для производства) и реализацию товара (гидравлическая техника). В соответствии с каждой из них оформляется свой перечень документов.

Продукция магазина «Магнит-Косметик» в зависимости от типа может сопровождаться одним из следующих документов (копия, заверенная печатью держателя), представленными на рисунке 3

Сертификат соответствия	Декларация о соответствии
Официальное письмо от органа по сертификации об отсутствии необходимости прохождения процедуры сертификации или декларирования	Свидетельство о государственной регистрации (при наличии соответствующего требования в нормативно-правовых актах ЕАЭС, РФ)

Рис. 3. Документы, которыми обязаны сопровождаться товары «Магнит-Косметик»

С целью удобства работы АО «Тандер» запустил единый портал для поставщиков. Ресурс дает возможность в онлайн-порядке прослеживать доставку продуктов в распределительные центры и делиться сведениями между фирмой и партнерами.

Партнерам АО «Тандер» доступен взаимообмен логистическим сведениями посредством информационного портала «Магнит Сервис». Источник отслеживает оперативность и качество отгрузки продукта поставщиками в распределительные центры, из каких мест далее продукты зачисляются в торговые точки.

Ресурс объединяет данные в общую информационную область, ранее огромное число данных обрабатывали и исследовали вручную – портал же в порядке повседневного обновления дает фирме и её партнерам сведения об исполнении обстоятельств соглашения, отслеживает точность поставок, качество приходов и многочисленные прочие характеристики. Возникает возможность подробно изучить со всевозможными отклонениями в логистике, подкорректировать проблемы, незамедлительно отвечать на образующиеся трудности. Вследствие этого ресурса увеличился уровень обслуживания, а торговые места обеспечены высококачественными

продуктами в необходимом объеме. Все без исключения поставщики сети могут пользоваться бесплатным порталом. Для подсоединения к нему фирмам следует прибегнуть к ответственному менеджеру по цепочкам поставок.

Для рассмотрения и усовершенствования деятельности фирмы учтен раздел «Архив», в каком показаны нынешние характеристики. Кроме того, источник дает возможность составлять ранги учреждений, честно исполняющих требования соглашения. Концепция автоматически сопоставляет фактические данные с предполагаемыми объемами и сроками поставки и демонстрирует их пользователям.

В АО «Тандер» «Магнит Косметик» вся документация представлена в электронном виде, что очень удобно как для качественного отслеживания всех документов, так и для самих сотрудников компании. Таким образом, это позволяет им еще эффективнее выполнять свою работу, уделять больше времени покупателям, а не возиться с документами.

#### Заключение

В результате изучения данной организации можно сделать вывод о том, что планирование и организация внутрипроизводственных логистических процессов в АО «Тандер» «Магнит Косметик» автоматизирована, что достаточно эффективно позволяет им устойчиво сохранять свое место на рынке.

Ознакомившись с информацией, представленной выше, делаем вывод, что в АО «Тандер» «Магнит Косметик» созданы все условия для рационального хранения товаров и подготовки их к продаже, это существенно облегчает процесс непосредственного обслуживания покупателей. Товары надлежащим образом подготавливаются к продаже, рационально подбирают ассортимент, и они правильно размещают их в торговом зале. Именно поэтому приходя в «Магнит Косметик» покупателям удобно ориентироваться и находить тот товар, который их интересует в данном магазине. Исходя из этого мы видим эффективность планирования торгового подразделения АО «Тандер» «Магнит Косметик».

Также вся документация представлена в электронном виде, что очень удобно как для качественного отслеживания всех документов и логистических процессов, так и для самих сотрудников компании. Таким образом, это позволяет им еще эффективнее выполнять свою работу, уделять больше времени покупателям, а не возиться с документами.

Список используемых источников

1. Аникин Б.А. Коммерческая логистика. - М.: Проспект, 2019. - 648 с.;
2. Аникина Б.А. Логистика и управление цепями поставок. Теория и практика. Основные и обеспечивающие функциональные подсистемы логистики. - М.: Проспект, 2019;
3. Степанов В.И. Логистика. - М.: Проспект, 2018;
4. Официальный сайт АО «Тандер» «Магнит Косметик», 2018-2020
5. Внутризаводская логистика складского хозяйства Перфильева А.И.1, Максимов И.М. 2019. № 5
6. Документы [Электронный ресурс]. Электрон. Дан. Режим доступа <http://www.consultant.ru/search/?q=документы> – Заглавие с экрана - (Дата обращения 17.06.22)
7. Моисеева Н.К. Экономические основы логистики: учебник для студентов вузов электрон. дан. Режим доступа: <https://magnitcosmetic.ru> (дата обращения 20.06.22)
8. Аникин, Б.А., Тяпухин, А.П. Коммерческая логистика: Учебник / Б.А. Аникин, А.П. Тяпухин. - М.: Проспект, 2019.
9. Мельников, В.П. Логистика / В.П. Мельников, А.Г. Схирладзе, А.К. Антонюк. - М.: Юрайт, 2020.
10. Логистика: учебное пособие / [Б. А. Аникин и др.]. – М.: Проспект, 2019.

## Приложения