

**Частное учреждение профессионального образования  
ИРКУТСКИЙ ГУМАНИТАРНО-ТЕХНИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ (г. УСТЬ-КУТ)**

---

---

**ОТЧЕТ ПО ПРАКТИКЕ**

Производственная

---

указать вид практики (производственная преддипломная практика)

---

ПМ.01 Планирование и организация логистического процесса

---

индекс и наименование профессионального модуля  
в организациях (в подразделениях) различных сфер деятельности

---

АО Алроса-Терминал

---

(место прохождения практики: наименование юридического лица / Ф.И.О.  
индивидуального предпринимателя)

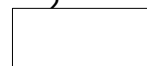
---

(период прохождения практики)

Студента (ки)	Родниной Влады Сергеевны
	_____
	(ф.и.о. полностью в родительном падеже)
специальности	38.02.03 Операционная деятельность в логистике
	_____
	__3__ курса очной формы обучения
	«__» _____ 20__ г.
Руководитель	__Везинг Галина Михайловна
	_____
	(ф.и.о. полностью)
	«__» _____ 20__ г.
Оценка	_____
	_____
	(подпись руководителя (без расшифровки))

Содержание

Введение.....	3
ГЛАВА 1 ПЛАНИРОВАНИЕ И ОРГАНИЗАЦИЯ ЛОГИСТИЧЕСКОГО ПРОЦЕССА В ОРГАНИЗАЦИЯХ (В ПОДРАЗДЕЛЕНИЯХ) РАЗЛИЧНЫХ СФЕР ДЕЯТЕЛЬНОСТИ.....	4
1.1 Структура организации «АЛРОСа–Терминал».....	4
1.2 Стратегическое и оперативное логистическое планирование на уровне подразделения (участка) логистической системы с учетом целей и задач организации в целом.....	6
1.3 Выбор поставщиков и перевозчиков.....	8
1.4 Выбор типа посредников и каналы распределения.....	11
1.5 Организация материальных потоков на производстве.....	13
1.6 Интервью-беседа с логистом предприятия «АЛРОСа-Терминал».....	15
ГЛАВА 2 ДОКУМЕНТАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ЛОГИСТИЧЕСКОГО ПРОЦЕССА.....	17
2.1 Документооборот в рамках участка логистической системы.....	17
2.2 Управление запасами и распределительных каналов.....	19
2.3 Анализ на уровне подразделения логистической системы управления запасами и распределительных каналов.....	21
Заключение.....	26
Список использованных источников.....	27
Приложения.....	28



## Введение

Практика является одной из неотъемлемых частей подготовки квалифицированных специалистов всех специальностей, в том числе и 38.02.03 «Операционная деятельность в логистике». Во время прохождения практики происходит закрепление и конкретизация результатов теоретического обучения, приобретения умений и навыков практической работы по избранной специальности и присваиваемой квалификации.

Объектом исследования отчета по ознакомительной практике стало предприятие АО «АЛРОСа-Терминал».

Задачами практики являлось:

ПК 1.1. Принимать участие в разработке стратегических и оперативных логистических планов на уровне подразделения (участка) логистической системы с учетом целей и задач организации в целом. Организовывать работу элементов логистической системы.

ПК 1.2. Планировать и организовывать документооборот в рамках участка логистической системы. Принимать, сортировать и самостоятельно составлять требуемую документацию.

ПК 1.3. Осуществлять выбор поставщиков, перевозчиков, определять тип посредников и каналы распределения.

ПК 1.4. Владеть методикой проектирования, организации и анализа на уровне подразделения (участка) логистической системы управления запасами и распределительных каналов.

ПК 1.5. Владеть основами оперативного планирования и организации материальных потоков на производстве.

# ГЛАВА 1 ПЛАНИРОВАНИЕ И ОРГАНИЗАЦИЯ ЛОГИСТИЧЕСКОГО ПРОЦЕССА В ОРГАНИЗАЦИЯХ (В ПОДРАЗДЕЛЕНИЯХ) РАЗЛИЧНЫХ СФЕР ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

## 1.1 Структура организации «АЛРОСа–Терминал»

«Алроса-Терминал»– акционерное общество, основным видом деятельности которого является переработка и хранение грузов. Предприятие расположено на левом берегу реки Лена в черте г. Усть-Кут Иркутской области. История АО «Алроса-Терминал» берет начало с 1951 года и на сегодняшний день предприятие имеет рекомендацию на рынке логистических и производственных услуг как высокопрофессиональный участник и надежный бизнес-партнер.

АО «Алроса-Терминал» представляет собой речной порт, осуществляющий перевалку грузов с железнодорожного на речной/авто транспорт. В отличие от других предприятий города, оказывающих схожие услуги, выгрузка в порту производится круглосуточно в течение круглого года, с последующей отгрузкой на авто-, а в навигационный период и на речной транспорт. Географическое расположение материально-технической базы общества позволяет принимать грузы любого вида: от товарно-штучного до нефтепродуктов, и отгружать их на все виды транспорта, включая железнодорожный, автомобильный и водный речной.

Кроме обработки и хранения грузов АО «Алроса-Терминал» оказывает ряд дополнительных услуг. Так при необходимости предприятия и компании города и области могут арендовать на территории общества крытые теплые склады, оборудованные площадки для хранения грузов, а также офисные помещения. На базе «Алроса-Терминал» работают сварочный и столярный цеха, налажено производство окон и дверей.

АО «Алроса-Терминал» постоянно проводит мониторинг сферы оказания услуг и старается организовывать свой бизнес для максимального удобства своих клиентов, предлагая полный комплекс услуг.

АО «Алроса-Терминал» оказывает ряд дополнительных услуг. Так при необходимости предприятия и компании города и области могут арендовать на территории общества крытые теплые склады, оборудованные площадки для хранения грузов, а также офисные помещения. На базе «Алроса-Терминал» работают сварочный и столярный цеха, налажено производство окон и дверей.

АО «Алроса-Терминал» постоянно проводит мониторинг сферы оказания услуг и старается организовывать свой бизнес для максимального удобства своих клиентов, предлагая полный комплекс услуг.

АО «Алроса – Терминал» приняло решение о полномасштабном разворачивание нового направления – оказание автотранспортных услуг. В феврале 2017 года компания купила 5 автопоездов в составе седельных тягачей марки Scania с колесной формулой 6х6 и бортовыми полуприцепами грузоподъемностью по 35 тонн. В мае 2017 года, были закуплены еще 10 автопоездов в аналогичных комплектациях.

Таким образом, компания имея в своем составе 15 автопоездов, может предложить услуги по автоперевозке грузов по территории Иркутской области и Республики Саха (Якутия). Услуги по перевозке грузов, клиент может заказать как отдельный вид, либо в полном комплексе, который включает прием, перевалку, хранение и доставкой до конечного пункта.

## **1.2 Стратегическое и оперативное логистическое планирование на уровне подразделения (участка) логистической системы с учетом целей и задач организации в целом**

Логистическое планирование - это систематический процесс постановки логистических целей, выбора путей их достижения, формирования управленческих решений и прогнозирования последствий этих действий.

В общем случае, осуществляется на двух уровнях: высшем - стратегическом и подчиненном ему - оперативном. Оперативное логистическое планирование по срокам и по детализации конкретизирует и создает предпосылки для выполнения планов более высокого - стратегического уровня.[1]

Разработка логистической стратегии занимает центральное место в фирме наряду с корпоративной маркетинговой и производственной стратегиями и установлением миссии логистической системы. Логистическая стратегия не должна противоречить вышеуказанным стратегиям.

Стратегический логистический план, как правило, разрабатывается на 5 —15 лет.

При выработке логистической стратегии необходимо ответить на ряд ключевых вопросов, таких как: какой тип компании мы представляем сейчас и какой тип компании мы хотим представить в будущем, кто наши потребители, какова природа внешней среды, каковы особенности нашего бизнеса, каковы альтернативные возможности развития нашего бизнеса, каковы наши сильные и слабые стороны, каковы основные стратегии организации, каковы в обозначенных условиях основные цели и задачи логистической стратегии, какой бюджет необходим для реализации стратегического логистического плана, как организовать мониторинг

выполнения стратегического плана, каковы риски, связанные с выполнением логистической стратегии, и т. п. Ответив на поставленные вопросы, компания накапливает фундамент для разработки логистической стратегии, которая осуществляется в четыре этапа: оценка ситуации, анализ возможностей, установление приоритетов и выполнение стратегического плана.[2]

Основными целями логистической стратегии обычно являются: уменьшение затрат, минимизация инвестиций в логистическую систему, улучшение логистического сервиса.

Таким образом, с помощью стратегического планирования определяются цели и задачи логистической системы и находятся оптимальные способы их достижения.

Судоходная компания «АЛРОСА-Терминал» в навигационный период перевезла 284 000 тонн грузов, в том числе 169 000 тонн горюче-смазочных материалов и 115 000 тонн сухогрузов. Фактический объем грузоперевозок оказался выше планового показателя на четыре процента, сообщает пресс-служба компании.

Навигация в нынешнем году началась 4 мая в Усть-Куте, а завершающая разгрузка в порту Ленска состоялась 23 октября. Отгрузка и перевозка МТР в течение сезона шла с двух направлений: из Усть-Кутского транспортного узла и из Мохсоголлоха.

За последние годы нефтеналивной флот компании был существенно обновлен и модернизирован. За короткое время были переоборудованы две действующие баржи и модернизирован теплоход «Алексей Пахомов». А в сентябре 2019 года в распоряжение судоходной компании поступили две новые несамоходные нефтеналивные баржи. Благодаря модернизации нефтеналивного флота, АЛРОСА не только сможет своими силами почти полностью покрыть потребности в завозе жидкого топлива, но и существенно повысит безопасность его перевозки.

### 1.3 Выбор поставщиков и перевозчиков

Выбор вида транспортировки, вида транспорта и логистических посредников осуществляется на основе системы критериев. К основным критериям при выборе способов доставки и вида транспорта относят:

- минимальные затраты на транспортировку;
- время доставки груза;
- максимальная надежность и безопасность;
- минимальные затраты, связанные с запасами в пути;
- мощность и доступность видов транспорта;
- продуктовая дифференциация.

На выбор транспортного средства и способа доставки грузов наибольшее влияние оказывают затраты. Согласно концепции полной стоимости следует сформировать систему движения материального потока таким образом, чтобы общая сумма затрат была минимальной. В этом случае низкая надежность транспортировки - это не только время, на которое опоздал товар относительно запланированного срока, а также убытки из-за простоя производственных мощностей по причине отсутствия материалов или комплектующих, убытки, связанные с выходом на рынок с товаром позже конкурентов, убытки за срыв выгодного контракта и т.д.[3]

Соответственно, в качестве факторов, влияющих на полную стоимость доставки товаров, рассматриваются также надежность доставки, доступность транспортных услуг, способное перевозит товар без повреждений и т.д.

Центральное место среди вторых при принятии решений по транспортировке занимает процедура выбора перевозчика (перевозчиков). Есть два варианта решения этой проблемы: первый (дороже, но проще) - выбор и все последующие действия поручаются транспортно-



экспедиционной фирме; другой (более сложный, но более дешевый) - решение проблемы самостоятельно.[4]

При выборе перевозчика собственными усилиями менеджер должен опираться на определенную систему выбора, алгоритм которой похож на выбор поставщика. При этом следует определить основные критерии оценки возможных перевозчиков, установить значимости каждого критерия и, проведя оценку всех вариантов, выбрать несколько из них, которые наиболее полно удовлетворяют выбранным критериям.[5]

В числе факторов, влияющих на выбор перевозчика выступают:

- его финансовая стабильность;
- наличие дополнительных услуг по экспедиционному обслуживанию, комплектации и доставке груза;
- гибкость маршрута транспортных средств;
- возможность переадресации груза в пути;
- регулярность работы транспорта;
- квалификация персонала перевозчика;
- контроль движения товара в пути с помощью средств связи;
- гибкость тарифных схем перевозок;
- порядок передачи заявки на доставку;
- качество транспортных услуг;
- экологичность транспортных средств.

Окончательный выбор поставщика производится лицом, принимающим решение в отделе логистики (закупок), и, как правило, не может быть полностью формализован.

Среди наиболее распространенных методов выбора поставщика можно

указать метод рейтинговых оценок, который, в свою очередь, является разновидностью метода категорий предпочтения. После отбора критериев выбора поставщика их значимость обычно устанавливается экспертным путем сотрудниками службы снабжения закупок или привлеченными экспертами. Итоговое значение рейтинга определяется путем суммирования произведений значимости (веса) критерия на его экспертную балльную оценку (например, по 10-балльной системе) для данного поставщика. Рассчитывая, рейтинг для разных поставщиков и сравнивая полученные значения, определяют наилучшего партнера. Если рейтинговая оценка дает одинаковые результаты для двух и более поставщиков по основным критериям, то процедуру повторяют уже с использованием дополнительных критериев оценки. В случае с потенциальными поставщиками трудность состоит в том, что тяжело (иногда практически невозможно) получить объективные данные, необходимые для работы экспертов. Окончательная оценка в соответствии с алгоритмом дает фирме-покупателю основу для объективных суждений о товарах и услугах, предоставляемых конкретным поставщиком (продавцом). Акцент может ставиться на любом из аспектов, наиболее интересующих покупателя, о чем он может судить по своему опыту приобретения необходимой ему продукции.[5]

Партнёры АЛРОСа-Терминал:

1. Верхнечонскнефтегаз. Разработчик одного из крупнейших в Восточной Сибири нефтегазоконденсатного месторождения.
2. Иркутская нефтяная компания. Группа компаний занятых геологической разведкой и добычей углеводородов.
3. РН-Снабжение. Хранение и доставка материально-технических ресурсов на объекты нефтедобычи ТНК-ВР.
4. Стройтранснефтегаз. Одна из ведущих строительных компаний России в рамках инфраструктурных проектов нефтегазовой отрасли.
5. Газартстрой. Строительство, реконструкция и капитальный ремонт.

## 1.4 Выбор типа посредников и каналы распределения

Логистический\_канал\_распределения — это совокупность независимых юридических или физических лиц, участвующих в процессе продвижения товара от производителя к потребителю, а также сопутствующий этому движению сервис.

Канал распределения характеризуют его длина и ширина. Под длиной канала\_подразумевают число промежуточных звеньев, выполняющих работу по продвижению товара от производителя к потребителю. Канал длиной, равной нулю, называется каналом прежнего маркетинга, так как в нем нет промежуточных звеньев, он состоит только из продавца и потребителя.[6]

Ширина канала распределения — число участников канала распределения, выделяемое для каждого уровня канала.

Одноуровневый\_канал предполагает наличие одного посредника. На потребительских рынках этим посредником обычно бывает розничный торговец, а на рынках товаров промышленного назначения им нередко оказывается агент по сбыту или брокер.[7]

Двухуровневый\_канал включает двух посредников. На потребительских рынках такими посредниками обычно становятся оптовые и розничные торговцы, на рынках товаров промышленного назначения это могут быть промышленный дистрибьютор и дилеры.

Трехуровневый канал охватывает трех посредников. Существуют каналы и с большим числом уровней, но они встречаются реже.

С точки зрения производителей, чем больше уровней имеет канал распределения, тем меньше возможностей контролировать его. [8]

При формировании канала распределения товара на первое место выдвигается решение о структуре канала, т. е. о числе уровней канала и конкретном составе участников канала.

При выборе оптовых посреднических предприятий промышленные фирмы принимают во внимание следующие основные соображения:

- уверенность поставщика в заинтересованности посредников установить с ним взаимоотношения по сбыту товаров;
- хорошее знание оптовиком товара поставщика;
- достаточная степень надежности положения того или иного оптового предприятия в определенной отрасли промышленности;
- наличие у посредника складских емкостей и его готовность хранить у себя запасы-продукции поставщика;
- прочность финансового положения посредника и обоснованность проводимой им политики цен и др.

Типы посредников:

Дилеры – это оптовые (реже розничные) посредники, которые ведут операции от своего имени и за свой счет.

Дистрибьюторы – оптовые и розничные посредники, ведущие операции от имени производителя и за свой счет.

Комиссионеры – это оптовые и розничные посредники, ведущие операции от своего имени и за счет производителя..

Агенты – посредники, выступающие в качестве представителя или помощника другого, основного по отношению к нему лица (принципала).

Брокеры – посредники при заключении сделок, сводящие контрагентов. Брокеры не являются собственниками продукции, как дилеры или

дистрибьюторы, и не распоряжаются продукцией, как дистрибьюторы, комиссионеры или агенты.[9]

### **1.5 Организация материальных потоков на производстве**

Материальный поток на своем пути от первичного источника сырья до конечного потребителя проходит ряд производственных звеньев. Управление материальным потоком на этом этапе имеет свою специфику и носит название производственной логистики, которая рассматривает процессы, происходящие в сфере материального производства, т. е. в сфере производства материальных благ и материальных услуг.

Производственный процесс представляет собой совокупность трудовых и естественных процессов, направленных на изготовление товаров заданного качества, ассортимента и в установленные сроки.

Все производственные процессы делятся на основные и вспомогательные. Задачи производственной логистики касаются управления материальными потоками внутри предприятий, создающих материальные блага или оказывающих такие материальные услуги, как хранение, фасовка, развеска, укладка и др.

Главной задачей производственной логистики является обеспечение производства продукции необходимого качества в установленные сроки, непрерывного движения предметов труда и непрерывной занятости рабочих мест. Объекты логистики – потоковые и материальные процессы.

Характерная черта объектов изучения в производственной логистике – их территориальная компактность. В литературе их иногда называют островными объектами логистики.

Логистические системы, рассматриваемые производственной логистикой, называются внутрипроизводственными логистическими системами. К ним можно отнести промышленные предприятия, оптовые предприятия, имеющие складские сооружения, узловую грузовую станцию,

узловой морской порт и др. Внутрипроизводственные логистические системы можно рассмотреть на макро– и микроуровнях.

На макроуровне внутрипроизводственные логистические системы выступают в качестве элементов макрологистических систем. Они задают ритм работы этих систем, являются источником материальных потоков. Возможность адаптации макрологистических систем к изменениям окружающей среды в большой степени определяется способностью входящих в них внутрипроизводственных логистических систем быстро менять качественный и количественный состав выходного материального потока, т. е. ассортимент и количество выпускаемой продукции.[10]

Качественная гибкость внутрипроизводственных логистических систем может обеспечиваться за счет наличия универсального обслуживающего персонала и гибкого производства.

На микроуровне внутрипроизводственные логистические системы представляют собой подсистемы, которые находятся в отношениях и связях друг с другом, образующих определенную целостность, единство. К этим подсистемам относятся закупка, склады, запасы, обслуживающие производства, транспорт, информация, сбыт и кадры (обеспечивают вхождение материального потока в систему, прохождение внутри нее и выход из системы).

В соответствии с концепцией логистики построение внутрипроизводственных логистических систем должно обеспечить возможность постоянного согласования и взаимной корректировки планов и действий снабженческих, производственных и сбытовых звеньев внутри предприятия. [11]

## 1.6 Интервью-беседа с логистом предприятия «Алроса-Терминал»

### Интервью с логистом

1. Расскажите о своей работе в двух словах?

- Когда у тебя наработана база клиентов, в двух словах не расскажешь. Запросы на расчеты перевозок есть всегда. Или например, необходимо посчитать сложный маршрут по новому направлению. Нужно учитывать все параметры груза, его свойства. Стараюсь находить такой вариант доставки груза, чтобы сэкономить средства заказчику. Я так же являюсь потребителем, и знаю, что затраты с логистики ложатся на плечи нас, обычных людей, когда мы приобретаем продукты или какие-нибудь строительные материалы.

2. Вопрос немало важный – ценовая политика компании Алроса-Терминал : скажите у вас бывают скидки клиентам?

- Скидки да, бывают, от сезона зависит. Мы в целом лояльная компания, но поверьте, бывает и так что людям дорого, а нам не выгодно дешевле. Сетевики (другие популярные тк) везут в одной машине груз 200 клиентов, мы не больше 20 берем. Мы при таком объеме держим сервис, все документы отслеживаем, все погрузки и выгрузки фиксируются на видео. Поэтому это выбор клиента, переплачивать 1000 рублей за сервис или потом искать, кто у сетевиков виноват был при порче или потери груза. Вам заплатят страховку 10% от стоимости перевозки, так как страхование груза тоже не дешевое удовольствие, за это клиенты не хотят платить. Поэтому лучше выбирать сервис, у нас все прозрачно в этом вопросе.

3. Вопрос кстати – вот мне нужно перевести небольшой груз массой в 1кг –возьметесь?

- Скорее всего бюджетно нет. Наш профиль перевозки грузов от 100 кг.

4. А как насчет не габаритного груза?

- Без проблем, регулярно сталкиваемся, опыт и технические средства позволяют работать с негабаритом. Не так давно отгружали прехитер для Амурского ГПЗ, большая тепловая труба, при выгрузке было задействовано 40 человек.

#### 5. Как формализовать логистические процессы ?

- требуется последовательно сформулировать те процессы, которые вы относите к логистическим. Затем составить схему, состоящую из логистических процессов. Далее сформировать поток действий в рамках этих процессов, проверить их на непротиворечивость и цикличность, разработать показатели оценки эффективности. Затем оформить и раздать регламенты по ответственным.



## ГЛАВА 2 ДОКУМЕНТАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ЛОГИСТИЧЕСКОГО ПРОЦЕССА

### **2.1 Документооборот в рамках участка логистической системы**

Документооборот - это движение документов с момента их создания или получения до завершения исполнения, отправки или сдачи в дело. Организация документооборота - это правила, в соответствии с которыми происходит движение документов в учреждении. Документооборот является важным звеном делопроизводства, так как определяет не только инстанции движения документов, но и скорость этого движения.

Основными характеристиками документооборота являются маршрут движения, который включает все инстанции на пути движения документа от создания черновика (или от получения) до подшивки в дело, и время, затрачиваемое на прохождение документов по этому маршруту. Отсюда главное правило организации документооборота - оперативное прохождение документа по наиболее короткому и прямому маршруту с наименьшими затратами времени.

Какая бы технология обработки документов ни использовалась, организация документооборота должна основываться на определенных принципах, или правилах, обеспечивающих оперативное прохождение документов по наиболее короткому пути с минимальными затратами времени. К таким принципам организации документооборота относятся следующие:

- централизация операций по приему, первичной обработке и отправке документов (это означает, что все документы, поступающие в организацию всеми способами доставки (по почте, факсу, электронной почте и др.) и отправляемые из организации, обрабатываются в службе документационного обеспечения управления);

- максимальное сокращение числа инстанций прохождения и исключение возвратных движений документа, не обусловленных деловой необходимостью (возвратным считается такое движение документа, при котором он поступает в ту инстанцию, в которой уже проходил обработку);

- маршрутизация отдельных видов документов (разработка схем прохождения документов);

- однократность регистрации документов (документы, поступающие в организацию и создаваемые в организации, регистрируются один раз: входящие - при поступлении, внутренние и исходящие - при создании; регистрация документов может осуществляться в службе документационного обеспечения управления учреждения или в структурном подразделении);

- организация предварительного рассмотрения документов (распределение документов, поступивших в организацию, на документы, направляемые на резолюцию руководителю, его заместителям и передаваемые на исполнение непосредственно в подразделения; предварительное рассмотрение проводит специалист службы ДОУ (секретарь-референт или помощник руководителя);

- вынесение конкретных резолюций, по возможности точно определяющих исполнителя, поручение, срок исполнения;

- исключение необоснованных согласований, организация параллельного согласования документов одновременно несколькими работниками (копирование проекта документа или передача его по электронной почте одновременно всем заинтересованным лицам);

- снижение уровня подписания документов;

- исключение или максимальное ограничение возвратных движений документов (при их обработке - регистрация и доставка, при их подготовке - визирование и согласование и т. д.);

- максимальное единообразие в порядке прохождения и процессах обработки основных категорий документов, исходя из того, что каждое перемещение документа должно быть оправданным. [12]

Документы, которые использует документооборот:

1. Товарно-транспортная накладная 1-Т.
2. М-4. Приходный складской ордер.
3. Торг – 1. Акт о приемке товаров.
4. Торг-12. Товарная накладная.

Товарно транспортная накладная – это предназначенная для учёта движения товарно-материальных ценностей при их перемещении с участием транспортных средств и является основанием для списания у грузоотправителя и оприходования их у грузополучателя. (Приложение № 1)

М-4. Приходный складской ордер- это список товарных ценностей или материальных объектов, приобретенных у поставляющей организации и полученных покупателем после осуществления всех процессов, предусмотренных договором. (Приложение № 2)

Торг – 1. Акт о приемке товаров – это один из первичных документов, который применяется для учёта поступления ТМЦ. (Приложение № 3)

Торг-12. Товарная накладная – это накладная которая оформляется поставщиками покупателю. (Приложение № 4)

Нормативные документы «АЛРОСа–Терминал»:

1. Кодекс деловой этики поставщиков.
2. Положение о закупках утв. НС 15.11.2018 с изм. от 03.09.2020

## **2.2 Управление запасами в распределительных каналах**

Потребности фирмы в запасах определяются инфраструктурой логистики и заданным уровнем сервиса. Теоретически компания может хранить запасы произведенных товаров на складских помещениях,

предназначенных для обслуживания каждого клиента. Но лишь немногие деловые предприятия могут позволить себе такую роскошь, т.к. это влечет за собой высокий риск и большие общие издержки. Обычно задача состоит в том, чтобы обеспечить желательный уровень сервиса при минимальном объеме запасов, с которым связаны наименьшие общие издержки. Избыточные запасы порой компенсируют отсутствие продуманного плана при формировании логистической инфраструктуры, а также недостатки в управлении, и в конце концов оборачиваются более высокими, чем требуется, общими издержками логистики.

Любая стратегия логистики призвана удерживать величину финансовых активов, «связанных» в запасах, на минимально возможном уровне. Основная цель управления запасами -- добиться скорейшей оборачиваемости запасов в процессе удовлетворения запросов потребителей.

Толковая политика управления запасами строится на избирательном распределении ресурсов по пяти признакам, к которым относятся: сегментация потребительского рынка (состава потребителей), требуемый ассортимент продуктов, интеграция грузоперевозок, временные потребности, требования конкуренции. Коротко рассмотрим каждый из признаков, лежащих в основе такой избирательности.

Каждое деловое предприятие, продающее продукцию широкому кругу потребителей, сталкивается с тем, что разные сделки обладают для него разной прибыльностью. Некоторые группы потребителей приносят фирме больше прибыли и к тому же имеют потенциал роста, тогда как другие - нет. Прибыльность потребителя зависит от типа приобретаемых им продуктов: объема продаж; цены; требуемых услуг, при оказании которых создается добавленная стоимость; дополнительных действий, необходимых для поддержания устойчивых деловых связей. Высокоприбыльные группы потребителей образуют основной рынок для компании. Стратегия управления запасами должна быть нацелена на удовлетворение запросов

каждой из таких ключевых групп потребителей. Секрет эффективной сегментации логистических операций кроется в правильной расстановке приоритетов при управлении запасами, смысл которой в полном обеспечении ключевых потребителей.

"АЛРОСа-Терминал" является динамично развивающейся компанией,. При этом капитальные вложения направляются не только в объекты собственной производственной деятельности (горно-обогатительные комбинаты, горно-добывающие карьеры, шахты и т.д.), но и на реализацию диверсификационных проектов (в частности, проектов по созданию нефтегазодобывающих и нефтеперерабатывающих предприятий на территории, прилегающей к региону основной, алмазодобывающей, производственной деятельности "АЛРОСа-Терминал").

Главная цель закупочной логистики определена как оптимальное материально-техническое обеспечение деятельности предприятия; при этом под оптимальным МТО подразумеваются такие его качественные характеристики, как: закупки материально-технических ресурсов в соответствии с реальными нуждами производства, организация обеспечения структурных подразделений предприятия материалами и оборудованием в объемах, номенклатуре, по срокам и качеству максимально соответствующим технологии производства, минимизация затрат на МТО производства при соблюдении уже перечисленных требований.

### **2.3 Анализ на уровне подразделения логистической системы управления запасами в распределительных каналах**

Распределение (сбыт) готовой продукции представляет собой промежуточное звено между производством материально-технических ресурсов и их потреблением, обеспечивающее непрерывность

оборачиваемости оборотных средств в производстве и являющееся важным фактором процесса воспроизводства.

Очень часто используется такое понятие, как логистическая сеть распределения, которое подменяет понятие логистической системы распределения. Но в то же время очень часто под логистической сетью распределения понимают совокупность каналов сбыта продукции одного конкретного предприятия.

Алгоритм формирования эффективной логистической системы:

1) Определение потенциала предприятия. Здесь необходимо определить номенклатуру продукции и зоны сбыта. Нужно четко определить какой продукт предприятие собирается продвигать на рынок, в чем его особенность, кто конечные потребители этого продукта, где они предпочитают покупать товар (в каких магазинах или на каких складах).

Предприятие должно реально оценить свою возможность, выбрать какой зоне (региону), учитывая свои финансовые, кадровые и другие ресурсы, оно действительно может уделить достаточно внимания. Захват территорий может (а возможно, должен) проводиться постепенно: когда работа в одном регионе налажена и процессы сбыта относительно стабильны, тогда можно приступить к освоению следующих зон, куда будет продвигаться товар.

2) Определение стандартов обслуживания клиентов. Для того чтобы получить труднокопируемые конкурентные преимущества, создаются стандарты обслуживания клиентов. Предприятие должно стремиться выгодно отличать себя от конкурентов своим подходом к общению с покупателями, чтобы удерживать нужную категорию клиентов. Клиенты должны почувствовать фирменный стиль. При этом фирменный стиль - это инструмент грамотного обучения сотрудников и потенциальных партнеров

(дистрибьюторов, дилеров), благодаря которому в стандарты закладываются те ценности, которым должно соответствовать поведение продавцов.

3) Определение каналов сбыта и оптимальной конфигурации сети распределения. На данном этапе необходимо принять решение о том, какие каналы сбыта наиболее перспективны для отдельных групп покупателей того или иного товара, т.е. для каждого товара существует свой покупатель и свой способ доведения этого товара: напрямую или через посредника. При проектировании каналов распределения следует тщательно проанализировать каналы сбыта прямых конкурентов и собственные каналы распределения (если таковые имеются). Оценка конкурентов позволит избежать иллюзий по поводу неповторимой привлекательности производителя для потенциальных партнеров, а анализ собственных каналов позволит понять, возможно ли их использовать при небольшой реорганизации для продвижения новых товаров к старым клиентам либо старых товаров к новым клиентам.

4) Отбор и поиск партнеров (участников) цепи поставок. Для того чтобы отобрать партнеров, участвующих в процессе доведения готовой продукции до конечного потребителя, необходимо иметь критерии определения пригодности тех, кого предприятие собирается отобрать.

5) Создание логистической инфраструктуры и отработка процессов логистики. Имея представление о собственных ресурсах и ресурсах партнеров в отношении складов, транспорта, программного обеспечения и т.д., необходимо отработать логистику, т.е. оптимизировать количество складов, их место расположения, функциональное назначение, оптимизировать размеры запасов готовой продукции в звеньях цепи поставок, отработать технологию товародвижения и др. Примечательно, что одним из критериев отбора партнеров может быть наличие собственных складов или собственного транспорта, наличие определенных клиентов и т.п.

Таким образом, логистика может формироваться уже на предшествующих этапах. логистический складской внутрипроизводственный документ

6) Определение обратного товаропотока. Товаропоток может иметь как прямое, так и обратное направление (возврат качественной и некачественной продукции, возврат тары, сервисное обслуживание в послепродажный период, а также утилизация отработанной продукции (если это, конечно, необходимо). Здесь устанавливается не только порядок движения обратного потока, но и ответственные исполнители: производитель или посредник.

7) Окончательное определение функций системы распределения. К этому моменту должны быть учтены все организационные, правовые и экономические аспекты, разграничены полномочия и степень ответственности. Таким образом, формируется состав функций распределительной системы, возлагаемый непосредственно на предприятие-производителя или различного рода посредников, которые участвуют (или будут участвовать) в процессе доведения готовой продукции до конечного потребителя.

8) Создание и обеспечение единого информационного пространства по всей цепи поставок готовой продукции. При этом могут использоваться самые современные информационные технологии.

9) Анализ и оценка сбытовой цепочки. К этому этапу у предприятия уже накоплен опыт, и главное - это правильно определить слабые места, чтобы заняться их устранением. Важную роль в реализации этого этапа играют принятые предприятием системы анализа и контроля сбытовых процессов.

10) Развитие системы распределения. Развитие это преимущество, которое может обеспечить не только конкурентные преимущества на заданном товарном рынке, но и положительно повлиять на общий имидж компании. Любая организация должна стремиться к чему-то большему, даже



несмотря на то, что традиционная организация сбытовых процессов на сегодняшний день вполне устраивает всех участников логистической цепи. Иначе есть опасность упустить факт развития рынка в целом, изменения предпочтений покупателей, хитрые ходы конкурентов.

Процесс проектирования логистической системы управления запасами состоит из следующих основных этапов:

- 1) подготовка исходных данных для проектирования;
- 2) проведение анализа существующей системы по всем комплектующим;
- 3) выявление отклонений параметров системы от желаемых по всем комплектующим (группам комплектующих);
- 4) классификация комплектующих по группам ABC или XYZ.
- 5) моделирование поведения различных групп комплектующих при использовании различных моделей управления запасами;
- 6) разработка логистической системы управления запасами;
- 7) разработка документации для обеспечения деятельности логистической системы управления запасами. [13]

## Заключение

В ходе практики, были приобретены необходимые практические умения и навыки работы, которые понадобятся мне в дальнейшей деятельности. Навыки и умения, приобретенные мной путём непосредственного участия в деятельности организации.

В первой главе собрана и проанализирована информация по планированию и организации логистического процесса в организациях (в подразделениях) различных сфер деятельности. Собрана информация по структуре организации «АЛРОСа–Терминал». Проанализировано стратегическое и оперативное логистическое планирование на уровне подразделения (участка) логистической системы с учетом целей и задач организации в целом. Собрана информация и проведён выбор поставщиков и перевозчиков. Произведён выбор типа посредников и каналы распределения. Проведена организация материальных потоков на производстве. Проведена интервью-беседа с логистом предприятия «АЛРОСа-Терминал».

Во второй главе проведена работа с документооборотом в рамках участка логистической системы. Изучено управление запасами в распределительных каналах. Проведён анализ на уровне подразделения логистической системы управления запасами в распределительных каналах.

По окончанию практики была достигнута главная цель - применение теоретических знаний, полученных в процессе обучения, при решении реальных задач. А также приобретены навыки и опыт практической работы. Данная практика является хорошим практическим опытом для дальнейшей самостоятельной деятельности. За время пройденной практики я познакомилась с новыми интересными фактами.

### Список использованных источников

1. Гаджинский А.М. Основы логистики. — М.: Информационно-внедренческий центр «Маркетинг», 1996.
2. Залманова М.Е. Управление системами переработки, хранения и доставки продукции. — Саратов: СПИ, 1990.
3. Котлер Ф. Основы маркетинга. — М.: Прогресс, 1990.
4. Логистика / Под ред. Б.А. Аникина. — М.: ИНФРА, 1997.
5. Новиков О.А., Семенов А.И. Производственно-коммерческая логистика. — СПб.: Издательство Санкт-Петербургского университета экономики и финансов, 1993.
6. Родников А.Н. Логистика: Терминологический словарь. — М.: Экономика, 1995.
7. Рынок и логистика / Под ред. М.П. Гордона. — М.: Экономика, 1993.
8. Смехов А.А. Введение в логистику. — М.: Транспорт, 1993
9. Зырянов В.В., Миронюк В.П., Шабанов А.В. Методы формирования региональных транспортно-логистических систем: Учебное пособие. - Ростов-н/Д: Рост. гос. строит. ун-т, 2004.
10. Иванов, Д. А. Управление цепями поставок / Д. А. Иванов. – Санкт-Петербург: Издательство Политехнического университета, 2010. – 659 с.
11. Кристофер М. Логистика и управление цепочками поставок / Пер. с англ. под общ. ред. В.С. Лукинского. – СПб.: Питер, 2005. – 316 с.
12. Курочкин, Д. В. Логистика: [транспортная, закупочная, производственная, распределительная, складирования, информационная]: курс лекций / Д. В. Курочкин. – Минск: ФУАинформ, 2012. – 268 с.
13. Лукинский В.С. Модели и методы теории логистики: Учебное пособие. 2-е изд.– СПб.: Питер, 2007. – 448 с.