



ГБОУ СПО «Нижегородский автотранспортный техникум»

ОТЧЕТ

О ПРОХОЖДЕНИИ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

Специальность 38.02.03 Операционная деятельность в логистике

ПМ.01 Планирование и организация логистического процесса в организациях (в подразделениях) различных сфер деятельности

Студента Кочешковой Полины Васильевны

Курс 1, группа 1ЛЗ-22

Форма обучения **заочная**

Срок прохождения практики:

с _____ 2023 г. по _____ 2023 г.;

Проверил(а): Лопаткина Т.Н.

С оценкой _____

Подпись _____

Дата _____

Н. Новгород, 2023

Содержание

Введение

1. Документационное обеспечение логистического процесса

1.1. Понятие документ

1.2. Условия поставки

1.3. Составление договора поставки и его значение

2. Основы планирования и организация логистического процесса в организациях

2.1. Составление совокупного плана

2.2. Выбор перевозчика

2.3. Разработка логистической стратегии

2.4. Логистика и управление цепями поставок

2.5. История развития военной логистики и логистики в гражданской сфере как практики и науки

Заключение

Список литературы

Аттестационный лист

Введение

Целями и задачами учебной практики является формирование у студентов умений, приобретение первоначального практического опыта для последующего освоения общих и профессиональных компетенций в области:

- ❑ Планирования и организации логистических процессов в организации(подразделениях);
- ❑ Определения потребностей логистической системы и ее отдельных элементов;
- ❑ Анализа и проектирования на уровне подразделения (участка) логистической системы управления запасами и распределительных каналов;
- ❑ Оперативного планирования материальных потоков на производстве;
- ❑ Расчетов основных параметров логистической системы;
- ❑ Составления форм первичных документов , применяемых для оформления хозяйственных операций, составления типовых договоров приемки, передачи товарно-материальных ценностей.

Документационное обеспечение логистического прогресса

1.1.Документ — это зафиксированная на материальном носителе информация в виде текста, звукозаписи или изображения с реквизитами, позволяющими её идентифицировать.

В соответствии с российским законодательством документ определяется как «материальный носитель с зафиксированной на нем в любой форме информацией в виде текста, звукозаписи, изображения и (или) их сочетания, который имеет реквизиты, позволяющие его идентифицировать, и предназначен для передачи во времени и в пространстве в целях общественного использования и хранения».

1.2.Договор поставки – это один из видов договора купли-продажи, поэтому к нему применяются общие нормы договора купли-продажи, предусмотренные статьями 454 - 491 ГК РФ. В дополнение к этим положениям надо также учитывать специальные нормы договора поставки в статьях 506 – 534 ГК РФ.

Главным содержанием любого договора являются его условия, согласованные сторонами. Рассмотрим подробнее, какие условия надо прописать в договоре поставки, чтобы он имел юридическую силу.

По степени важности условия договора подразделяются на две группы: существенные и обычные. Существенные условия обязательны для включения в текст договора, т.к. только после достижения сторонами соглашения по таким условиям он будет считаться заключенным.

Прежде всего, необходимо согласовать в договоре поставки его предмет. Учитывая, что договор поставки во многом подчиняется правилам, применяемым к договору купли-продажи, главным существенным условием договора поставки тоже будет условие о товаре, которое выдвигает ст. 455 (3) ГК РФ, а именно - его наименование и количество. Из этого условия должно быть ясно, какой именно товар продавец должен передать покупателю.

Наименование товара не должно иметь обобщенной формулировки типа: «продукты питания», «ГСМ», «товары народного потребления», «медикаменты» и т.д. Существует Общероссийский классификатор

продукции, который подразделяет товары на классы, группы, виды и разновидности.

Например: класс товаров – «Продукция пищевой промышленности», группа – «Изделия кондитерские мучные», вид – «Торты», разновидность – «Торты бисквитные». Чтобы считать наименование товара согласованным сторонами, надо указать классификацию хотя бы вида товара.

Кроме этого, есть еще более узкое деление товаров по моделям, маркам, сортам, артикулам. Наименование товара можно также указывать в соответствии с международными и национальными стандартами, действующими на территории РФ (ГОСТ, ТУ, Технические регламенты и др.) или согласно документации, прилагаемой к товару (техпаспорт, сертификат соответствия, гарантийный талон).

Желательно указывать максимально полное наименование товара, т.к. при недостаточно конкретном его определении существует риск признания договора незаключенным, по причине несогласования его предмета. Чтобы не перегружать описанием товара текст самого договора поставки, к нему часто составляют приложение - спецификацию.

Что касается количества товара, то п. 2 ст. 465 ГК особо оговаривает, что «если договор купли-продажи не позволяет определить количество подлежащего передаче товара, договор не считается заключенным».

Количество товара, подлежащего поставке, можно установить в разных единицах - штуках, единицах измерения длины, веса, объема, площади и др. При сомнениях, чтобы правильно указать единицы измерения количества, можно обратиться к Общероссийскому классификатору единиц измерения.

Условие о количестве товара также будет считаться согласованным, если на момент заключения в договоре указано не определенное количество, а порядок его определения (п. 1 ст. 465 ГК РФ). Порядок определения количества можно согласовать, к примеру, в ситуации, когда продукция, которая должна быть поставлена, еще не произведена поставщиком, и точное количество ее на момент заключения договора неизвестно. В этом случае условие о количестве

может выглядеть так: «Поставщик обязуется производить поставку товара Покупателю ежемесячно в количестве 75% произведенной за месяц продукции».

В отличие от общего договора купли-продажи, еще одним существенным условием договора поставки является срок поставки. Важность этого условия легко понять, если учесть, что стороны договора поставки осуществляют предпринимательскую деятельность, и поставляемые товары будут использованы в производстве или дальнейшей перепродаже, что влечет за собой обязательства покупателя уже перед своими контрагентами.

Срыв сроков поставок поставщиком может привести к серьезным последствиям для покупателя, поэтому в нормах ГК, регулирующих договор поставки, оговорена специальная возможность для покупателя приобрести не поставленные товары у других лиц с отнесением на поставщика всех необходимых и разумных расходов на их приобретение (ст. 520 ГК РФ). В связи с этим, одним из важных приложений договора поставки будет график или календарь поставок.

Помимо указанных выше условий о предмете договора, наименовании и количестве товара, срока поставки к существенным условиям этого вида договора относят также все другие условия, которые одна из сторон требует включить в договор (ст. 432 ГК РФ).

На практике это те условия, которые позволяют наиболее полно описать характеристики товара:

- цена и порядок расчетов;
- качество товара и гарантийный срок;
- ассортимент и комплектность;
- документация, прилагаемая к товару;
- условия поставки и риск случайной гибели товара.

Таким образом, если контрагент требует включить в договор определенные условия, то по таким вопросам стороны в итоге должны прийти к согласию, например, принять такие условия, или отказаться от них, или в чем-то их изменить. Нельзя только делать вид, что партнер ничего подобного не заявлял, т.к. он может сослаться, к

примеру, на преддоговорную переписку. Если согласие по спорному положению не достигнуто, значит, договор считается незаключенным.

К обычным условиям договора поставки относят:

- права и обязанности сторон;
- срок действия договора;
- ответственность сторон;
- форс-мажор;
- изменение, прекращение и расторжение договора;
- порядок разрешения споров.

1.3 Договор поставки.

Договор № 3 поставки товара

Воронежская область, г. Воронеж

19 августа 2019 года.

Общество с ограниченной ответственностью «Торгсетъ», далее именуемое «Покупатель», в лице директора Акулина Игоря Владимировича, действующего на основании Устава, с одной стороны и общество с ограниченной ответственностью «Оптпоставка» далее именуемое «Поставщик», в лице коммерческого директора Володькина Евгения Александровича, действующего в соответствии с доверенностью №АА3351/19 от 11.01.2019 г. сроком действия до 31.12.2019 года, с другой стороны заключили настоящий договор (далее - Договор) о нижеследующем:

1.Предмет договора

1.1.Поставщик обязуется передать в обусловленный Договором срок в собственность Покупателю, а Покупатель обязуется принять и оплатить товар, указанный в Приложении № Error: Reference source not found к Договору - «Спецификация товара» (далее - товар).

2.Комплектность и документы на товар

2.1Комплектность товара указана в Приложении № Error: Reference source not found к Договору («Спецификация товара»).

2.2Передача некомплектного товара недопустима. В противном случае, Покупатель вправе предъявить Поставщику требования, предусмотренные ст. 480 ГК РФ, если только Поставщик, получивший уведомление Покупателя о некомплектности поставленных товаров, без промедления не доукомплектует товары либо не заменит их комплектными.

2.2.1В случае передачи некомплектного товара (ст. 478 ГК РФ) и невыполнения условий п. 2.2. Покупатель вправе по своему выбору потребовать от Поставщика:

- соразмерного уменьшения покупной цены;
- доукомплектования товара в разумный срок;
- потребовать замены некомплектного товара на комплектный;
- отказаться от исполнения Договора и потребовать возврата уплаченной денежной суммы.

2.3. Поставщик обязан передать Покупателю следующие документы:

- товарную накладную (№ ТОРГ-12), которая составляется на каждую партию товара в двух экземплярах (один экземпляр возвращается Поставщику после подписания Покупателем);
- технический паспорт на каждый вид товара.

2.3.1 Накладная и другие документы, передаваемые Покупателю, подлежат передаче ему одновременно с товаром.

3. Качество товара и гарантийный срок

3.1. Передаваемый по Договору товар не был в употреблении и недостатков не имеет.

3.2. Качество товара (автомобильных огнетушителей) должно соответствовать обязательным требованиям, установленным ГОСТу Р51057-2001 или НПБ 155-2002.

3.3. На автомобильные огнетушители устанавливается гарантийный срок продолжительностью 12 месяцев.

Гарантийный срок исчисляется с момента передачи товара Покупателю.

3.4. При получении товаров ненадлежащего качества, Покупатель вправе предъявить Поставщику требования, предусмотренные ст. 475 ГК РФ, если Поставщик, получивший уведомление Покупателя о недостатках поставленных товаров, без промедления не заменит поставленные товары товарами надлежащего качества.

3.5. Покупатель, которому передан товар ненадлежащего качества, вправе по своему выбору потребовать от Поставщика:

- соразмерного уменьшения покупной цены;
- безвозмездного устранения недостатков товара в разумный срок;
- возмещения своих расходов на устранение недостатков товара

При существенном недостатке товара (неустранимый недостаток, недостаток, которые не может быть устранен без несоразмерных расходов или затрат времени, либо выявляются неоднократно) Покупатель вправе по своему выбору:

- в одностороннем порядке отказаться от исполнения Договора и потребовать возврата уплаченной за товар денежной суммы;
- потребовать замены товара ненадлежащего качества на товар, соответствующий Договору.

3.6. Поставщик отвечает за недостатки товара, если не докажет, что они возникли после передачи товара Покупателю вследствие нарушения правил пользования или хранения товара, в том числе по вине третьих лиц, либо обстоятельств непреодолимой силы.

4. Цена и порядок оплаты

4.1. Общая цена товара составляет 150 000 (сто пятьдесят тысяч) рублей. НДС (20%) включен в цену товара

Цена за огнетушитель автомобильный «Огнетуш» составляет 60 000 (шестьдесят тысяч) руб. за 20 штук, из расчета 3000 руб. за 1 штуку.

Цена за огнетушитель автомобильный «АвтоОгоньСтоп» составляет 90 000 (девяносто тысяч) руб. за 20 штук, из расчета 4500 руб. за 1 штуку.

4.2. Цена товара может быть изменена по соглашению сторон.

4.3. Покупатель обязуется произвести предоплату в размере 30 % общей стоимости товара в течение 10 рабочих дней с момента заключения Договора.

Остальную часть цены товара (70% общей стоимости) Покупатель уплачивает в течение 5 рабочих дней после передачи ему товара.

4.4. Проценты на сумму предоплаты (аванса) не начисляются и не подлежат уплате Поставщиком.

Поставщик не имеет права на получение с Покупателя процентов, предусмотренных ст. 317.1 ГК РФ, за пользование суммой отсрочки оплаты.

4.5. Расчеты по Договору осуществляются в рублях в безналичном порядке на расчетный счет Поставщика, реквизиты которого указаны в разделе «Адреса и реквизиты сторон».

4.6. Обязательство Покупателя по оплате считается исполненным в момент списания денежных средств с расчетного счета Покупателя.

4.7. Если Покупатель своевременно не оплачивает переданный в соответствии с Договором товар, Поставщик вправе потребовать оплаты товара и уплаты процентов в соответствии со ст. 395 ГК РФ. Если Поставщик, получивший сумму предоплаты, не исполняет обязанность по передаче товара в установленный настоящим Договором срок, Покупатель вправе потребовать передачи оплаченного товара или возврата суммы предоплаты, уплаченной Покупателем.

5. Срок и условия поставки

5.1. Поставка товара должна быть осуществлена не позднее 30 календарных дней с момента внесения предоплаты, в порядке, предусмотренном п. 4.3. настоящего Договора.

Поставка товара осуществляется путем его доставки Покупателю по адресу: Воронежская область, г. Беляевск, ул. Грозненская, 45.

Право выбора вида транспорта и определения других условий доставки принадлежит Поставщику. Доставка осуществляется за счет Поставщика. Стоимость доставки включена в стоимость товара.

5.2. При нарушении срока поставки товара Покупатель утрачивает интерес к Договору и Поставщик вправе продолжать исполнение Договора только с согласия Покупателя.

5.3. Поставщик считается исполнившим обязанность по поставке товара в момент вручения товара Покупателю.

5.4. Поставляемый товар должен быть затарен (упакован) в обычно применяемую для него тару (упаковку). Тара (упаковка) является одноразовой, возврату Поставщику не подлежит.

5.5. Стоимость тары (упаковки) товара входит в цену товара и отдельно не оплачивается.

5.6. Маркировка товара должна соответствовать обычно предъявляемым требованиям.

5.7. Поставщик обязан застраховать товар в течение 3 дней с момента внесения Покупателем предоплаты в порядке п. 4.3. настоящего Договора. Расходы по страхованию распределяются между сторонами в следующем порядке: 50 % несет Поставщик, 50 % - Покупатель. Стороны должны произвести взаиморасчеты в срок внесения окончательной оплаты за товара, предусмотренной п. 4.3. настоящего Договора.

5.7.1. Условия страхования:

- страховщик АО «СК «СтрахТовар»;
- страховой случай гибель или повреждение товара;
- размер страховой суммы не более 150 000 руб.;
- срок действия договора страхования до 31.12.2019 г.;
- размер страховой премии не должен превышать 6 000 руб.

5.7.2. Если страховщик, не осуществляет страхование в соответствии с условиями Договора, Покупатель вправе застраховать товар и потребовать от обязанной стороны возмещения расходов на страхование либо отказаться от исполнения Договора.

5.8. Право собственности на товар переходит к Покупателю в момент передачи товара.

5.9. Риски случайной гибели и случайного повреждения товара переходят к Покупателю с момента вручения ему товара.

5.10. Права третьих лиц:

5.10.1 Поставщик обязан передать товар свободным от прав и известных притязаний третьих лиц. Виновное не исполнение этой обязанности дает право Покупателю требовать уменьшения цены товара либо расторжения Договора.

5.10.2 При изъятии товара у Покупателя третьими лицами по основаниям, возникшим до исполнения Договора, Поставщик обязан возместить Покупателю убытки в полном объеме.

Если третье лицо по основанию, возникшему до исполнения Договора, предъявит к Покупателю иск об изъятии товара, Покупатель обязан привлечь Поставщика к участию в деле, а Поставщик обязан вступить в это дело на стороне Покупателя. Непривлечение Покупателем Поставщика к участию в деле освобождает последнего от ответственности, при условии и если Поставщик докажет, что в таком случае он мог бы предотвратить изъятие проданного товара. Поставщик, привлеченный Покупателем к участию в деле, но не принявший в нем участия, лишается права доказывать неправильность ведения дела Покупателем.

6. Приемка товара

6.1. Покупатель обязан принять ему товар, за исключением случаев, когда он вправе потребовать замены товара или одностороннего отказа от исполнения Договора.

При отказе Покупателя принимать товар, Поставщик вправе потребовать от Покупателя принять товар или отказаться от исполнения Договора.

6.2. Приемка товара осуществляется с участием представителей стороны, уполномоченных на приемку и подписание товарно-сопроводительных или передаточных документов.

6.3. О нарушении условий Договора, выявленном после приемки товара, Покупатель обязан известить Поставщика в течение 5 календарных дней с момента фактической передачи товара.

7. Ответственность сторон

7.1. Взыскание неустойки с Поставщика возможно по требованию Покупателя в случае:

- некачественного и (или) некомплектного товара. Покупатель вправе потребовать уплаты штрафа в размере 10 % стоимости такого товара.

- неисполнения обязательства по поставке товара к определенному сроку. Покупатель вправе потребовать уплаты Поставщиком штрафа в размере 0,2 % общей стоимости товара за каждый день просрочки.

7.2. Покупатель вправе потребовать возмещения Поставщиком убытков в полной сумме сверх неустойки (штрафная неустойка).

7.3. Взыскание неустойки с Покупателя возможно в случае:

- просрочки внесения предоплаты Поставщик вправе потребовать уплаты Покупателем неустойки (пеней) в размере 0,02% суммы предоплаты за каждый день просрочки.

- просрочки окончательной оплаты поставленного товара Поставщик вправе потребовать уплаты Покупателем неустойки (пеней) в размере 0,03 % от суммы фактической задолженности за каждый день просрочки.

7.4.Поставщик вправе потребовать возмещения Покупателем убытков в полной сумме сверх неустойки (штрафная неустойка).

7.5.Если в разумный срок после расторжения Договора вследствие нарушения обязательства Поставщиком Покупатель купил у другого лица по более высокой, но разумной цене товар взамен предусмотренного Договором, он может предъявить Поставщику требование о возмещении убытков в виде разницы между установленной в Договоре ценой и ценой по совершенной сделке.

Если в разумный срок после расторжения Договора вследствие нарушения обязательства Покупателем Поставщик продал товар другому лицу по более низкой, чем предусмотренная Договором, но разумной цене, Поставщик может предъявить Покупателю требование о возмещении убытков в виде разницы между установленной в Договоре ценой и ценой по совершенной сделке.

8.Изменение и расторжение договора

8.1.Односторонний отказ от исполнения Договора (полный или частичный) или одностороннее его изменение допускаются в случае существенного нарушения Договора одной из сторон (абз. 4 п. 2 ст. 450 ГК РФ).

8.2.Нарушение Договора Поставщиком предполагается существенным в случаях:

- поставки товаров ненадлежащего качества с недостатками, которые не могут быть устранены в приемлемый для Покупателя срок;
- неоднократного нарушения сроков поставки товаров.

Нарушение Договора Покупателем предполагается существенным в случае неоднократного нарушения сроков оплаты товаров.

8.3.Сторона, которой предоставлено право на одностороннее изменение или право на отказ от Договора, должна реализовывать свое право добросовестно и разумно.

8.4.Покупатель вправе отказаться от исполнения Договора, если Поставщик отказывается передать Покупателю проданный товар.

Если Покупатель без надлежащих оснований не принимает товар, Поставщик вправе потребовать от Покупателя принять товар или отказаться от исполнения Договора. Если Покупатель отказывается оплатить товар, Поставщик вправе потребовать его оплаты либо отказаться от исполнения Договора.

9.Разрешение споров

9.1.До предъявления иска заинтересованная сторона (чьи права нарушены), обязана направить другой стороне письменную претензию. Претензия должна содержать требования и их обоснование с указанием нарушенных другой стороной норм законодательства и (или) условий Договора. К претензии прикладываются копии документов, подтверждающих изложенные в ней обстоятельства.

9.2.Получающая сторона, обязана рассмотреть претензию и направить письменный мотивированный ответ в течение 15 календарных дней с момента получения претензии.

9.3.Все споры, вытекающие из Договора, подлежат рассмотрению арбитражным судом в установленном законодательством РФ порядке.

10. Заключительные положения

10.1. Договор действует до 31.12.2019 г., а в части неисполненных обязательств до их полного исполнения.

10.2. Заявления, уведомления, извещения, требования и иные юридически значимые сообщения, влекущие наступление гражданско-правовых последствий для другого лица, влекут адресата соответствующие последствия с момента доставки такого сообщения ему (его представителю).

10.3. Приложение № Спецификация товара

11. Адреса и реквизиты сторон

Покупатель

Поставщик

Наименование: Общество с ограниченной ответственностью «Торгсет»

Наименование: Общество с ограниченной ответственностью «Оптторг»

Адрес нахождения: 123456, Воронежская область, г. Беляевск, ул. Грознинская, 45

Адрес нахождения: 123456, Воронежская область, г. Воронеж, ул. С. Разина, 140

Телефон 8(9435) 46-44-67

Телефон 8(9445) 56-33-76

Электронная почта torgset@mail.ru

Электронная почта optprg@mail.ru

ОГРН 1122233445566

ОГРН 11222335644366

ИНН 1144554477

ИНН 2344554477

КПП 110201001

КПП 230201001

Р/с 4309834623728945007

Р/с 4309834786558945012

В Воронежском филиале АО «Рубльбанк»

В Воронежском филиале ПАО «БанкФинанс»

К/с 3045650040040300202

К/с 304565078654432243

БИК 14578511

БИК 19555565

Директор _____ Акулина И.В.

Директор _____ Володькин Е.А.

М.П.

М.П.

Договор поставки один из видов купли-продажи, по которому продавец, осуществляющий предпринимательскую деятельность, обязуется передать покупателю в обусловленный срок производимые или закупаемые им товары. Они передаются для использования в предпринимательской деятельности или в иных целях, не связанных с личным, семейным, домашним и иным подобным использованием. Сторонами данного вида соглашений являются ИП и юридические лица.

За договор отвечает отдел бухгалтерии, главный бухгалтер.

2.1 Составление совокупного плана

2.1.1. Отдел планирования предприятия разрабатывает совокупный план на период в 6 месяцев. Сотрудники отдела располагают следующей информацией:

Период	1	2	3	4	5	6	итого
Прогноз	200	200	300	400	500	200	1800
Расходы							
Выпуск:							
Нормальный режим работы – 2ДЕ/ед.прод.							
Сверхурочные работы - 3ДЕ/ед.прод.							
Субподряд - 6 ДЕ/ед.прод.							
Запасы - 1 ДЕ/ед.за период при среднем объёме запасов							
Задержанные заказы - 5 ДЕ/ед.прод. за период							

План поддерживает стабильный объём выпуска, преимущественно используя запасы для удовлетворения заказов при неравномерном спросе, однако допускаются и небольшие задержки исполнения заказов. В период 1 уровень начальных запасов нулевой.

Составьте совокупный план и рассчитайте затраты на его реализацию. Объём выпуска при нормальном режиме работы-300 единиц за период. Планируемый конечный уровень запасов равен нулю. В производстве занято 15 рабочих.

Показатель	1	2	3	4	5	6	Итого
Прогноз	200	200	300	400	500	200	1800
Выпуск	300	300	300	300	300	300	1800
Нормальный режим	300	300	300	300	300	300	1800
Сверхурочные работы	-	-	-	-	-	-	-
Субподряды	-	-	-	-	-	-	-

Выпуск-Прогноз	100	100	0	-100	-200	100	
Запасы							
Начальный уровень	0	100	200	200	100	0	
Конечный уровень	100	200	200	100	0	100	
Средний показатель	50	150	200	150	50	50	
Задержка заказов					100		
Расходы:							
Выпуск							
Нормальный режим	600	600	600	600	600	600	3600
Сверхурочные работы	0	0	0	0	0	0	0
Субподряды	0	0	0	0	0	0	0
Запасы	50	150	200	150	50	50	650
Задержанные заказы	0	0	0	0	500	0	500
ИТОГО	650	750	800	750	1150	650	4750

2.1.2. Разработать альтернативный план при следующих условиях.

Один из работников предприятия собирается уйти на пенсию. Вместо найма нового работника решили покрыть нехватку рабочей силы за счет сверхурочных работ. При этом объём выпуска при нормальном режиме работы составляет 280 ед./период. Максимальное количество единиц, производимых сверхурочно, составляет 40 ед./период.

Сравнить альтернативный план с предыдущим.

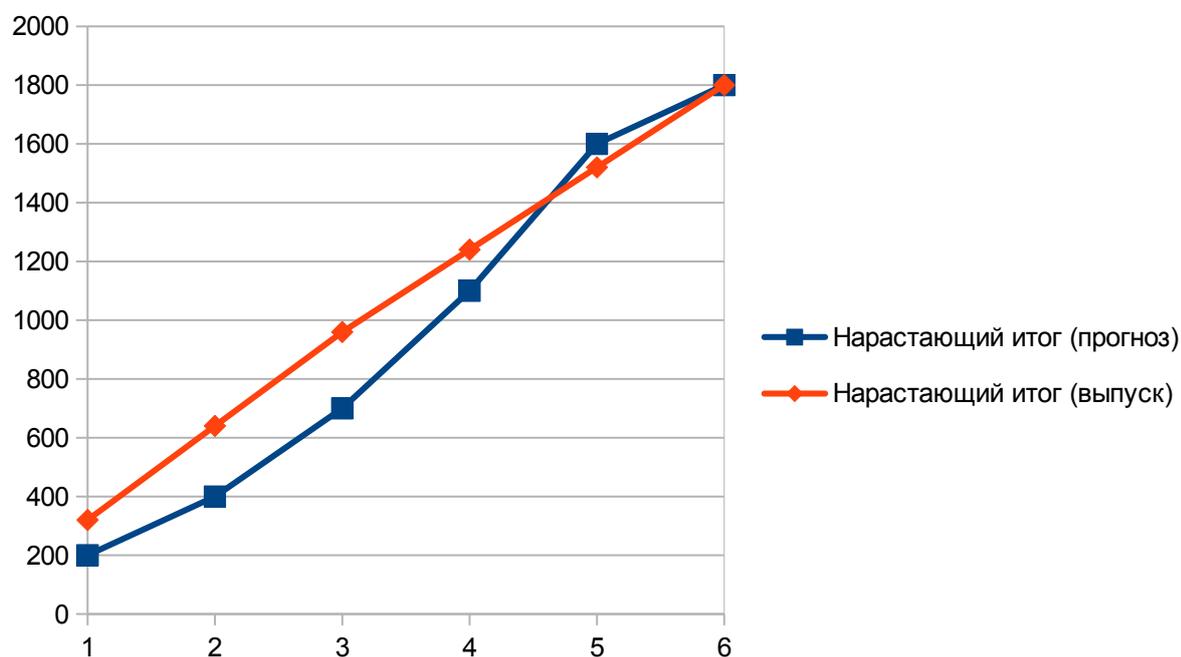
Показатель	1	2	3	4	5	6	Итого
------------	---	---	---	---	---	---	-------

Прогноз	200	200	300	400	500	200	1800
Выпуск	320	320	320	280	280	280	1800
Нормальный режим	280	280	280	280	280	280	1680
Сверхурочные работы	40	40	40				120
Субподряды	-	-	-	-	-	-	-
Выпуск-Прогноз	120	120	20	-120	-220	80	
Запасы							
Начальный уровень	0	120	240	260	140	0	
Конечный уровень	120	240	260	140	0	80	
Средний уровень	60	180	250	200	70	40	
Задержка запасов					80		
Расходы							
Выпуск							
Нормальный режим	560	560	560	560	560	560	3360
Сверхурочные работы	120	120	120	0	0	0	360
Субподряды	0	0	0	0	0	0	0
Запасы	60	180	250	200	70	40	800
Задержанные заказы	0	0	0	0	400	0	400

ИТОГО	860	980	1050	760	1030	600	4920
-------	-----	-----	------	-----	------	-----	------

Из совокупного плана видно, что выгоднее при работе в полном составе рабочих, без сверхурочных работ.

Спрос	200	200	300	400	500	200
Нарастающий итог	200	400	700	1100	1600	1800
Выпуск	320	320	320	280	280	280
Нарастающий итог	320	640	960	1240	1520	1800



2.1.3. Разработать альтернативный план с учетом найма временных работников в периоды пикового спроса взамен сверхурочных, если один работник уходит на пенсию. Затраты на найм и подготовку временного работника составляет 100ДЕ, а

производительность его работы составляет 15ед./период. (у постоянных рабочих 20ед./период).

Показатель	1	2	3	4	5	6	Итого
Прогноз	200	200	300	400	500	200	1800
Выпуск	320	315	295	295	295	280	1800
Нормальный режим	280	280	280	280	280	280	1680
Сверхурочные	40	35	-	-	-	-	75
Субподряды (Найм)			15	15	15		45
Выпуск-Прогноз	120	115	-5	-105	-205	80	
Запасы							
Начальный уровень	0	95	190	185	80	0	
Конечный уровень	120	235	230	125	0	80	
Средний уровень	60	177,5	232,5	177,5	62,5	40	
Задержка заказов					80		
Расходы							
Выпуск							
Нормальный режим	560	560	560	560	560	560	3360
Сверхурочные	120	105	0	0	0	0	225
Субподряды(Найм)	0	0	90	90	90	0	270
Обучение найма	100						100

Запасы	60	177,5	232,5	177,5	62,5	40	750
Задержанные заказы	0	0	0	0	400	0	400
ИТОГО	860	947,5	852,5	797,5	1082,5	600	5105

2.1.4. Директор решил закрыть предприятие на переоборудование в периоде 4, после чего себестоимость продукции не изменится, но объём производства при нормальном режиме составит 450ед/период. Выпуск продукции для периодов 1-3 не изменится, для периода 4 он будет равен 0, а для всех периодов после 4 – 450 ед. Разработать агрегированный план и рассчитать его общую стоимость.

Показатель	1	2	3	4	5	6	Итого
Прогноз	200	200	300	400	500	200	1800
Выпуск	300	300	300	0	450	450	1800
Нормальный режим	300	300	300	0	450	450	1800
Сверхурочные работы	-	-	-	-	-	-	-
Субподряды	-	-	-	-	-	-	-
Выпуск-Прогноз	100	100	0	-400	-50	250	
Запасы							
Начальный уровень	0	100	200	200	0	0	
Конечный уровень	100	200	200	0	0	250	
Средний показатель	50	150	200	100	0	125	
Задержка заказов				200	50		
Расходы							

Выпуск							
Нормальный режим	600	600	600	0	900	900	3600
Сверхурочные работы	0	0	0	0	0	0	0
Субподряды	0	0	0	0	0	0	0
Запасы	50	150	200	100	0	125	625
Задержанные заказы	0	0	0	1000	250	0	1250
ИТОГО	650	750	800	1100	1150	1025	5475

2.1.5. Предположим, что темпы производства упали на 290ед./период из-за изменений в производственных требованиях. Затраты не изменились. Разработать агрегированный план и рассчитать его общую стоимость:

А) по мере необходимости используйте сверхурочные работы с уровнем производительности 20ед/период. Планируемый уровень конечных запасов на период 6 равен 0. Задержанные заказы не должны превышать 90ед./период.

Показатель	1	2	3	4	6	7	Итого
Прогноз	200	200	300	400	500	200	1800
Выпуск	310	310	310	290	290	290	1800
Нормальный режим	290	290	290	290	290	290	1740
Сверхурочные работы	20	20	20				60
Субподряд							
Выпуск-Прогноз	110	110	10	-110	-210	90	
Запасы							

Начальный уровень	0	110	220	230	120	0	
Конечный уровень	110	220	230	120	0	90	
Средний показатель	55	165	225	175	60	45	
Задержка заказов					90		
Расходы							
Выпуск							
Нормальный режим	580	580	580	580	580	580	3480
Сверхурочные работы	60	60	60	0	0	0	120
Субподряды	0	0	0	0	0	0	0
Запасы	55	165	225	175	60	45	725
Задержанные заказы	0	0	0	0	450	0	450
ИТОГО	755	865	925	755	1090	625	4775

Б) Используйте субподряды с максимальным уровнем производительности 50 ед./период, объем субподрядов в разные периоды может быть различным. К концу последнего периода необходимо иметь нулевые запасы. Задержанные заказы в каждый период не должны превышать 90 ед./период.

Сравните эти два плана.

Показатель	1	2	3	4	5	6	Итого
Прогноз	200	200	300	400	500	200	1800
Выпуск	340	300	290	290	290	290	1800
Нормальный режим	290	290	290	290	290	290	1740
Сверхурочные	-	-	-	-	-	-	-

работы							
Субподряды	50	10					60
Выпуск-Прогноз	140	100	-10	-110	-210	90	
Запасы							
Начальный уровень	0	140	240	230	120	0	
Конечный уровень	140	240	230	120	0	90	
Средний показатель	70	190	235	175	60	45	
Задержка заказов					90		
Расходы							
Выпуск							
Нормальный режим	580	580	580	580	580	580	3480
Сверхурочные работы	0	0	0	0	0	0	0
Субподряды	300	60	0	0	0	0	360
Запасы	70	190	235	175	60	45	775
Задержанные заказы	0	0	0	0	450	0	450
ИТОГО	850	810	815	755	1090	625	5065

Сравнивая эти два совокупных плана можно сделать вывод, что расходов будет меньше при сверхурочной работе – вариант А.

2.2.

Качество, баллы (1-10)	0,5	9	4	6
Цена	0,3	5	8	8
Надёжность	0,2	6	3	7

Фактор	Вес	Оценка по пятибалльной шкале			Произведение оценки на вес		
		X	Y	Z	X	Y	Z
Качество, баллы (1-10)	0,5	5	2	3	2.5	1	1.5
Цена	0,3	3	4	4	0.9	1.2	1.2
Надёжность	0,2	3	2	4	0.6	0.4	0.8
Итого					4	2.6	3.5

Метод взвешенной рейтинговой оценки позволил определиться с перевозчиком. Можно сделать вывод, что вариант А самый подходящий.

2.3. Для макаронных изделий производителя «Алтан» более предпочтительна конкурентная стратегия дифференциации.

Конкурентная стратегия дифференциации по Портеру или стратегия дифференцированного маркетинга означает создание уникального товара или услуги, (как, например, наш товар) с целью продажи его по более высокой цене и получении более высокой нормы прибыли.

Стратегия дифференцированного маркетинга является эффективным методом достижения конкурентного преимущества на рынке, является самой

распространенной стратегией конкуренции и позволяет обеспечить долгосрочный прибыльный рост.

Используя стратегию дифференциации, компания наделяет свой товар уникальными свойствами, которые важны для целевой аудитории, а значит позволяют назначать более высокую цену за продукт. Отличие и уникальность в свойствах защищает товар от прямого конкурентного соперничества и от давления со стороны товаров-заменителей, а также создает лояльность потребителей к бренду и снижает чувствительность к цене.

Наш товар является уникальным на рынке макаронных изделий, поскольку в него добавляется порошок пантов морала, что способствует оздоровлению организма и даёт жизненную энергию.

Для компании «Алтан» я выделила следующую логистическую стратегию:

Стратегия улучшения качества логистического сервиса. Пути её реализации:

- улучшение качества, выполнение логистических операций и функций (транспортировка, складирование, упаковка, грузопереработка, и т. д.)
- поддержка предпродаж и предпродажного сервиса
- сервис с добавленной стоимостью
- использование логистических технологий поддержки жизненного цикла продукта (внедрение, рост, стабилизация, упадок)
- создание системы управления качеством логистического сервиса
- сертификация фирменной системы управления качеством в соответствии с национальными и международными стандартами и процедурами.

2.4. Управление цепочками поставок — управленческая концепция и организационная стратегия, заключающаяся в интегрированном подходе к планированию и управлению всем потоком информации о сырье, материалах, продуктах, услугах, возникающих и преобразующихся в логистических и производственных процессах предприятия, нацеленном на измеримый совокупный экономический эффект (снижение издержек, удовлетворение спроса на конечную продукцию).

Цепочка поставок как процесс — это совокупность потоков и соответствующих им кооперационных и координационных процессов между различными участниками цепи создания стоимости для удовлетворения требований потребителей в товарах и услугах.

Логистика — совокупность организационно-управленческих и производственно-технологических процессов по эффективному обеспечению организации движения материальных и иных ресурсов.

Более широкое определение логистики трактует её как учение о планировании, управлении и контроле движения материальных, информационных и финансовых ресурсов в различных системах.

С точки зрения практического применения логистика — выбор наиболее эффективного варианта обеспечения товаром нужного качества, нужного количества, в нужное время, в нужном месте с минимальными затратами.

2.5.. Логистика произошла от греческого слова *logistike* - искусство вычислять, рассуждать. История возникновения и развития логистики уходит в далекое прошлое. логистика наука гражданский запас

Первые должности логистов появились в Др. Афинах. В период Римской империи существовали служители логисты или логистики, которые занимались распределением продуктов, формированием запасов, обменом между провинциями. В Византии в 1 тысячелетии н.э. задачами логистики являлось вооружение армии, снабжение ее военным имуществом.

Первые научные труды по логистике появились во Франции в начале XIX их автор - А. Жомини - военный специалист.

Особенно бурное развитие логистика получила в период II мир войны, когда была применена для решения стратегических задач и четкого взаимодействия оборонной промышленности, снабжения баз и транспорта с целью своевременного обеспечения армии вооружением и продовольствием. В 60-ые г. логистика постепенно переходит из военной области в гражданскую, а потом в

производство. В конце XX века логистическая наука включает в себя закупочную, транспортную, производственную, информационную, сбытовую логистику. Таким образом, логистика стремится максимально удовлетворить запросы потребителя с минимальными затратами для производителя.

Если обратиться к истории, то решающим фактором для возникновения логистики были армия и войны. Само существование логистики берет начало во французских вооруженных силах конца XVII века - в то время под логистикой понималась совокупность мер, направленных на обеспечение военных действий необходимым снаряжением, провиантом и боеприпасами.

Логистика как наука и практика в гражданской сфере начала формироваться в двадцатом столетии в США, а затем и на западе Европы. В генезисе логистики XX в. некоторые ученые выделяют следующие четыре исторических этапа:

- 1) период "фрагментаризации" (1920 - 1950), формулирования предпосылок становления логистической концепции, инструментов снижения общих затрат и управления материальными потоками;
- 2) период становления концепции физического распределения как составной части маркетинга (1950 - 1970), теории и практики логистики; поиска новых путей снижения затрат в производстве и распределении, развития компьютерных информационных технологий как средства снижения затрат;
- 3) период развития (1970 - 1980) и применения логистики на практике, поиска путей снижения затрат в производстве и дистрибуции (распределении) на основе концепции бизнес-логистики, распространения логистических систем, философии всеобщего управления качеством и промышленной логистики.
- 4) период интеграции (1980 -1990) логистических функций фирмы и ее логистических партнеров в так называемой полной логистической цепи: закупки - производство - дистрибуция - продажи для достижения цели бизнеса с минимальными затратами; управления наряду с материальными и сопутствующими информационными потоками, создания международных логистических систем, логистики как одного из важнейших стратегических инструментов в конкурентной борьбе.

Другая группа зарубежных и отечественных ученых выделяет три периода развития систем товародвижения материальной продукции:

- 1) дологистический период (до 50-х годов), когда управление материальным распределением имело фрагментарный характер, а координация действий различных подразделений фирм была недостаточной;

2) период классической логистики (начало 60-х - конец 70-х годов), характеризующийся созданием на фирмах логистических систем вместо организации оптимальных перевозок; управлением фирмами процессом товародвижения на основе комплексного подхода, интеграции функций товародвижения с использованием теории компромиссов;

3) период неологистики, или логистики второго поколения (начало 80-х годов), для которого характерно расширение сферы действия компромиссов в концепции логистики, преобладание комплексного подхода к развитию систем логистики на основе всего предприятия исходя из общей цели - достижения максимальной эффективности работы всей фирмы.

В СССР в годы первых пятилеток на основе принципов транспортной логистики разрабатывались графики поставок грузов для важнейших строек, полярных и других экспедиций. В период Великой Отечественной войны службы военных сообщений организовывали движение фронтовых грузов всеми видами транспорта. В послевоенный период логистика получила дальнейшее развитие. В частности, в 1950 г. издан труд Б.Г. Бахаева «Основы эксплуатации морского флота». В этом труде сформулировано основное кредо логистики, суть которого сводилась к требованию рациональной организации перевозок и перевалок грузов в требуемом количестве и необходимого качества в заданный пункт назначения с минимальными издержками в обусловленный срок.

В конце 1970-х годов в Ленинграде была разработана логистическая технология, т. е. работа видов транспорта по методу транспортного узла, где осуществлялось их взаимодействие. Концепции отечественных ученых изучались западными специалистами. В настоящее время они положены в основу развития единой Европейской транспортной системы стран ЕС. В конце 1980-х годов в СССР была сделана попытка внедрить межотраслевую систему «Ритм», функционирующую на принципах логистики. Единая межотраслевая технология устойчивых перевозок железорудного сырья объединяла графики движения поездов, работу станций, предприятий - отправителей и получателей грузов по организации продвижения технологических маршрутов. Была разработана и внедрялась логистическая цепочка доставки каменного угля из Кузбасса на одну из ТЭЦ Москвы.

Интерес к проблемам развития логистики в промышленно развитых странах исторически был связан прежде всего с причинами экономического характера. В условиях, когда рост объемов производства и расширение внутринациональных и мирохозяйственных связей привели к увеличению издержек сферы обращения,

внимание предпринимателей сконцентрировалось на поиске новых форм оптимизации рыночной деятельности и сокращения затрат в данной сфере.

Заключение

В результате прохождения учебной практики были получены следующие результаты:

1. Рассмотрены основные документы, условия поставки , составлен бланк договора поставки.
2. Составлен совокупный план в разных вариантах и выбран более выгодный.
3. Рассмотрена логистическая стратегия и стратегия горизонтальной интеграции Компании «Алтан»
4. Проведен выбор перевозчика методом рейтинговой оценки.

Список используемой литературы

Учебники

1. Турков А.М. Логистика. М., Академия, 2014
2. Корпоративная логистика в вопросах и ответах/ Под ред. В.И. Сергеева - М.: ННОРА-М, 2014..
3. Ходош М.С. Организация транспортно-логистической деятельности на автомобильном транспорте. М., Академия, 2014

Электронные ресурсы:

<http://loginfo.ru>. <http://www.logist.ru>.

<http://www.logistic.ru>. <http://www.logistics.ru>.

<http://www.mclog.ru>.

<http://www.skladportal.ru>.

<http://www.logolink.ru>.

<http://powerbranding.ru/marketing-strategy/porter/>

АТТЕСТАЦИОННЫЙ ЛИСТ ПО УЧЕБНОЙ ПРАКТИКЕ.

ФИО _____

Студент ____ курса по специальности 38.02.03 «Операционная деятельность в логистике» успешно прошел учебную практику по профессиональному модулю ПМ.01 Планирование и организация логистического процесса в организациях (в подразделениях) различных сфер деятельности.

в объеме _____ часов с _____ 20__ г. по _____ 20__ г.

Виды и качество выполнения работ.

Характеристика профессиональной деятельности обучающегося во время практики.

Учебная и профессиональная деятельность студента на учебной практике, направлена на формирование, закрепление, развитие общих компетенций в процессе выполнения определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью по ПМ.01 Планирование логистического процесса в организациях (в подразделениях) различных сфер деятельности.

Итоговая оценка по

практике _____

Дата « ____ » _____ 20__ г.

Руководитель практики

_____ / _____ /