**Введение**

Актуальность данной темы заключается в разработке необходимой документации, а также в новизне самой работы. Важность удовлетворения потребительского спроса на товары, которые производит рассматриваемая фирма.

Цель данной работы – разработка организационно-методических документов процесса снабжения, а также снабжение социума и реализация возможности удовлетворять его запросы.

Данная работа включает в себя следующие задачи:

1.дать краткую характеристику предприятия, а также его входного материального потока;

2.охарактеризовать функциональную подсистему снабжения на предприятии, его значимость, статус и организационную структуру системы управления;

3.отразить цели, задачи и концептуальные положения логистики снабжения с учетом особенностей сферы функционирования предприятия (производство, распределение, логистическое посредничество);

4.разработать организационно-методические документы процесса снабжения

5.определить ведущие номенклатурные позиции в материальном потоке по методу ABC;

6.разработать технологию выбора поставщика, а также ведения переговоров с ним.

7. Разработать требования к заполнению спецификаций потребностей.

Объектом исследования является логистика снабжения и процесс снабжения на данном предприятии, предметом исследования является фирма ООО "Йокохама Рус".

**1. Общая структура предприятия**

**1.1 Краткая характеристика предприятия**

Компания Yokohama на данный момент является одним из мировых лидеров по производству автошин. Она занимает второе место в Японии, пятое место в России и шестое место в мире.

Компания динамично развивается и оттачивает свои технологии, принимая активное участие в мировых чемпионатах FIA.

Резинотехническое подразделение YOKOHAMA состоит из 61 консолидированного представительства, 150 отдельных офисов и 66 аффилированных компаний, включая 8 компаний с привлеченным уставным капиталом.

Представительства в России включают 28 региональных компаний по продажам шин, 9 региональных компаний по продаже промышленных товаров, 10 зарубежных отделений и 14 организаций на внутреннем рынке.

Представительство Yokohama Russia (ООО "Йокохама Рус") было зарегистрировано весной 2005 года.

Официальное открытие компании состоялось 1 июля 2005 года. Общество с ограниченной ответственностью «Йокохама Рус», в лице президента Муто Макото, действующего на основании Доверенности от 12.02.2008.

*Основные направления деятельности компании:*

- оптовая продажа легковых, грузовых и спортивных шин Yokohama

- взаимодействие и развитие дилерской сети на территории РФ и в странах СНГ

- техническая поддержка, обучение и консалтинг оптовых партнеров и конечных потребителей по шинам Yokohama

- развитие, поддержание

**1.2 Характеристика входного материального потока на YOKOHAMA**

Yokohamarus является официальным представительством Yokohamarubber в России, деятельность этой компании заключается в производстве шин и удовлетворении потребностей населения в данном виде продукции, а также, что не мало важно, в извлечении прибыли от данного вида деятельности (операционной деятельности).

Компания производит разнообразные типы шин. Ёе продукция способна удовлетворить потребителей различных классов.

Номенклатура закупаемых товарно–материальных ценностей представлена в виде таблицы поделенной на подразделы с продукцией класса А, к ней относятся шины ориентированные на узкий круг потребителей, такие как «ADVAN», «LOTUS» и «Porsсhe», они являются самыми дорогими и нацелены полностью реализовать запросы самых привередливых и взыскательных покупателей. С продукцией класса B, к ней относятся шины – «комплектация», которые ориентированы на самый широкий средний класс, тут представлены различные типы комплектаций, и, наконец, с продукцией класса С, к которой относятся «коммерческие» шины, часто закупаемые фирмами, для своих сотрудников, в данном классе представлен не столь широкий спектр номенклатуры, но тем не менее он весьма пользуется успехом у потребителя; таблица представлена ниже.

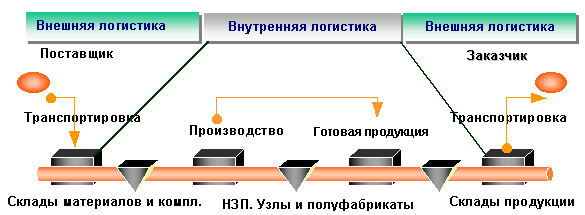
Фирма Yokohamarus является дочерней компанией Yokohamarubber, каждый год поделен условно на два сезона: зимний и летний, в связи с этим обстоятельством каждые полгода подписывается соглашение на вывоз определенного количества продукции: приблизительно миллион единиц товара вывозится с Филиппин и из Японии, каждый день происходят завозы товара на склад, находящийся в Финляндии, откуда он постепенно вывозится, распределяясь равномерно в соответствии с заявленными потребностями региональных представителей по всей России.

**1.3 Характеристика функциональной подсистемы снабжения на предприятии**

Значимость логистики снабжения на предприятии невозможно переоценить.

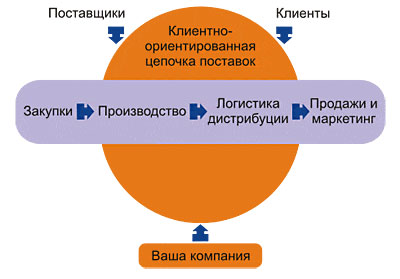
Вовремя поставленный товар на склад реализует возможность своевременной отгрузки его потребителю, что вызывает упрочнение экономических связей : фирма – покупатель; и в дальнейшем способствует достижению поставленных целей фирмой.

На данном предприятии отдел логистики снабжения подчиняется через иерархически-линейные связи коммерческому директору.



**2. Логистика снабжения**

**2.1 Логистика снабжения, ее место в логистической системе**



Ни одно предприятие, будь то производственное, торговое или относящееся к сфере услуг, не является самодостаточным. Все организации в разной степени зависят от сырья, материалов и услуг, которыми их обеспечивают другие организации (например, помещение, тепло, свет, средства связи, офисное оборудование и т. д.). Осуществление закупок и снабжения - одна из основных функций в каждой организации.

Термины "закупка" и "снабжение" почти взаимозаменяемы. В общем понимании термин "закупка" описывает процесс покупки: осознание необходимости, поиск и выбор поставщика, переговоры о цене, а также прочие условия, например связанные с доставкой товара. Иными словами, при использовании понятия "закупка" имеют в виду фактическую покупку. Термин "снабжение" имеет более широкое значение. Оно может включать различные типы приобретений (закупку, аренду, выполнение по контракту и т. д.), а также связанные с этим операции (активности): выбор поставщиков, проведение переговоров, согласование условий, экспедирование, мониторинг показателей работы поставщиков, грузопереработку материалов, транспортировку, складирование и приемку товаров, полученных от поставщиков).

Как правило, снабжение самостоятельно не занимается перемещением материалов, а организует его. Оно информирует поставщиков о необходимости поставки тех или иных материалов, производит обмен прав собственности на материалы, т. е. в первую очередь связано с обработкой информации.

В широком смысле снабжение образует основное звено между организациями, входящими в цепь поставок, и служит механизмом координации материального потока между потребителями и поставщиками. В каждой точке логистического канала снабжение отправляет назад по каналу сообщения о том, чего хотят потребители, и вперед - сообщение о том, что поставщики могут предложить. После этого начинаются переговоры, уточняющие условия каждой поставки.

Снабжение важно также потому, что на него приходится значительная доля общих расходов.

Типичный производитель тратит 60% на материалы, полому снабжение непосредственно отвечает за большую часть расходов компании, и даже относительно небольшие улучшения в этой области могут принести существенные выгоды.

Следует отметить также, что снабжение по своим логистическим характеристикам существенно отличается от материально-технического обеспечения.

На типичном производственном предприятии за поступление материалов и компонентов от внешних источников в нужное место и ь нужное время отвечает снабжение, а обслуживание всех потребностей в перемещении материалов и полуфабрикатов внутри предприятия во время производственного процесса классифицируется как материально-техническое обеспечение.

**2.2 Место логистики снабжения в логистической системе**

Логистика снабжения является первой логистической подсистемой, основная цель которой - управление материальными потоками и услугами в процессе обеспечения организации материальными ресурсами и услугами.

В обобщенном виде цель снабжения - гарантировать, чтобы организация имела надежную поставку материалов соответствующего качества, необходимого объема, в нужное время, от квалифицированного поставщика, с высоким уровнем сервиса и по приемлемой цене.

Исходя из этого, можно сформулировать основные задачи логистики снабжения:

* налаживание надежного и непрерывного материального потока для обеспечения бесперебойного функционирования организации. Дефицит сырья, топлива, энергии и т. п. может привести к остановке производства, снижению объемов производства, следовательно, и объемов реализации, невыполнению своих обязательств перед заказчиком в срок;
* поддержание на нормативном уровне запасов материальных ресурсов на складе;
* развитие отношений с подразделениями, использующими эти материалы. Деятельность снабжения не может быть эффективной без сотрудничества с другими подразделениями организации. Например, информация о требованиях к сырью в отдел закупок поступает от главного инженера и производственного отдела. На основании данных отдела закупок бухгалтерией производится расчет с поставщиками;
* поиск компетентных поставщиков, тесное взаимодействие с ними и формирование выгодных отношений. Например, если предприятие закупает программное обеспечение у поставщика, который впоследствии не сможет обеспечить его долговременного обслуживания (т. е. модификацию и обновление), то первоначально выгодная цена обернется высокой стоимостью содержания всей системы;
* поддержка и повышение качества закупаемых материалов подразумевают, что производство продукции или оказание услуг должны осуществляться с определенным уровнем качества, иначе конечный продукт или > слуга не будут отвечать принятым требованиям и не смогут обеспечить конкурентоспособности товаров и услуг;
* договоренность о наименьшей общей стоимости с сохранением должного уровня качества, количества, условий доставки и сервиса;
* повышение конкурентоспособности. Контроль над всеми расходами сети снабжения позволяет выявить операции (деятельность), не приносящие прибыли или требующие дополнительного времени (как, например, дополнительное хранение на складе, транспортировка и проверка), повысить конкурентоспособность организации в целом. Кроме того, отдел закупок несет ответственность за обеспечение равномерного потока сырья, необходимого для производства продукции и предложения услуг, чтобы ответить по своим обязательствам перед поставщиками по условиям поставки продукции.

Объект логистики снабжения - поток материальных ресурсов и услуг, циркулирующий в функциональном цикле снабжения.

**2.3 Логистика производства**

Логистика - наука и практика планирования и организации движения материальных, энергетических, информационных, сервисных, финансовых и людских (рабочей силы) ресурсов в пространстве и во времени, а также управления этим движением с точки зрения семи правил логистики (нужное сырье, материалы, детали, заготовки, изделия в определенном тичестве и качестве должны быть доставлены в нужное место и время конкретному потребителю и с минимальными затратами).

Материальный поток (МП) в производственной системе - движение материальных ресурсов в пространстве и во времени между стадиями производственного процесса. Упорядочением такого движения, его рациональной организацией занимается производственная логистика.

Производственная логистика (ПЛ), являясь одной из функциональных подсистем интегрированной логистики, решает вопросы организации движения материальных ресурсов и управления им непосредственно между стадиями производственного процесса, включая подачу сырья и материалов на рабочие места. То есть в узком смысле занимается планированием, организацией внутрипроизводственной транспортировки и управлением ей, буферизацией (складированием) и поддержанием запасов (заделов) сырья, материалов и незавершенного производства производственных процессов стадий заготовки, обработки и сборки готовой продукции (ГП), т. е. в целом представляет собой регулирование производственного процесса в пространстве и во времени.

Цель производственной логистики заключается в обеспечении своевременного, ритмичного и экономичного движения материальных ресурсов между стадиями и рабочими местами основного производства в соответствии с планами производства и реализации ГП или заказами потребителей.

Для обеспечения основной цели ПЛ необходимо в комплексе решать задачи планирования, организации движения материального потока и оперативного управления им не только в основном производстве, но и во вспомогательном и обслуживающем производствах. К вспомогательному процессу относят процедуры закупки, производства и подачи на рабочие места технологической оснастки, запасных частей производственного и обслуживающего оборудования, подачу электроэнергии, 1аза, воды, пара, смазывающих материалов и т. д. Обслуживающие процессы связаны в основном с транспортными и складскими операциями.

Взаимосвязанными являются также вопросы организации рабочей силы (основных производственных и вспомогательных рабочих) и управления ее движением, поскольку основная дилемма оптимизации затрат на производство заключается в определении компромисса между обеспечением непрерывности загрузки работников и рабочих мест и обеспечением непрерывности движения предметов труда в производстве.

Производственная логистика занимается оперативным планированием и управлением МП в производстве интегрирование и в сочетании с процессами снабжения и сбыта. Современное понимание логистики не только как методологии управления материальными и сопутствующими потоками, но и как концепции системной рационализации управления потоковыми процессами в промышленной организации предполагает постепенное развитие и формирование интегрированных систем управления, построенных на принципах синхронизации, оптимизации и интеграции всех процессов, происходящих в организации.

### 

### 2.4 Распределительная логистика

Распределительная логистика — обеспечение рационализации процесса физического продвижения продукции к потребителю и формирование системы эффективного логистического сервиса.

Под распределительной логистикой понимается физическое, ощутимое, вещественное содержание этого процесса. Главным направлением в распределительной логистике является рационализация процесса физического распределения имеющегося запаса материалов.

Распределительная логистика отвечает за оптимизацию процесса распределения имеющихся запасов готовой продукции до потребителя в соответствии с его интересами и требованиями.

Важнейшие функции распределительной логистики заключаются в следующем:

* планирование, организация и управление транспортно-перемещающими процессами в логистической системе в послепроизводственный период;
* управление товарными запасами;
* получение заказов на поставку продукции и его эффективная обработка;
* комплектация, упаковка и выполнение ряда других логистических операций по подготовке товарных потоков к генерации;
* организация рациональной отгрузки;
* управление доставкой и контроль над выполнением транспортно-перемещающих операций в логистических цепях;
* планирование, организация и управление логистическим сервисом.

Распределительная деятельность на предприятии требует существенных затрат (издержки) на их выполнение. Основная часть логистических затрат связана с выполнением ключевых логистических операций: складированием, переработкой, транспортировкой, экспедированием, подготовкой продукции к производственному потреблению, сбором, хранением, обработкой и выдачей информации о заказах, запасах, поставках и т.д.

Логистические затраты по своему экономическому содержанию частично совпадают с издержками, возникающие в процессе производства, но в большей мере связаны с транспортно-складскими издержками, расходами на упаковку и тару, а также расходами связанными с завозом товаров и их отправке потребителям, и другими составляющими издержками обращения.

Как правило, совокупные логистические издержки на локальном уровне определяются (и планируются) исходя из сумм продаж, в стоимостном выражении в расчете на единицу массы готовой продукции, предназначенной к реализации, или в процентах от стоимости чистой продукции.

Принципиальное отличие распределительной логистики от традиционных методов сбыта и продажи заключается в следующем:

* подчинение процесса управления материальными и информационными потоками целям и задачам маркетинга;
* системная взаимосвязь процесса распределения с процессами производства и закупок (в плане управления материальными потоками);
* системная взаимосвязь всех функций внутри самого распределения.

Учитывая специфику предприятия и поставленные цели, задачи решаются на уровне предприятия и макроуровне.

На уровне предприятия логистика решает следующие задачи:

* планирование процесса реализации;
* организация получения и обработки заказов;
* организация сети складов;
* выбор вида упаковки, принятие решения о комплектации, а также организация выполнения других операций, непосредственно предшествующих отгрузке;
* организация отгрузки продукции;
* организация доставки и контроль транспортирования;
* организация послереализационного обслуживания.

На макроуровне к задачам распределительной логистики относят:

* выбор схемы распределения материального потока;
* определение оптимального количества распределительных центров (складов) на обслуживаемой территории;
* определение оптимального места расположения распределительного центра (склада) на обслуживаемой территории.

Для решения задач по оптимизации распределения необходимо обеспечить контроль за всеми звеньями системы перемещения грузов.

Главным показателем успешной деятельности компании является полученная прибыль. Основным направлением деятельности для увеличения прибыли считаются мероприятия связанные с:

* создание единой транспортно-складской системы (быстрая доставка до потребителя);
* экономическое объединение производства и сбыта;
* выработка оптимальных схем складирования и пополнения запаса.

При решении определенной задачи предприятие может столкнуться с проблемой, связанной с уменьшением дохода, которая возникла из-за не учета всех факторов влияющих на доход компании. Для успешного ведения бизнеса предприятие должно решить следующие вопросы: в какой мере затраты, связанные с сокращением времени товародвижения компенсируются увеличением выручки от возросшего объема продаж; может ли предприятие допустить снижение уровня обслуживания клиента при одновременном увеличении объема поставок; насколько целесообразно складировать товар по месту производства или непосредственно на рынке сбыта.

При выборе оптимальной схемы товародвижения, предприниматель должен учитывать всю цепь прохождения до конечного потребителя. То есть должен учитывать минимальные сроки поставки, максимальный уровень сервиса, максимальный уровень получения прибыли, минимальные издержки.

Распределительная логистика охватывает весь комплекс задач по управлению материальным потоком на участке поставщик — потребитель, начиная от момента постановки задачи реализации и заканчивая моментом выхода поставленного продукта из сферы внимания поставщика. При этом основной удельный вес занимают задачи управления материальными потоками, решаемые в процессе продвижения уже готовой продукции к потребителю.

**3. Разработка организационно-методических документов процесса снабжения**

**3.1 Организационно-методические документы компании**

Основным документом регламентирующим деятельность компании является: 1.устав (Description of Business); (часть; смотри приложение №1)

2.сопроводительноя накладная (Way Bill); (часть; смотри приложение №2)

3.планово расчетный документ на отправку машин; (часть; смотри приложение №3)

4. договор комиссии на реализацию товара; (часть; смотри приложение №4)

5. договор купли-продажи. (часть; смотри приложение №5)

6.Договор на оказание транспортно-экспедиторских услуг и перевозки грузов автомобильном транспортом в прямом международном сообщении (часть; смотри приложение №6)

7.В процессе работы были разработаны анкеты для выбора поставщика. (часть; смотри приложение №7)

**3.2 Определение ведущих номенклатурных позиций по методу ABC**

Способ нормирования и контроля за состоянием запасов, заключающийся в разбиении номенклатуры N всех потребляемых ресурсов материальных, реализуемых товарно-материальных ценностей и др. на три собственных неравномощных подмножества A, B и C (N = A B C; A B C = 0), или класса эквивалентности на основании некоторого формального алгоритма. Алгоритм разбиения может быть, напр. след. Подсчитывается общее кол-во заявок, поступивших за определенный период, и делится на общее кол-во позиций в номенклатуре N, в результате чего выводится показатель среднего кол-ва заявок P на одну позицию номенклатуры N. Все материальные ресурсы, кол-во заявок на которые в 6 и более раз превышает P, включаются в подмножество A. В подмножество C включаются все материальные ресурсы, кол-во заявок на которые в 2 и более раза меньше Р. Все остальные материальные ресурсы включаются в подмножество B (B = (N \ A) \ C). Вероятность возникновения спроса на материальные ресурсы из подмножества A, B и C подчинена различным законам распределения. Установлено, что в большинстве случаев примерно 75% стоимости запасов охватывает около 10% наименований номен­клатуры (подмножество A), 20% стоимости - соответственно 25% наименований (подмножество B), 5% стоимости - 65% наименований (подмножество C). Метод ABC широко используется при планировании размещения запасов в разл. эшелонах логистических систем, в системах снабжения запасными частями, в автоматизированных транспортно - складских системах и др.



В разделе 1.2. приведен список номенклатуры закупаемых товарно–материальных ценностей, в стоимостном выражении шины модели для Porsche, Lotus и ADVAN являются наиболее дорогими, и исходя из метода ABC можно утвердительно сказать что на них приходится примерно 75%-80% всей стоимости продукции, далее продукция класса B является самой обширной группой, примерно 60% наименований (комплектаций), по стоимости равная приблизительно 15% - 20% от общей стоимости, и последняя группа, в неё включены шины, рассчитанные на коммерческие автомобили – самая немногочисленная группа: и по количеству наименований и по стоимости от общей стоимости всей продукции.

С помощью специальной программы данные, представленные в виде списка-таблицы в Exel, возможно импортировать в базу программы.

Этап 1. Подготовленная таблица с исходными данными может быть импортирована в базу данных программы ABC анализа. Следует указать название файла с подготовленной таблицей и имя файла, в который будет помещена база данных для обработки в программе ABC анализ. При импорте следует указать, какие столбцы таблицы содержат текстовые сегментные признаки, а какие столбцы содержат числовые параметры для последующей обработки.

Этап 2. После импорта подготовленных данных в рабочей таблице программы можно увидеть список изучаемых объектов. Показаны имена объектов. Остальные вычисляемые параметры на данном шаге имеют нулевые значения.

Этап 3. Аналитик выбирает в списке объектов изучаемый объект и в таблице "Данные" можно просмотреть числовые значения параметров по каждому объекту. Аналитик перемещает курсор по списку объектов, а справа на форме изменяются сведения о текущем объекте.

Этап 4. ABC АНАЛИЗ. ГРАФИК С ABC КЛАССАМИ

Аналитик может указать, какие параметры он будет подвергать изучению. Он должен назначить параметры на ось Y и на ось X. Затем аналитик определяет тип отображения. Перемещая курсор по списку объектов (слева), аналитик может отображать на графике положение выбранного объекта. Метка содержит краткое название объекта и его координаты (по Y-показателю и по X-показателю). Графическое изображение может быть автоматически передано в формируемый отчет, который представляется в формате Excel таблицы. После завершения анализа следует поместить результаты в рабочую таблицу для последующего исследования. Аналитик может самостоятельно устанавливать положение и размер окон с информацией об объектах.

Этап 5. КРИТЕРИИ ДЛЯ ВЫДЕЛЕНИЯ ABC КЛАССОВ

Аналитик может установить границы классификации. С учетом введенных границ изучаемый список объектов будет разделен на три класса А B C.

Этап6. ЗАПОЛНЕНИЕ РАБОЧЕЙ ТАБЛИЦЫ РЕЗУЛЬТАТАМИ ABC КЛАССИФИКАЦИИ

После выполнения ABC классификации данные передаются в рабочую таблицу программы для последующего изучения. В рабочей таблице ( слева ) для каждого объекта указана принадлежность к ABC классам. Принадлежность к классам показана цветом строки таблицы и меткой в графе ABC.

Последовательное выполнение работ проиллюстрировано в приложении.

**3.3 Методы выбора поставщика**

Процесс закупки представляет собой цепочку взаимосвязанный действий. Начинается он с составления заявок, а заканчивается практическим поступлением требуемых товаров в нужном количестве с соблюдением качества в заданные сроки, а самое главное, что может оказаться лимитирующим фактором, – на приемлемых условиях.

Таким образом, процесс закупки заканчивается выполнением заказа, сделанного на основании имеющихся заявок конкретному поставщику. Поэтому необходимо, чтобы заявки на закупку были своевременно сформулированы, поставщики правильно выбраны, а заказы на поставку и договора с поставщиками правильно и своевременно составлены и оформлены.

Планирование и проведение деятельности по закупке и поставке начинается с выбора соответствующих данной заявке поставщиков. Выявление и изучение источников закупки и поставки не является разовым мероприятием, а должно проводиться систематически, базируясь на различных источниках информации.

При выборе поставщика совет директоров «YOKOHAMA» пришел к выводу что метод рейтинговых оценок даст наиболее предпочтимые результаты, в связи с чем были составлены сметовые таблицы для каждого поставщика в отдельности:

1. корпорация Itochu Филлипины
2. Yokohama rubber ltd.
3. ITR limited

Таблица 1

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Критерий выбора | Удельный вес критерия | Оценка поставщика по 10-бальной шкале | Произведение удельного веса критерия на  Оценку поставщика. |
| 1. Надежность поставки | 0,30 | 7 | 2,1 |
| 2. Цена | 0,25 | 6 | 1,5 |
| 3. Качество товара | 0,15 | 8 | 1,2 |
| 4. Условия платежа | 0,15 | 4 | 0,6 |
| 5. Возможность внеплановых поставок | 0,10 | 7 | 0,7 |
| 6. Финансовое состояние поставщика | 0,05 | 4 | 0,2 |
| ИТОГО: | 1 |  | 6,3 |

Таблица 2

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Критерий выбора | Удельный вес критерия | Оценка поставщика по 10-бальной шкале | Произведение удельного веса критерия на  Оценку поставщика. |
| 1. Надежность поставки | 0,30 | 9 | 2,7 |
| 2. Цена | 0,25 | 5 | 1,25 |
| 3. Качество товара | 0,15 | 9 | 1,35 |
| 4. Условия платежа | 0,15 | 3 | 0,45 |
| 5. Возможность внеплановых поставок | 0,10 | 8 | 0,8 |
| 6. Финансовое состояние поставщика | 0,05 | 10 | 0,5 |
| ИТОГО: | 1 |  | 7,05 |

Таблица 3

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Критерий выбора | Удельный вес критерия | Оценка поставщика по 10-бальной шкале | Произведение удельного веса критерия на  Оценку поставщика. |
| 1. Надежность поставки | 0,30 | 6 | 1,8 |
| 2. Цена | 0,25 | 8 | 2 |
| 3. Качество товара | 0,15 | 5 | 0,75 |
| 4. Условия платежа | 0,15 | 4 | 0,6 |
| 5. Возможность внеплановых поставок | 0,10 | 5 | 0,5 |
| 6. Финансовое состояние поставщика | 0,05 | 4 | 0,2 |
| ИТОГО: | 1 |  | 5,85 |

Из данных ТАБЛИЦ 1-3 видно, что наиболее предпочтительными являются поставщики корпорация Itochu Филлипины и Yokohama rubber ltd., после чего и было принято решение взаимодействовать с данными поставщиками шин.

**3.4 Технология ведения переговоров**

Специалисты компании разработали ряд методов ведения переговоров с поставщиками:

* + Какая информация требуется для принятия оптимального решения.
  + Методология анализа предложений поставщиков.
  + Способы получения необходимой информации от поставщиков.
  + Классификация рынка, отбор целевых рынков.
  + Способы удержания и повышения лояльности поставщиков по отношению к компании.
  + Определение «расстановки сил» в переговорном процессе.
  + Выявление ключевых лиц, способствующих плодотворному сотрудничеству.
  + Изменение силового баланса в переговорах. Особенности переговорных тактик в ситуации изменения условий. Ведение переговоров о цене.
  + Тактики манипулирования; организационно-процедурные, психологические и логические уловки. Противодействие силовому методу ведения переговоров.
  + Оперирование нестандартными способами воздействия.
  + Эффективная презентация компании/коммерческого предложения. Формирование навыка проведения презентации по образцу.
  + Достижение соглашения и контроль его выполнения.
  + Оптимизация стратегии и пошаговой тактики длительных взаимоотношений.
  + Способы отстройки от конкурентов — клиентов поставщика.

**3.5 Составление спецификаций**

В обязанности логистики снабжения входят анализ спецификации товара и точное и однозначное ее представление. Составление спецификации преследует цели:

1. унификации потребности, которая в разных отделах или филиалах компании имеет различные, отличающиеся наименования (на финском складе, в основном используют артикула позиций, региональные представители же пользуются типоразмерами шин);

2. разработки и утверждения стандартов, облегчающих сравнение товаров между собой (индекс нагрузки, узор протектора);

3. документально оформленного запроса на поставку требующихся товаров (используются «Delivery Order»)

4. обеспечения возможности оценки качества продукта на различных стадиях производственного процесса. В состав спецификации должны быть включены: все характеристики выбранного товара или услуги; существующие для данного вида товаров (услуг) стандарты; дополнительные требования. К составлению спецификации необходимо подходить с особой тщательностью, поскольку, чем основательней и детальней она прописана, тем меньше сложностей возникнет при закупке. И наоборот, небрежное заполнение спецификации влечет за собой непроизводительные затраты: перерасход материалов или инструментов при закупке иного, не востребованного производством типоразмера или сорта, и денежные потери при образовании неликвидов. Чтобы избежать подобных ситуаций, специалисты по снабжению обычно разрабатывают для внутреннего пользования подробные инструкции по составлению спецификаций. Нельзя оставлять без внимания разработку унифицированной номенклатуры товаров и жестких требований к заполнению спецификации. В результате невнимания при оформлении заявки на доставку товара часто указывается не тот рисунок протектора (вместо шипуемой шины закажут нешипуемую), или же заказчик не обратит внимания на то что шины представленные на складе являются шинами на дисках и закажет только правые (F1000ZR). Это приводит к непроизводительным затратам и возникновению неликвидов.

**Заключение**

Термин «логистика» происходит от греческого слова «logistike», что означает «мышление, расчет, целесообразность». Римляне понимали этот термин как «распределение продуктов питания». В Византии логистику считали способом организации военного снабжения и управления армией. Исторически сложилось, что логистика, как практическая деятельность, развивалась благодаря военному делу. Так, в первом тысячелетии нашей эры в военном лексиконе ряда стран с логистикой связывали деятельность по управлению перевозками, вооружению армии, планированию и снабжению войск материальными ресурсами (МР), содержанию запасов и т.п. В начале XX века логистика была признана как военная наука. Логистические принципы и модели широко использовались в ходе Первой и Второй мировых войн. Так, в период Первой мировой войны Россия использовала модели перевозки войск, их обеспечения и снабжения, разработанные петербургскими учеными в теории транспортной логистики. В период Второй мировой войны логистика активно применялась в материально-техническом снабжении армии США, что позволило обеспечить четкое взаимодействие военной промышленности, тыловых и фронтовых снабженческих баз и транспорта. Подобно исследованию операций, математической оптимизации, сетевым моделям и другим методам прикладной математики, показавшим свою эффективность в военной области, логистика постепенно перешла в сферу хозяйственной практики и стала широко использоваться в экономике к 60-70-м годам XX века.

Так являясь сравнительно «молодой» наукой, Логистика способствует сокращению издержек оборота на предприятии и грамотному планированию.

Разработка организационно - методических документов процесса снабжения является неотъемлемой частью процесса логистического планирования. Выше была рассмотрена функциональная подсистема снабжения Yokohama и определены ведущие номенклатурные позиции в материальном потоке;

Была разработана технологию выбора поставщика и тактика ведения переговоров с ним, а также разработаны требования к заполнению спецификаций потребностей.

В связи с чем, можно считать, что главная цель работы достигнута.

**Список использованной литературы**

1. Гаджинский А.М. Основы логистики: Учеб. пособие - М.: ИВЦ «Маркетинг», 2005.

2. Голиков Е.А.. Пурлик В.М. Основы логистики и бизнес-логистики: Монография.— М.: Изд-во Рос. экон. акад., 2006.

3. Дегтяренко В.П. Основы логистики и маркетинга. - Ростов н/Д: Экспертное бюро, - М.: Гардарика, 2000.

4. Котлер Ф. Основы маркетинга: Пер. с англ. / Общ. ред. и вступ. ст. Е. М. Пеньковой. - М.: Прогресс, 2005.

5. Леншин И.А., Смоляков Ю.И. Логистика. В 2-х ч. - М.: Машиностроение, 2007.

6. Логистика: Учеб. пособие / Под ред. Б.А. Аникина. - М.: ИНФРА-М, 2006.

7. Неруш Ю.М. Коммерческая логистика: Учебник для вузов. - М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2005.

8. Новиков О.А., Семененко А.И. Производственно-коммерческая логистика. В 2 ч.: Учеб. пособие. - СПб.: Изд-во Санкт-Петербург. ун-та экономики и финансов, 2007.

9. Плоткин Б.К. Основы логистики. - Л.: Изд-во ЛФЭИ, 2007.

10. Русалева А.Ю. Основы логистики. – Новосибирск, 2007.

11. Сергеев В.И. Логистика: аналитический обзор. - СПб., 2005.

12. Туровец О.Г., Родионова В.Н. Логистика. - Воронеж: ВГТУ, 2006.

13. Эффективность стратегий логистического развития: Межву­зовский научный сборник / Саратовский гос. техн. ун-т. - Саратов, 2006.

14.www.yokohamarus.com

15.Logistic.ru