

М. В. Снежинская, В. П. Анисимов

Логистика. Ответы на экзаменационные билеты



Марина Снежинская

**Логистика. Ответы на
экзаменационные билеты**

«Научная книга»

2009

Снежинская М. В.

Логистика. Ответы на экзаменационные билеты /
М. В. Снежинская — «Научная книга», 2009

В данном издании подробно изложены современные концепции и задачи логистики. Рассматриваются основы управления материальными, денежными, информационными и другими потоками в сферах производства и обращения. Описан комплекс вопросов и задач по формированию производственных и товарных запасов. Уделяется внимание таким вопросам, как посредничество в логистике, логистика оптовых продаж и т. д. Рассмотрен вариант выбора поставщика товара. Книга предназначена для студентов высших и средних учебных заведений.

© Снежинская М. В., 2009

© Научная книга, 2009

Содержание

1. Основные понятия логистики	5
2. Цели и задачи логистики	7
3. Факторы и тенденции развития логистики	9
4. Понятие логистических систем	11
5. Этапы анализа логистических систем	13
6. Товар как объект логистической деятельности	15
7. Правовые основы закупок	17
8. Основные методы закупок	19
9. Закупочный вид логистики	21
Конец ознакомительного фрагмента.	23

Виталий Петрович Анисимов, Марина Владимировна Снежинская

Логистика, ответы на экзаменационные билеты

1. Основные понятия логистики

Логистика – это наука об управлении и оптимизации материальных, финансовых и информационных потоков, потоков услуг на основе применения современных технологий и наиболее прогрессивных экономических решений, интегрирующая внутренние и внешние материалопотоки и направленная на достижение конечных результатов.

Логистическая операция – действие, связанное с возникновением, преобразованием или поглощением материального потока, ограниченное областью определенной логистической задачи (погрузкой, разгрузкой, затариванием, перевозкой, приемом и отпуском со склада, хранением, сортировкой, маркировкой и др.).

Логистическая функция – совокупность интегрированных логистических операций, направленных на достижение одной из поставленных перед логистической системой или ее элементами задач.

Материальный поток – материальные ресурсы, незавершенное производство, готовая продукция, к которым применяются логистические операции, связанные с физическим перемещением их в пространстве (погрузка, разгрузка), находящиеся в движении.

Логистическая система – это сложная организованная завершенная экономическая система, состоящая из взаимосвязанных звеньев, участвующих в едином процессе управления материальным и сопутствующими ему потоками и объединенных внутренними целями и задачами единой логистической системы организации.

Функциональные области логистики:

1) производственная логистика (охватывает процессы движения материалопотоков внутри предприятия);

2) коммерческая логистика (коммерческая деятельность по закупке и контролю за величиной издержек на закупку, при осуществлении которой разрабатываются методы снижения издержек);

3) распределительная логистика (охватывает область сбыта и реализации продукции);

4) логистика закупок, или заготовительная логистика. **Звено логистической системы** – это некоторый экономически обособленный объект логистической системы, выполняющий определенную функцию, не подлежащий дальнейшему возвращению к нему в рамках рассматриваемой логистической системы.

Типы звеньев логистической системы:

1) генерирующие материальные и сопутствующие потоки;

2) преобразующие материальные и сопутствующие потоки;

3) поглощающие материальные и сопутствующие потоки;

4) смешанные (интегрирующие три основных типа).

Логистическая цепь – множество звеньев логистической системы, линейным образом упорядоченные по материальному и сопутствующим ему потокам с целью определения и проектирования необходимого перечня логистических операций, функций и издержек.

Полная логистическая цепь – линейно упорядоченные звенья логистической системы, направленные от поставщика материальных ресурсов к потребителю готовой продукции.

Логистическая сеть – множество элементов – звеньев логистической системы, взаимосвязанных по материальным и сопутствующим ему потокам в области единой логистической системы организации.

Логистический канал – упорядоченное множество взаимосвязанных звеньев логистической системы, состоящее из ряда полных логистических цепей (или их участков).

Логистические издержки – это расходы, которые необходимы для осуществления логистических операций и достижения конечных логистических задач.

Классификация логистических издержек:

- 1) издержки, связанные с осуществлением единичных и комплексных логистических операций;
- 2) издержки, связанные с потерей от иммобилизации средств в запасах;
- 3) издержки, связанные с ущербом от недостаточного уровня качества логистического менеджмента и обслуживания;
- 4) издержки, связанные с осуществлением логистического администрирования.

2. Цели и задачи логистики

Цель логистики – обеспечение потребителя продукцией в нужное время и определенное место при минимальных затратах на осуществление логистических операций и используемых производственных ресурсов. Логистика управляет физическим распределением и материальными ресурсами. Управление физическим распределением состоит в снижении затрат, связанных с перемещением готовой продукции от места производства до места потребления и ее хранением в соответствии с требуемым уровнем качества обслуживания потребителей. Управление материальными ресурсами состоит в эффективном удовлетворении потребностей организации в производственных ресурсах. При управлении логистической системой используются три основные концепции системного подхода:

- 1) концепция общих затрат;
- 2) концепция предотвращения подоптимизации;
- 3) концепция финансовых обменов.

Четыре условия, выполнение которых необходимо, чтобы достичь основной цели логистики:

- 1) поставка нужного товара определенного качества в необходимом количестве;
- 2) определенное договором установленное время;
- 3) определенное место поставки;
- 4) минимизация общих затрат.

Объектом изучения логистики являются материальные и сопутствующие материальным (информационные, финансовые, сервисные) потоки, без которых невозможно осуществление материального производства.

Виды логистических потоков:

- 1) информационные и материальные;
- 2) транспортные и людские;

3) финансовые и энергетические и др. **Предмет изучения логистики** – оптимизация материальных, информационных, финансовых, сервисных потоков, обеспечивающих производственно-коммерческий процесс, осуществляемая с позиции единого целого, т. е. минимизации издержек во всей логистической системе, а не в каждом отдельном ее элементе (цепи, блоке).

Задачи логистики определены в зависимости от области ее применения:

- 1) запасы (планирование, формирование и обеспечение необходимых материальных запасов);
- 2) транспортировка продукции (определение вида транспорта, транспортного средства, выбор экспедитора, маршрута транспортировки, планирование затрат на доставку и мониторинг);
- 3) складирование (планирование складских площадей и размещения складов, их количества, размещения продукции в них, управление складскими логистическими операциями, переработка, сортировка, упаковка и др.);
- 4) информационное обеспечение (сбор информации о перемещении материальных и других потоков).

В зависимости от выполняемых функций и задач логистику можно подразделить на:

- 1) макрологистику – область применения логистики, в которой решаются проблемы анализа рынка поставщиков и потребителей, выработки принципа распределения, размещения складских помещений в сфере обслуживания, выбора вида транспорта и транспортных средств, организации транспортировок, выбора маршрута, формирования и выбора движения

материального потока, определения пунктов доставки, отгрузки и разгрузки готовой продукции, полуфабрикатов, комплектующих, сырья и материалов;

2) мезологистику – область применения логистики, где осуществляется интеграция нескольких логистических систем нескольких фирм одной отрасли в единую логистическую систему;

3) микрологистику – область применения логистических функций, где определяются локальные вопросы в пределах отдельных элементов логистической системы и осуществляется управление материальными и другими сопутствующими потоками на внутрифирменном уровне. Микрологистика осуществляет операции по планированию, подготовке, реализации и контролю за процессами и направлением движения материалопотоков внутри предприятия.

3. Факторы и тенденции развития логистики

Понятие «логистика» известно с давних времен, но использоваться как наука об управлении снабжением, производством и сбытом она стала недавно.

Во второй половине XX в. понятие «логистика» приобрело экономическое значение, а к 1980 г. логистика приобрела статус отдельной науки об управлении и выделилась в отдельную область знаний.

После 1990-х гг. эта наука завоевала прочное положение среди других экономических наук. В настоящее время логистика приобретает одно из важнейших значений в практике управления организацией.

Факторы развития логистики:

- 1) рост затрат на перевозку;
- 2) достижение предела эффективного производства;
- 3) фундаментальные изменения в философии запасов;
- 4) создание продуктовых линий;
- 5) рост использования компьютеров поставщиками и потребителями.

Предпосылки развития логистики как отдельной отрасли экономических наук:

- 1) возрастание запасов производства и транспортных издержек в системах распространения товаров;
- 2) рост транспортных тарифов;
- 3) появление и стремительное развитие маркетинговой концепции управления организацией.

Этапы развития логистики.

1. Период становления логистики (1950-1970-е гг.). (Характеризуется быстрым развитием теории логистики и первым применением ее на практике. Развитие логистики совместно с маркетинговой концепцией приводит к обращению внимания на потребности рынка, стимулированию сбыта, развитию практики снижения затрат. Большую роль сыграло возникновение концепции общих затрат в западной науке, применение в бизнесе техники и информационных технологий.)

2. Появление концепции бизнес-логистики (конец 1960—1970-х гг.). (В этот период обозначается область применения логистического подхода – транспортировка, складирование, обработка материалов, защитная упаковка, контроль запасов, выбор местонахождения производства и месторасположения складов, управление заказами на производство продукции, прогнозирование спроса, маркетинговый подход к обслуживанию производства и потребителей. Большое значение имело усиление и ожесточение конкуренции на фоне нехватки высококачественных сырьевых ресурсов в производстве.)

3. Период «тарно-упаковочной» революции (конец 1970-х гг.). (Кардинально изменились складской процесс, его операционный состав, принцип организации складских операций, техническое и технологическое обеспечение. Началось применение транспортно-складского оборудования, новых видов тары и упаковки, использование первых контейнеров, внедрение стандартизации в складские операции, упаковку, типоразмеры.)

4. Появление идеи полной логистической цепи «загрузка – производства – дистрибуция – продажа» (1980 – середина 1990-х гг.). (Быстрое развитие персональных компьютеров и их массовое применение в бизнесе привело к использованию мирового информационного пространства в целях логистического управления организацией, появилась возможность интегрального рассмотрения всех логистических функций и операций и сведения к минимуму суммарных логистических затрат, глобализация рынка и формирование единого экономического пространства увеличило возможности поставки и сбыта.)

5. Появление и развитие концепции всеобщего управления качеством (середина 1990-х гг.). (Использование логистического подхода при управлении качеством, усиление конкуренции приводят к борьбе за качество, улучшению уровня сервиса, признано единство целей потребителя и производителя. Важность этого этапа для развития логистики заключается в том, что с позиции стратегического планирования на свободных рынках задачи интегрированной логистики фирмы совпадают с идеологией всеобщего управления качеством. Это становится одним из главных принципов логистического подхода к управлению.)

4. Понятие логистических систем

Логистическая система состоит из трех основных блоков производственного процесса: снабжения, производства, сбыта.

Снабжение заключается в транспортировке сырья и материалов, комплектующих, запасных частей, оформлении договора с поставщиками, выборе поставщика, оформлении заказа и др.

Производство – непосредственное изменение физико-химических и геометрических свойств материала с целью получения конечной продукции. Логистический подход к производству заключается в минимизации суммарных издержек на производство.

Сбыт продукции включает транспортировку продукции, выбор вида транспорта, выбор перевозчика (экспедитора), заключение договора с заказчиками (потребителями), сервисное послепродажное обслуживание и др.

Логистическая система характеризуется рядом свойств:

- 1) совместимостью элементов системы (обеспечивается единством конечных целей);
- 2) взаимосвязью элементов логистической системы (во внешних системах взаимосвязь обеспечивается заключением договора между сторонами, во внутренней логистической системе взаимосвязь обеспечивается внутрипроизводственными отношениями элементов);
- 3) связью между элементами системы, имеющими определенную упорядоченность, организацию;
- 4) интегральным свойством (ни один элемент системы в отдельности не способен выполнить функции системы, т. е. закупки, производство и сбыт с минимизацией общих издержек; каждый элемент системы может работать и достичь конечной логистической цели только в совокупности с другими элементами).

Объекты логистической системы:

- 1) предприятия и организации, имеющие счет в банке, собственную печать, самостоятельный баланс (промышленные, строительные, транспортные, снабженческо-сбытовые организации);
- 2) глоссинги (региональные и межрегиональные комплексы – топливно-энергетические, энергетические системы и объединения и др.). Все объекты, действующие за пределами логистической системы, относятся к внешней среде и входят в другие логистические системы.

Общепринятое понятие внешних связей для бизнеса – связей с поставщиками и заказчиками – является неприемлемым для логистической системы: для логистического подхода к управлению связь с поставщиками и потребителями является единой системой, единой логистической цепью, и рассматривать предприятие отдельно от других звеньев цепи нельзя.

В зависимости от вида логистических цепей в системе **логистические системы подразделяются на:**

- 1) логистические системы с прямыми хозяйственными связями (системы с прямыми связями – «товаропроизводитель – покупатель», «посредник – покупатель»; такие связи характеризуются простой организацией, и их может быть не одна, а множество);
- 2) эшелонированные логистические системы (система характеризуется логистическими связями средней сложности; такая система применяется большинством организаций, которые используют посредников для перевозки своей продукции либо закупают сырье и материалы у посредников);
- 3) гибкие логистические системы (смешанные системы, в которых могут быть и прямые простые логистические связи и связи средней сложности; такие системы получили наибольшее распространение). **Микрологистическая система** – логистическая система, которая относится к одной организации и управляет ее материальными и сопутствующими потоками в связи

с другими организациями, которые образуют с основной единую логистическую систему (организации снабжения и сбыта, сервис).

Внутрипроизводственные логистические системы – системы, управляющие материальными и сопутствующими потоками в пределах технологического цикла производства.

5. Этапы анализа логистических систем

Анализ логистической системы – процесс выработки, обоснования, принятия и реализации решения в результате исследования и формирования единой логистической системы.

Необходимость анализа логистической системы возникает в случаях:

- 1) формирования новых логистических систем;
- 2) расширения сфер деятельности организации (формирования дополнительных структурных подразделений, увеличения перечня выполняемых функций, реорганизации фирмы);
- 3) выработки и планирования перспектив на длительный срок (15–20 лет);
- 4) принятии логистических решений, на которые могут оказать сильное воздействие случайные факторы внешней среды.

В этом случае проводится анализ по основным характеристикам логистической системы:

- 1) сложности (основные признаки сложности – наличие большого числа элементов, сложный характер взаимодействия между звеньями, сложность функций, выполняемых логистической системой, сложноорганизованное управление системой, влияние на систему множества непредсказуемых и независимых внешних факторов);
- 2) иерархичности (подчиненности элементов (звеньев) системы более низкого уровня звеньям более высокого иерархического уровня по линейному принципу подчинения или по принципу функционального логистического управления);
- 3) целостности (свойство логистической системы выполнять заданную функцию в интегрированном виде, а не отдельными ее звеньями. В этом случае логистические издержки уменьшаются и подход приобретает более универсальный прогрессивный характер);
- 4) структурированности (предполагается, что система должна иметь определенную организационную структуру, состоящую из взаимосвязанных субъектов и объектов и выполняющих единую цель (функцию)).

Анализ логистической системы производится в несколько этапов.

1. **Появление и осознание логистической проблемы** (т. е. определение несоответствие, имеющегося и желаемого в логистической системе).
2. **Формулирование главных целей** и определение основного критерия эффективности работы логистической системы (для этого необходимо знать принципы логистического бизнеса, особенности отрасли функционирования предприятия, технологические особенности производимой продукции и др.).
3. **Выявление структуры логистической проблемы** (для этого необходимо разложить проблему по элементам, наметить этапы ее ликвидации, определить методы ликвидации и спрогнозировать дальнейшие перспективы).
4. **Анализ структуры логистической системы** (логистическая система подразделяется на снабжение, производство, складирование, распределение, транспортировку и сбыт; необходимо выявить основные связи, иерархию подчиненности, строго определить функции, цели и задачи каждого звена, наладить необходимые связи).
5. **Анализ системы управления логистической системой на предприятии** (новая система управления разрабатывается и внедряется в том случае, если прежняя система является слишком узковидной, а новая – наиболее эффективной).
6. **Прогноз и анализ будущих условий функционирования системы** (прогнозирование является важнейшей частью планирования. На данном этапе важно знать все возможные изменения во внешней среде – принимаемые законодательные акты, изменения, тенденции изменения цен, развития инфляции и др.).

7. Составление плана дальнейшего развития логистической системы (на основании информации, полученной на этапе прогнозирования, составляются оптимистичный, пессимистичный и наиболее вероятный планы развития системы).

8. Формирование программы развития предприятия (на основании данных прогнозирования и планирования развития логистической системы составляется план развития предприятия в целом и каждого отдельного его подразделения в частности).

6. Товар как объект логистической деятельности

Готовая продукция подразделяется на:

- 1) средства производства (которые состояются из средств труда и предметов труда, которые используются фирмами-потребителями);
- 2) предметы потребления (которые реализуются конечному потребителю).

Товары широкого потребления подразделяются на:

- 1) товары повседневного спроса (такие товары характеризуются постоянным спросом на них, чаще всего ежедневным потреблением, при этом потребитель часто не задумывается над качественными характеристиками товара).

Товары подразделяются на:

- а) основные товары постоянного спроса (характеризуются постоянной покупаемостью, большим оборотом, обусловленным привычкой потребителей и действием постоянной стимулирующей рекламы);

- б) товары импульсной покупки (характеризуются спросом непостоянным, внезапной покупкой в зависимости от потребности);

- в) товары для экстренных случаев (покупаются по мере необходимости, сезонные товары);

- 2) товары предварительного выбора (характеризуются тем, что потребитель при покупке сравнивает различные варианты товаров, у него есть выбор. Обычно для таких товаров создаются простые распределительные торговые сети сбыта с небольшим количеством точек реализации. Это приводит к снижению уровня логистических издержек);

- 3) товары особого спроса (в маркетинге – это элитные товары, за которые потребитель готов заплатить больше и потратить больше усилий на их приобретение, это могут быть товары престижной марки, модные товары и др.);

- 4) товары пассивного спроса (в маркетинге они характеризуются небольшим спросом, потому что их не знают на рынке, для их реализации производителю требуются дополнительные усилия в виде затрат на рекламу, маркетинговые акции и др.).

Логистический менеджмент определяется жизненным циклом продукции:

- 1) этап разработки (характеризуется большой длительностью, связан с инвестициями организации в научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы);

- 2) этап внедрения товара на рынок (длительный этап, характеризуется большими логистическими и маркетинговыми издержками, почти полным отсутствием прибыли);

- 3) этап роста (этот этап определяется подъемом уровня спроса на выпускаемую продукцию, трудности для логистического менеджмента – правильно спрогнозировать спрос, определить основные места и точки сбыта продукции, управление запасами, транспортировкой, складами. Неточность информации может привести к большим издержкам.);

- 4) этап зрелости (темпы роста производства, уровень прибыли достигают своего максимума, в конце этапа может наблюдаться снижение объема продаж, обусловленный действием конкурентов и появлением товаров новинок. На этом этапе действие логистического менеджмента направлено на активное распределение товаров в сбытовой сети, контролировании сбыта.);

- 5) этап упадка (характеризуется уменьшением объемов продаж и уменьшением прибыли, обусловленными насыщением товарами рынка, появлением товаров-новинок, товаров-конкурентов, научно-техническим прогрессом. Действие логистического менеджмента на этом этапе направлено на уменьшение количества точек сбыта товаров, сокращение логистических издержек, уменьшения запасов на складах.).

Логистический цикл – комплекс циклов, связанных интегрированными логистическими функциями.

Составляющие циклы логистического цикла:

- 1) заказ, создание запасов;
- 2) обработка заказов потребителей, организация закупок и размещения заказов;
- 3) доставка, производство;
- 4) сбор заказов потребителей и подготовка документов;
- 5) анализ и подготовка отчетной документации.

7. Правовые основы закупок

Правовой основой закупки является заключение договора между сторонами – участниками сделки, называемого контрактом.

Основные элементы контракта:

1) предложение и принятие предложения (контракт заключается в случае, когда одна сторона предлагает партию товаров по определенной цене и на определенных условиях поставки). Контракт может заключаться в письменной или устной форме, письменная форма является предпочтительной;

2) финансовые условия (необходимо оговорить стоимость контракта. Контракт приобретает юридическую силу только в случае, если оговорены финансовые условия сделки.);

3) право заключать контракты (этим правом обладают только определенные должностные лица – директор, генеральный директор, доверенные лица, уполномоченные фирмой на совершение таких действий и действующие от ее имени);

4) законность (контракт должен полностью отвечать всем правовым нормам государства).

Четко выраженные условия контракта – это такие условия, которые фактически оговорены в контракте.

Подразумеваемые условия контракта – условия, вытекающие из зафиксированных или сами собой разумеющиеся из здравого смысла, законодательных актов, принятых нормативов и др.

Контракт может предусматривать возмещение убытка (сумма оговаривается заранее).

Штраф – это действие, необходимое, чтобы заставить поставщика выполнить все условия контракта, это есть сумма, увеличенная по сравнению с указанной в контракте и возрастающая в зависимости от степени нарушения срока поставки, поставки некачественного товара, несоответствующего ассортимента и т. д.

Форсмажор – условие, которое может быть оговорено в контракте поставки, это есть перечисление случаев, при которых поставщик может не выполнить условия контракта и не выплачивать штрафа. Обычно к таким случаям относятся природные катастрофы, не контролируемые человеком.

Структура контракта, реквизиты документа:

- 1) наименование документа и его номер, дата подписания, город, содержание договора;
- 2) предмет договора;
- 3) количество и качество товара;
- 4) сумма контракта и порядок расчетов;
- 5) упаковка и маркировка;
- 6) условия поставки товара;
- 7) условия приемки товара;
- 8) форсмажор;
- 9) ответственность сторон; 10 разрешение споров;
- 11) прочие условия.

Заключительным этапом выполнения поставок является оплата заказанных товаров.

Правила проверки счетов:

1) при получении счета лицу необходимо удостовериться в том, что счет предназначен именно данному лицу;

2) необходимо сверить номер заказа, указанный в сети, с номером заказа, стоящим в копии контракта, и уведомлением о получении товара со склада.

Формы расчетов:

1) расчеты платежными поручениями (по поручению плательщика банк переводит с его счета на счет получателя);

2) расчеты по аккредитиву (банк плательщика открывает аккредитив и производит платежи получателю);

3) расчеты по инкассо (банк по поручению клиента осуществляет за его счет операции по получению от плательщика платежа или акцепта платежа);

4) расчеты чеками (в чеке указывается тот банк, в котором чекодержатель хранит средства, которыми распоряжается, подписывая чеки).

Чек должен содержать:

1) наименование документа («чек»);

2) поручение выплатить определенную денежную сумму получателю;

3) наименование плательщика и указание номера его счета;

4) указание валюты, которой должен производиться платеж;

5) указание даты и места составления чека;

6) подпись чекодателя.

8. Основные методы закупок

Закупки можно осуществлять несколькими методами, выбор которого зависит от ряда характеристик:

- 1) сложности конечного производимого продукта;
- 2) состава комплектующих изделий и используемых материалов;
- 3) особенностей производимого продукта и используемого материала;
- 4) периодичности заказа;
- 5) величины партии единовременного заказа;
- 6) объема закупки;
- 7) уровня постоянных затрат;
- 8) службы снабжения и ее организации;
- 9) от уровня затрат на формирование и содержание запасов.

Основные методы закупки.

1. Закупка товара одной партией (оптовые закупки). Предполагается, что такой метод осуществляется поставкой товаров одной большой партией. Преимущества: простота оформления документов, гарантии поставки всей партии, повышенные торговые скидки, небольшой документооборот, связанный с заказом. Недостатки: большая потребность в запасах и складских помещениях, медленная оборачиваемость капитала – эффект замораживания финансовых средств, негибкость ценового фактора, большие потери от порчи материала при хранении.

2. Регулярная закупка мелкими партиями (в этом случае заказ поставляется несколькими размельченными партиями). Преимущества: ускоряется оборачиваемость капитала (по сравнению с предыдущим методом), товары оплачиваются по мере поступления на склад, производится сокращение необходимых складских помещений, уменьшение арендной платы, расходов на содержание помещений и дополнительного складского персонала, небольшой документооборот, связанный с заказом товара, т. к. заказ оформляется только один раз. Недостатки: вероятность заказа избыточного количества, необходимость оплаты всего оформленного заказа (по частям.)

3. Регулярные закупки (ежедневные, ежемесячные) по котиловочным ведомостям. Такой метод закупок используется при закупке недорогого быстро-используемого товара. Чтобы проследить потребность, регулярно составляются котиловочные ведомости, в которых указываются полный перечень товаров, количество товара на складе, требуемое количество товаров. Преимущества: ускоренная оборачиваемость капитала, низкие затраты на хранение и складирование, низкие издержки от порчи товаров при хранении, отсутствие дополнительного обслуживающего персонала, своевременность поставок. Недостатки: зависимость от поставщика, постоянный учет товаров – большие трудозатраты, большой документооборот на заказы.

4. Получение товаров по мере необходимости. При этом методе поставщикставляет заказ мелкими партиями, при этом в заказе количество товара определяется не точно, а приблизительно, поставка каждой мелкой партии осуществляется при согласовании с заказчиком, оплачивается не то количество, которое было оговорено в договоре о поставке, а то, которое было действительно получено при согласовании, по истечении срока договора заказчик не должен принимать и оплачивать товары, которые еще только должны быть доставлены. Преимущества: отсутствие жестких обязательств по покупке определенного количества товаров, возможность корректировки договора о заказе; ускоренный оборот капитала; минимальный документооборот, связанный с осуществлением связи с поставщиком, необходимость минимального количества складских помещений.

5. Закупка товара с немедленной сдачей. Этот метод применяется только для тех товаров, которые редко используются и требуются в производстве. В этом случае заказ полу-

чается сразу и вывозится со складов поставщиков на склады заказчика. Недостаток: увеличение издержек, связанных с оформлением необходимой документации для заказа, измельчение заказа, необходимость налаживания связей со многими поставщиками.

9. Закупочный вид логистики

Закупочная логистика – это процесс обеспечения предприятия материальными ресурсами для производства, размещения его на складах, хранение и выдача в производство при потребности.

Закупочная логистика имеет целью максимально возможную эффективность при удовлетворении потребностей производства в материальных ресурсах для производства.

Задачи закупочной логистики:

1) определение необходимых объема, ассортимента и наиболее эффективного режима поставки материальных ресурсов в производство со складов, а также регулирование предельно допустимых цен на ресурсы по закупке и доставке, сведение закупочных затрат к минимуму;

2) выбор наиболее подходящих поставщиков и согласование с ними всех условий договора поставки, заключение договора поставки, контроль за качеством оставляемого сырья и сроков;

3) соблюдение сроков оформления новых заказов на поставку сырья и материалов;

4) обеспечение контроля между потребностью и поставками, соответствие размера заказов и сроков потребностям производства, оптимальная загрузка складов, отсутствие простоев по причине непоставки сырья, сведение издержки от порчи сырья к минимуму посредством контроля запасов;

5) соблюдение и контроль за качеством поставляемого сырья (при заключении договора поставки необходимо оговорить уровень качества и стандарты);

6) обеспечение каждого рабочего места необходимыми производственными ресурсами – ресурсо-обеспечение на местах;

7) контроль экономических характеристик процесса снабжения и поиск новых путей снижения закупочных затрат и повышения качества обслуживания производства, новых поставщиков, новых решений по оптимизации снабженческих операций.

Выделяют несколько видов потребности в материальных ресурсах.

Первичная потребность – потребность в готовых изделиях, деталях, узлах деталей, запчастях, комплектующих, предназначенных для продажи.

Вторичная потребность – это потребность в комплектующих деталях, частях, узлах, предназначенных для выпуска готовых изделий.

Третичная потребность – потребность во вспомогательных материалах и изнашивающихся инструментах, предназначенных для обслуживания основного производства продукции.

В зависимости от имеющегося в наличии на складе запаса материалов различают:

1) **нетто-потребность** – это необходимость в материалах на личную потребность с учетом наличных запасов на складе;

2) **брутто-потребность** – потребность в материалах на планируемый период без учета наличного запаса на складе предприятия.

Процесс приобретения материалов можно разделить на несколько этапов:

1) составление заявок (они должны содержать информацию о том, какое количество материала необходимо поставить, какие виды материалов, срок поставки и кто ответственный за составление заявки. Заявку о потребности в материалах составляют за некоторое время до того, как материалы закончатся на складе, чтобы поставщик успел выполнить заказ до того момента, как производство встанет по причине нехватки ресурсов.);

2) анализ заявок;

3) выбор поставщиков (очень важный этап в процессе приобретения материалов, т. к. каждый поставщик предоставляет разный перечень услуг и ответственности за поставляемый товар, разное качество, уровень обслуживания, цену и др. При правильном выборе поставщиков должно быть достигнуто оптимальное соотношение цены и качества поставляемого материала.);

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.