Министерство Образования.

Кемеровский Технологический Институт Пищевой Промышленности.

Курсовая работа

по логистике на тему:

“Проблемы и функции закупочной логистики”.

Выполнила: ст. гр. ЭУ-63 .

Уткина Г.Ю.

Проверил: Харлампенков Е.И.

Кемерово 2000 г.

Содержание.

Введение . . . . . . . . . . 3

Глава 1

Задачи и функции логистики. . . . . . . . 4

Глава 2

Планирование закупок. . . . . . . . . 8

2.1 Служба закупок. . . . . . . . . 8

2.2 Анализ, определение потребностей и расчет закупаемых материалов.9 2.3 Определение метода закупок. . . . . . . 11

Глава 3

Оформление и получение заказа. . . . . . . 13

3.1 Выбор поставщика. . . . . . . . . 13

3.2 Основные требования предъявляемые к поставщику. . . 14

3.3 Документальное оформление заказа. . . . . . 14

3.4 Получение и кодирование поставленной продукции. . . 15

3.5 проверка качества и количества полученной продукции. . . 16

Заключение. . . . . . . . . . 17

Список использованной литературы. . . . . . 18

Введение.

С библейских времен несчастные человеческие существа обременены множеством потребностей. Им нужны пища и кров, одежда и оружие, жизненные удобства и материальные блага, общественное признание и любовь. Человек живет в постоянной борьбе за “лучшую жизнь”, более теплое и достойное место од солнцем. В этом соперничестве с себе подобными за право удовлетворения бесконечных материальных потребностей, ему мешает только одно – на вид необозримые ресурсы Земли на самом деле являются ограниченными. Но как велико желание “объять необъятное”, найти заветную формулу успеха, решить проблему эффективного использования ресурсов для достижения максимального удовлетворения потребностей. В погоне за материальными благами человек создал не только машины для производства этих благ, но и придумал способы, как получать доход не только от самого производства, но и от правильной организации производства, обеспечения его сырьем, транспортировки товаров т.п.

Возникла наука об управлении запасами, складированием, транспортированием сырья и полуфабрикатов, доведением этого сырья до производителя, внутризаводской переработки сырья, доведением готовой продукции до потребителя в соответствующей с его интересами, а также собор, хранение и обработка соответствующей информации. И эта наука получила название логистика.

Все эти функции существовали на предприятии и до возникновения логистики, но существует ряд отличий логистического подхода от традиционного: логистика выступает за оптимизацию размеров запасов, за производства продукции малыми партиями, за дешевой оформление запасов, за минимизацию издержек на транспорте, за создание разветвленной складской системы.

Логистика включает в себя следующие функциональные области: сбытовая логистика, транспортная, информационная, кадровая, производственная и закупочная логистика. Именно о закупочной логистике и пойдет речь в этой курсовой работе.

Глава 1

Задачи и функции закупочной логистики.

В странах с рыночной экономикой **основной целью закупочной логистики**  **является удовлетворение потребностей производства материалах с максимально возможной экономической эффективностью.** Однако ее достижение зависит от решения целого ряда задач. В обобщенном виде эти задачи можно сгруппировать следующим образом.

1. Выдерживание обоснованных сроков закупки сырья и комплектующих изделий (материалы, закупленные ранее намеченного срока, ложатся дополнительной нагрузкой на оборотные фонды предприятий, а опоздание в закупках может сорвать производственную программу или привести к ее изменению).
2. Обеспечение точного соответствия между количеством поставок и потребностями в них (избыток или недостаточное количество поставляемых товарно-материальных ресурсов также негативно влияет на баланс оборотных фондов и устойчивость выпуска продукции и, кроме того, может вызвать дополнительные расходы при восстановлении балансового оптимума).
3. Соблюдение требований производства по качеству сырья и комплектующих изделий.

Основу экономической эффективности закупочной логистики составляют поиск и закупка необходимых материалов удовлетворительного качества по минимальным ценам. В изучении рынка, которое проводится соответствующими отделами фирм, вопрос цен – главный, но существенную роль также играет анализ других факторов, в том числе возможных логистических расходов и сроков поставок.

Для оптового покупателя такое положение дел требует точного расчета издержек. Хотя степень влияния снабженческих издержек на уровень общих производственных затрат в трудоемких и капиталоемких отраслях не столь велика по сравнению с другими отраслями экономики, особенно материалоемкими, расчет затрат на приобретение сырья и материалов во многом определяет дальнейшую стратегию производства и сбыта конечной продукции.

В западной практике закупочной деятельности выработан ряд “общих правил” или рекомендаций, которые не только существенно облегчают отношения с поставщиками и банковской сферой, но и упрочивают положение производства. Этот своеобразный кодекс характеризует этические нормы партнерства. Он может быть кратко сформулирован следующим образом: в основе успешной подготовки и производства продукции, при прочих равных условиях, лежат хорошие отношения между предпринимателем, с одной стороны, и кредиторами и поставщиками, с другой. Особое внимание следует уделять отношениям с кредиторами, поскольку их доверие и готовность помочь особенно важны.

В отношениях с поставщиками рекомендуется держаться нескольких основных принципов:

1. Обращаться с поставщиками так же, как с клиентами фирмы.
2. Не забывать демонстрировать на деле общность интересов.
3. Знакомить поставщика со своими задачами и быть в курсе его деловых операций.
4. Проявлять готовность помочь в случае возникновения проблем у поставщика.
5. Соблюдать принятые на себя обязательства.
6. Учитывать в деловой практике интересы поставщика.
7. Поддерживать по возможности стабильные контакты в деловой сфере.

На оптимизацию звена логистической цепи “закупка” влияют не только внешние факторы, перечисленные выше, но и внутренние приоритеты, связанные с различным пониманием оптимальной деятельности и целями других звеньев, что вызывает необходимость поиска экономических компромиссов между различными структурными подразделениями фирм.

Развитие новых отраслей экономики и все более разнообразные предложения товаров на рынках промышленно развитых стран Запада усложняют функции сферы закупок сырья и материалов. Успешное осуществление закупок предполагает наличие обширной информации о рынках, где они осуществляются. Что же касается задач исследования рынка закупок, то они заключаются в регулярном сборе и оценке подробно информации в целях определения емкости рынка и создания предпосылок для оптимизации закупок.

Исходным пунктом исследования рынка должна быть точно сформулированная постановка проблемы. Толчком к проведению исследования могут стать соображения относительного размера издержек, изменений в собственной программе сбыта, использование технического прогресса, повышения удельного веса фирмы на рынке, конкуренции, ненадежности поставщиков, неясности размеров предложения в будущем и многое другое. Простейший алгоритм решения задачи исследования рынка может быть представлен в виде структуры его информационного обеспечения, перечня типов рынка и приведенных ниже вопросов относительно их.

Руководящее звено.

Постановка проблемы.

Анализ потребности в информации

Передача информации

Поиск источников информации

Обработка информации

Хранение информации

Рис. 1.1

Цель проведения исследований рынка закупок сырья и материалов определяет одновременно и тип рынков, которые должны быть исследованы. Это:

* Непосредственные рынки (обеспечивающие в настоящее время потребности в сырье и материалах);
* Опосредованные рынки (рынки, используемые поставщиками);
* Рынки заменителей (полностью или частично заменяемых продуктов);
* Новые рынки.

Полученная информация должна отражать такие рыночные категории, как предложения, спрос и рыночный баланс. На базе полученной информации, как правило, дается ответ на следующие вопросы:

* Какова структура исследуемого рынка ? (Какая форма рынка имеет место ?);
* Как организован исследуемый рынок? (Как протекает балансирование спроса и предложения?);
* Каким образом будут развиваться структура и организация рынка?

Для того чтобы можно было глубже уяснить смысл перечисленных вопросов и получить на них достоверные ответы, информация часто подается в трех аспектах:

* Современный анализ рынка (“моментальный снимок”);
* Динамика изменения конъюнктуры рынка;
* Прогнозы изменения рынка.

При проведении анализа важным инструментом исследования рынка закупок товаров производственного назначения являются запросы потенциальных потребителей. Используя запросы, рынок можно сориентировать на потенциальный спрос.

Исследования рынка закупок сырья и материалов могут рассматриваться внутри предприятия и как средство решения проблем возникающих в научных исследованиях и конструкторских разработках, которые связаны с характеристиками нового сырья и комплектующих. Кроме того, необходимо иметь в виду, что важная информация об изменениях и тенденциях развития рынка закупок сырья и материалов может быть получена на основе внутризаводской или внутрифирменной отчетности.

Изучение рынка с целью закупок сырья и комплектующих изделий, как правило, проводится параллельно с разработкой новой продукции. Например, в машиностроении оно начинается и осуществляется на стадии конструирования изделий. Задача органов снабжения – обеспечить конструкторов необходимыми каталогами, описаниями, проспектами по профилю проводимой работы с целью их полной и объективной ориентации в соответствующих вопросах. Однако каталоги и описания обычно не содержат информации о ценах, без чего трудно добиться экономически выгодных решений по материалам и конструкции будущих изделий. Поэтому прямой задачей снабжающих органов является сбор информации о ценах, возможных сроках поставок, транспортных расходах и поиск их оптимального сочетания.

Количество материалов, дата начала поставок, и продолжительность периода их поступления зависят от производственных программ компании, которые, в свою очередь, определяются результатами изучения рынка сбыта. Общей проблемой для большинства компаний является следующая дилемма. Как осуществить производственную программу: путем прочного, но не всегда экономически эффективного обеспечения материалами либо задерживая выпуск продукции в связи с затратами дополнительного времени на закупку экономически выгодных материалов?

Изучив рынок и остановившись на каких-либо конкретных поставщиках, отдел закупок обязан определить потребности предприятия или фирмы в конкретных поставках.

Определение потребностей на основе заказов, происходит путем разложения спецификации на отдельные комплектующие с учетом уже имеющихся складских запасов.

Если потребности на основе заказов не могут быть определены, тогда используют метод определения потребностей на основе расходов или прошлого опыта. Прогнозируемая потребность в этом случае определяется при помощи простейших расчетных методов. В дополнение к ним на практике часто пользуются интуитивными методами прогноза – прежде всего в тех случаях, когда расходы не подвержены сезонным колебаниям и не испытывают воздействия каких-либо внешних факторов.

Способы поставки закупаемых материалов весьма разнообразны. Товары, потребность в которых возникает непредвиденно и не требующее длительного хранения, закупаются, как правило, в сроки, близкие к их потреблению. Материалы разового и постоянного потребления, требуемые к определенному моменту, закупаются на условиях договорной поставки, оговаривающей точное время подвоза. При таком способе поставки объем запасов материалов на фирме уменьшается, а связанные с ним издержки сокращаются. Способствуют резкому снижению производственных запасов регулярные поставки таких материалов, которые доставляются потребителю через определенные интервалы времени в соответствии с графиком потребности в них производства на тот или иной период. Фирмы осуществляют также конъюнктурные и спекулятивные закупки товаров.

Важнейший элемент в политике закупок – анализ цены приобретаемых товаров. Для анализа цены закупок, так же, как и анализа стоимости собственного производства используются различные виды расчетов:

1. Простой метод калькуляции (показатель общих издержек делится на показатель производственной продукции);
2. Калькуляция по эквивалентным показателям (издержки дробятся по отдельным статьям и берутся усреднено);
3. Постоянная калькуляция (точный учет издержек по каждой операции на базе АСУ).

Транспортные расходы также находятся в поле зрения органов МТС. Принимаются во внимание не только дальность перевозок, но и вид транспорта, скорость доставки, партионность грузов, способ их упаковки, методы разгрузки в случае смешанных сообщений.

Помимо транспортных расходов значительные затраты вызывает хранение материалов. Снабженческая деятельность имеет однозначную цель – обеспечить эффективное выполнение производственной задачи за счет сведения, по возможности до минимума, объема запасов. Тем не менее было бы неправильно считать, что отсутствуют побудительные причины создавать излишние запасы. Конъюнктурные и сезонные колебания цен, инфляция, изменение политико-экономической обстановки в производящих сырье регионах мира и другие факторы могут быть такими стимулами.

Глава 2.

Планирование закупок.

2.1 Служба закупок.

В соответствии с компетенцией логистики в процессе обеспечения предприятия предметами труда должны иметь место мероприятия по реализации системного подхода к управлению материальными потока в пределах самой службы снабжения.

Для обеспечения предприятия предметами труда необходимо решить задачи:

* Что купить;
* Сколько купить;
* У кого купить;
* На каких условиях закупать.

Кроме того, необходимо выполнить работы:

* Заключить договор;
* Проконтролировать исполнение договора;
* Организовать доставку;
* Организовать складирование.

Что, сколько и у кого купить – это задачи сложные по своей природе. В России их решение осложнено тем, что в недавнем прошлом предприятия эти задачи в полном объеме зачастую не решали вообще, так как ресурсы распределялись.

Существует 2 основных варианта организации снабжения, принципиально отличающихся друг от друга возможностями реализации системного подхода к управлению материальными потоками в процессе обеспечения предприятия сырьем.

Генеральный директор

Дирекция по закупкам.

Дирекция по производству

Управление по материальным ресурсам

Производственные подразделения

Управление закупками

Решение задач: Решение задач:

* что закупить; - у кого закупить;
* сколько закупить. - на каких условиях закупить.

Выполнение работ: Выполнение работ:

* организация складирования - заключение договоров;

закупленных предметов труда. - контроль за исполнением

договоров;

- организация доставки

Рис. 2.1

На рисунке 2.1 показан вариант организационной структуры предприятия с распределением задач между различными функциональными подразделениями. Как видно, задачи *что закупать и сколько закупать* решаются дирекцией по производству. Здесь же выполняются работы по складированию закупленных предметов труда.

Задачи у кого и на каких условиях закупать решаются дирекцией по закупкам. Здесь же выполняются и перечисленные работы по снабжению, т.е. заключаются договоры, контролируется их исполнение. В результате фун6кция управления материальным потоком в процессе снабжения предприятия сырьем и материалами разделена между различными службами и ее эффективная реализация затруднена.

Другой вариант, представленный на рисунке 2,2, предполагает сосредоточение всех функций снабжения в одних руках. Такая структура создает широкие возможности логистической оптимизации материального потока на стадии закупок предметов труда.

Генеральный директор.

Дирекция по производству

Дирекция по материально-техническому снабжению

Основное производство

закупки

Склады.

Управление запасами

Решение задач: Решение задач: Выполнение работ:

* что купить; - у кого закупать - организация
* сколько купить. - на каких условиях закупать складирования Выполнение работ: закупленных

- заключение договоров предметов

- контроль за исполнением труда.

договоров

- организация доставки товаров

Рис. 2.2

2.2 Анализ, определение потребностей и расчет закупаемых материалов.

.

Логистика закупок, является первой логистической подсистемой, представляющей собой процесс движения сырья, материалов, комплектующих изделий и запасных частей с рынка закупок до складов предприятия.

Для эффективного функционирования логистики закупок необходимо знать, какие именно материалы необходимы для производства продукта, составить план закупок, обеспечивающих согласованность действий всех отделов и должностных лиц предприятия по решению следующих задач снабжения:

* Анализ определение потребностей, расчет количества заказанных материалов;
* Определение метода закупок;
* Согласование цены и заключение договора;
* Установления наблюдения за количеством, качеством и сроками поставок;
* Организация размещения товара на складе.

Качественное планирование и информационное обслуживание логистики снабжения решает также задачу уравновешивания противоречия между необходимостью бесперебойного снабжения производства и минимизацией складских запасов.

В процессе планирования закупок необходимо определить:

* Какие материалы требуются;
* Количество материала, которое понадобится для производства продукта;
* Время, когда они понадобятся;
* Возможности поставщиков, у которых могут быть куплены товары;
* Требуемые площади складских помещений;
* Издержки на закупки;
* Возможности организации производства некоторых деталей на своем предприятии;

Существует множество методик определения того, сколько необходимо закупать материалов для производства продукции и с какой периодичностью они должны поступать от поставщиков, но все они требуют информации о том, как использовались аналогичные материалы в прошлом.

Например, в прошлом году было использовано 1000 единиц за неделю 1000/52=19 единиц.

Потребности материалом можно рассчитать, исследуя определенную программу производства конечного продукта. В этом случае речь идет о независимом спросе, который рассчитывается при помощи методики МРР-1. Принцип ее прост: исходная точка – это предсказуемый или известный спрос на конечную продукцию. Сборка конечной продукции из закупаемых и производимых самостоятельно материалов закрепляется в списках. При этом должно быть известно время поставок материалов и время производства их на собственном предприятии. Далее определяют брутто-потребность в поставляемых и производимых самостоятельно материалах.

Брутто-потребность переводится затем в нетто-потребность, при этом учитывается:

* Наличный запас;
* Плюс заказанные материалы и уже запланированное собственное производство;
* Минус уже предназначенный для предыдущей серии продукции заказ.

На основе данных расчетов определяю время выполнения заказа. Это время с момента подачи заказа до момента поставки продукции.

Преимущество применения методики планирования потребности в материалах заключается в том, что закупки и производство планируются, исходя из потребности в конечном продукте.

Если спрос потребителей колеблется, следует пользоваться методом сглаживания таких колебаний. Применение этого метода целесообразно в случаях регулярно повторяющихся колебаний спроса на конечный продукт.

Сглаживание достигается сравнением фактического потребления в предшествующем периоде и прогнозными значениями, рассчитанными для этого же периода:

Прогноз на новый период = Прогноз на предшествующий период + АХ(фактическое потребление в предшествующем периоде –

прогноз на предшествующий период)

Весомость цифр в отдельные периоды корректируется с помощью так называемого фактора “а”, значение которого находится в пределах от 0 до 1. Чем больше “а”, тем весомее влияние ближайших прошедших периодов и метод более подходит для оценки фактического потребления.

В логистике используются и другие методы определения потребности в материалах как-то: детерминированный, стохастический и эвристический.

Первый используется, когда известны определенные период выполнения заказа и потребность в материалах по количеству и срокам. Второй – когда основой для расчета является математико-статистические методы, дающие ожидаемую потребность. С помощью третьего метода потребность определяется на основе опыта работников.

Все рассмотренные методы имеют свои достоинства и недостатки. Выбор зависит от: профиля фирмы, возможностей заказчика, типа изделий, наличия и вида складов и системы контроля запасов.

2.3 Определение метода закупок.

Выбор метода закупок зависит от сложности конечного продукта, от состава комплектующих изделий и материалов.

Основными методами закупок являются:

* Оптовой закупки;
* Регулярной закупки мелкими партиями;
* Закупки по мере необходимости и различные комбинации перечисленных методов.

У каждого метода есть свои преимущества и недостатки, которые необходимо учитывать, чтобы сберечь время и сократить издержки.

**Закупка товара одной партией.** Метод предполагает поставку товаров большой партией за один раз (оптовые закупки). Его преимущества: простота оформления документов, гарантия поставки всей партии, повышенные торговые скидки. Недостатки: большая потребность в складских помещениях, замедление оборачиваемости капитала.

**Регулярные закупки мелкими партиями.** В этом случае покупатель заказывает необходимое количество товаров, которое поставляется ему партиями в течении определенного периода.

Преимущества таковы: ускоряется оборачиваемость капитала, так как товары оплачиваются по мере поступления отдельных партий; достигается экономия складских помещений; сокращаются затраты на документирование поставки, поскольку оформляется только заказ на всю поставку. Недостатки: вероятность заказа избыточного количества; необходимость оплаты всего количества, определенного в заказе.

**Ежедневные (ежемесячные) закупки по котировочным ведомостям.** Такой метод закупки широко используется там, где закупаются дешевые и быстро используемые товары.

Котировочные ведомости составляются ежедневно (ежемесячно) и включают следующие сведения:

1. Полный перечень товаров;
2. Количество товара, имеющегося на складе;
3. Требуемое количество товара.

Преимущество: ускорение оборачиваемости капитала; снижение затрат на складирование и хранение; своевременность поставок.

**Получение товара по мере необходимости.** Этот метод похож на регулярную поставку товаров, но характеризуется следующими особенностями:

* Количество не устанавливается, а определяется приблизительно;
* Поставщики перед выполнением каждого заказа связываются с покупателем;
* Оплачивается только поставленное количество товара;
* По истечении срока контракта заказчик не обязан принимать и оплачивать товары, которые еще только должны быть поставлены.

Преимущества: отсутствие твердых обязательств по покупки определенного количества; ускорение оборота капитала; минимум работы по оформлению документов.

**Закупка товара с немедленной сдачей.** Сфера применения этого метода – покупка нечасто используемых товаров, когда невозможно получать их по мере необходимости. Товар заказывается тогда, когда он требуется, и вывозится со складов поставщиков.

Недостаток этого метода – в увеличении издержек, связанных с необходимостью детального оформления документации при каждом заказе, измельченностью заказов и множеством поставщиков.

Глава 3.

Оформление и получение заказа.

3.1 Выбор поставщика.

Процедура получения и оценки предложений от потенциальных поставщиков может быть организована по-разному. Наиболее распространенными и эффективными являются: конкурсные торги и письменные переговоры между поставщиком и потребителем.

**Конкурсные торги** (тендеры) – распространенная форма поиска потенциальных поставщиков. Конкурсные торги проводят в случае, если предполагается закупить на большую денежную сумму или предполагается наладить долгосрочные связи между поставщиком и потребителем.

Проведение тендера включает следующие этапы:

1. Реклама.
2. Разработка тендерной документации.
3. Публикация тендерной документации.
4. Приемка и вскрытие тендерных предложений.
5. Оценка тендерных предложений.
6. Подтверждение квалификации участников торгов.
7. Предложение и присуждение контракта.

Организация Конкурсных торгов – сложная и многоплановая работа.

Другим вариантом процедуры получения предложения от потенциального поставщика могут быть **письменные переговоры меду поставщиком и потребителем.**

В процессе письменных переговоров потребитель получает официальное предложение на поставку товаров от потенциального поставщика. Это может быть организовано 2 способами. Первый – когда **инициатива вступления в переговоры исходит от продавца.** Он рассылает потенциальным покупателям своей продукции свои предложения (оферты). В отличие от конкурсных торгов, где формы предложений строго определены, оферты могут иметь различную форму и содержание. Обычно они включают следующие реквизиты: наименование товара; количество и качества товара; цену; условия и срок поставки; условия платежа; характеристику тары и упаковки; порядок приемки-сдачи.

Твердая оферта направляется только одному покупателю с указанием срока действия оферты, в течение которого продавец не может изменить свои условия. Неполучение ответа равноценно отказу покупателя от поставки.

Свободная оферта не включает в себя никаких обязательств продавца по отношению к покупателю. Она может высылаться неограниченному числу потенциальных покупателей и включать как перечисленные выше реквизиты, так и рекламно-информационные материалы.

При втором способе организации письменных переговоров – **инициатива вступления в переговоры исходит от покупателя.** Он рассылает потенциальным поставщикам коммерческое письмо или запрос, главной целью которого является получения оферты. В запросе указывается все необходимые реквизиты, кроме цены, которая появится в ответном предложении.

Оценка предложений, поступивших к потенциальном потребителю может вестись разными способами. Это может быть строго регламентированный процесс, как в случае конкурсных торгов, или более свободная процедура.

3.2 Основные требования, предъявляемые к поставщику.

Имеется 2 основных критерия выбора поставщиков (1)стоимость приобретения продукции или услуги и (2) качество обслуживания.

Стоимость приобретения включает в себя цену продукции или услуг и не имеющую денежного выражения прочую стоимость.

Качество обслуживания включает в себя качество продукции или услуги и надежность обслуживания. Под надежностью обслуживания понимается гарантированность обслуживания потребителя нужными ему ресурсами в течение заданного промежутка времени и вне зависимости от могущих возникнуть недопоставок, нарушений сроков поставки и т.д. надежность можно оценить через вероятность отсутствия отказа в удовлетворении заявки потребителя.

Кроме основных критериев существует еще ряд дополнительных: удаленность поставщиков от потребителей; риск забастовок у поставщика; наличие у поставщика резервных мощностей и др.

Для сбора информации, необходимой для применения перечисленных критериев, требуется использование разнообразных источников информации. Ими могут быть например: собственные расследования; местные источники, такие, как действующие на данной территории юридические лица или “осведомители” официальных органов; банки и финансовые институты; конкуренты потенциального поставщика; торговые ассоциации; информационные агентства; государственные источники.

В отборе источников информации следует руководствоваться правилами:

1. Нельзя ограничиваться одним источником информации, в независимости от объема и глубины предоставляемой им информации.
2. Как минимум 1 из используемых источников должен быть независимым.

Окончательный выбор поставщиков производится лицом, принимающим решение, и может быть полностью формализован.

3.3 Документальное оформление заказа.

В условиях рыночной экономики использование большинством фирм сложившихся ранее документов во многих случаях уже не удовлетворяет современным требованиям. Относительно ведения документации по закупкам руководителям соответствующих целесообразно разработать стандартные бланки, в которых рекомендуется включить:

1. Название документа.

В целях выделения бланка заказа среди других документов необходимо обозначить его словами “Заказ” или “заказ на поставку”.

1. Порядковый номер.

Порядковый номер используется в документах, прилагаемых к копии заказа. Кроме этого, номер поможет быстро отыскать нужный документ.

1. Название и адрес компании.

Эти сведение информируют поставщика о том, с кем ему предстоит иметь дело, куда поставлять товар и куда посылать счет.

1. Ответственность за заказ.

В бланке заказа указывается должностное лицо, с которым поставщик может выяснить все вопросы, связанные с заказом. Желательно, чтобы им был человек, стоящий у истоков заказа. Это поможет поставщику при необходимости найти конкретного человека для решения своих проблем.

1. Дату, наименование и адрес поставщика.
2. Сроки поставки и количество поставляемых товаров.
3. Описание товаров.
4. Адрес поставки.

В случая когда адрес поставки отличается от основного адреса фирмы, названного в бланке заказа.

1. Цену.
2. Расчеиный счет.

Зарубежные фирмы, кроме самых мелких, используют, как правило, 4 экземпляра заказа. Для облегчения работы они окрашены в разные цвета.

Экземпляр 1 (белый) – отправляется поставщику.

Экземпляр 2 (розовый) - отправляется в финансовый отдел, подтверждает передачу заказа и является основанием для оплаты счета.

Экземпляр 3 (голубой) – оправляется в отдел МТС. По нему отдел проверяет соответствие количества и качества товара, означенных в бланке заказов и транспортной накладной, и уведомляет отдел закупок и финансовый отдел о совершившейся поставке.

Экземпляр 4 (зеленый) – отправляется для контроля и используется при необходимости разрешения конфликтных ситуаций с поставщиками.

После того как отдел МТС подтвердил получение товаров, зеленый экземпляр сдается а архив.

3.4 Получение и кодирование поставляемой продукции.

Важное значение в реализации плана закупок имеют приемка продукции, документальное оформление поставок, проверка качества товара.

1. Приемка продукции. В первую очередь необходимо удостовериться, что получен товар: нужного качества; в нужном количестве; от своего поставщика; в обусловленное время; за оговоренную.

В целях экономии времени, усилий и соответственно денег следует позаботится о том, чтобы складские помещения, места разгрузки, приемке товара были расположены как можно ближе друг к другу и не далеко от производственных помещений.

Во избежании скопления транспорта на территории предприятия или у ворот склада составляют график поставок, согласованный со всеми поставщиками. Такие меры позволяют не отрывать рабочих основного производства для разгрузки неожиданно прибывшего транспорта.

1. Документальное оформление поставок.

Для правильного выполнения операций, связанных с поставками товаров, необходимо внимательно работать с документами, их отражающими.

**Копия заказов** должна быть направлена в подразделение потребитель для проверки на соответствие уведомлениям о поставке товара. При проверке используются **спецификации** (описание товара).

**Уведомление об отгрузке** направляетпоставщик после подготовки продукции к отправке.

**Сопроводительное письмо** обязательно сопровождает поставленную партию товара и подтверждает, что эти товары предназначены именно для этой фирмы.

**Документ поставщика** применяется, когда поставщик пользуется транспортом другой фирмы.

**Подтверждение получения поставки** используют для информирования подразделений-потребителей о фактической доставке товаров и для контроля в бухгалтерии соответствия уведомления об отгрузке товара и копий заказа и счета.

В **книге регистрации товаров** указывается: номер сопроводительного письма, дата поставки, отправитель, способ транспортировки и дается краткое описание товара.

3.5 Проверка качества и количества полученной продукции.

Качество поставляемых товаров должно удовлетворять предъявляемым требованиям. Отсутствие должного контроля качества закупок может привести к следующим издержкам:

* Дополнительные расходы, связанные с возвратом бракованных и недоброкачественных товаров;
* Остановка производства в случае, например, когда вся партия продукции оказалась недоброкачественной и подлежит возврату;
* Судебные иски;
* Потеря доверия потребителей своей продукции из-за поставок недоброкачественных материалов.

Применение на практике меры по обеспечению качества применяемых товаров могут быть классифицированы следующим образом:

|  |  |
| --- | --- |
| Методы приемки парий | Методы приемочного контроля |
| А. Сплошной контроль  Б. Выборочный контроль   1. приемочный выборочный контроль партий по качественным признакам 2. непрерывный выборочный контроль по качественным признакам. 3. Приемочный выборочный контроль по качественным признакам с пропуском партии. 4. Приемочный выборочный контроль по качественным признакам. 5. Ревизионный выборочный контроль. | А. Апробация установленной поставщиком системы методов и операций по обеспечению качества.  Б. Апробация применяемой поставщиком методики контроля качества закупаемых товаров.  В. Учет и определение улучшения качества показателей продукции данного поставщика.  Г. Сравнительная оценка качества продукции различных поставщиков. |

Заключение.

Основной целью закупочной логистики является удовлетворение потребностей производства в материалах с максимально возможной экономической эффективностью. Функции закупочной логистики:

* Определить необходимое количество сырья и материалов для производства продукции;
* Определить что закупать;
* Сколько закупать;
* Как закупать;
* Выбрать поставщика;
* Оформить заказ на поставку;
* Проконтролировать выполнение заказа;
* Разместить материалы на сладе.

Все эти функции по разному осуществляются на производстве. Количество материалов, дата начала поставок, и продолжительность периода их поступления зависят от производственных программ компании. Например, одни предприятия закупают сырье большими партиями для того, чтобы сгладить сезонные колебания в поставках, а другие – не большими партиями чтобы свести к минимуму издержки связанные со складирование.

Особенно важными являются вопросы что купить, сколько купит и у кого купить В России их решение осложнено тем, что в недавнем прошлом предприятия эти задачи в полном объеме зачастую не решали вообще, так как ресурсы распределялись. На сегодняшний день эти вопросы стоят особенно остро в ситуации нестабильной экономики. Некоторые предприятия предпочитают убытки от складирования сырья, чем от задержек с его поставкой или по другим нарушения контракта. В ситуации когда все друг другу должны и никто не платит говорить о нормальном функционировании предприятия сложно. Но даже в таких условиях логистика в нашей стране развивается.

Список использованной литературы.

1. Гаджинский А.М. Логистика: Учебник для высших и средних специальных учебных заведений. – 2-е изд. – М.: “Маркетинг”, 1999.
2. Рахилькин А.В. Логистика фирмы. – Новосибирск, 1997.
3. Логистика: Учебное пособие / Под ред. Б.А. Аникина. – М.: “ИНФРА-М”, 1997.
4. Лекции по логистике Харлампенкова Е.И.