

От чего зависит страховой запас?

Теоретически, определить, когда пора заказывать допоставку товара, должно быть легко. Если вы знаете, что каждый день покупатели будут заказывать десять единиц товара, и знаете, что следующая партия будет доставлена через 17 дней после подачи заявки, вам нужно заказать следующую партию, когда на полке останется 170 единиц товара.

Это количество принято называть «точкой заказа». Однако в формуле точки заказа есть еще один элемент – страховой запас (точка заказа = страховой запас + ожидаемое потребление за время поставки). Резервный запас защищает вас от возникновения дефицита товара в период, необходимый для пополнения запасов. Зачем нужна такая защита?

- Спрос – это прогнозируемая величина, в основе которой лежат история продаж в прошлом, коэффициент(ы) тенденции и/или информация о потреблении товара в будущем. Реальное потребление товара, скорее всего, будет больше или меньше, чем эта величина. Резервный запас нужен в тех случаях, когда реальное потребление оказывается больше, чем прогнозируемый спрос. Это «страховка», помогающая вам выполнить заказы покупателя в период, необходимый для пополнения запаса.
- Ожидаемое время выполнения заказа – тоже прогнозируемая величина, как правило, основанная на том, сколько времени прошло между подачей заказа и доставкой последние несколько раз. Иногда реальное время выполнения заказа будет больше, чем прогнозируемое. Резервный запас защищает вас от возникновения дефицита в случае, если время, необходимое для пополнения запаса, превышает прогнозируемое.
- Уровень сервиса – задается разработчиком системы управления запасами, это вероятность возникновения дефицита. Например, если мы зададим уровень сервиса 90% (т.е. отказ клиенту в покупке возможен в 10% случаев), то страховой запас будет один; а если задать уровень сервиса 97% (т.е. отказ клиенту в покупке возможен только в 3% случаев), то страховой запас, при прочих равных условиях, возрастет приблизительно в 1,5 раза.

Следует отметить, что для разного товара выгоднее задавать различный уровень сервиса. Это напрямую зависит от того, в какую категорию попадает товар при проведении ABC-XYZ анализа. Этот анализ предполагает разделение ассортимента на группы в соответствии с весом каждого товара в суммарном результате (например, обороте или прибыли), а также по стабильности потребления. Кроме того, есть зависимые товары, потребляемые покупателем только совместно. Если иметь в наличии только один из этих товаров – покупатель все равно останется недоволен.

Вы постоянно должны иметь в наличии тот товар, который хочет и ожидает увидеть покупатель. Если этого товара не окажется в наличии – вы разочаруете своего покупателя, и он уйдет искать товар к вашему конкуренту. Как думаете, вернется ли этот покупатель к вам?

Однако есть такие товары, которых среднестатистический покупатель не ожидает увидеть у вас в наличии всегда. Он готов подождать какое-то время. Вы можете позволить себе иметь меньший запас по таким товарам, а некоторые из них вообще поставлять с распределительного склада или под заказ. Таким образом, вы увеличите оборачиваемость запасов, а, следовательно, и прибыльность денег, вложенных в них. Кроме того, вы можете предложить вашему покупателю более интересную цену, чем ваши конкуренты. Покупатель будет вам благодарен!

Автор: logistyk@mail.ru