

УДК 336.24

А.В.Капитульский (асп., каф. ММ), Э.М.Косматов, к.т.н., проф.

ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ЗАПАСАМИ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ – ПРОИЗВОДИТЕЛЯХ БЫТОВОЙ ХИМИИ.

В последнее десятилетие в России заметно возросли масштабы потребления и, соответственно, производства товаров бытовой химии, которые можно разделить на следующие основные группы:

- синтетические моющие средства;
- синтетические чистящие средства;
- косметика;
- жидкие моющие средства.

С увеличением ассортимента, возросла и потребность в сырье, необходимом для выпуска готовой продукции.

Решение проблемы бесперебойного снабжения, при условии наличия оптимальных остатков, как сырья, так и готовой продукции становится залогом успешной работы каждого предприятия.

Следует отметить, что обеспечение производства товаров бытовой химии имеет ряд проблем и особенностей:

- в производстве используется большое количество импортного сырья;
- большие расстояния между поставщиком и потребителем;
- необходимость заказов мелких партий для проведения лабораторных испытаний;
- детальная проработка химической стороны вопроса для приобретения нужного сырья;
- строгий учет за сроком годности и условиями хранения продукции;
- жесткая конкуренция;
- переполнение склада;
- необходимость быстро реагировать на новые маркетинговые решения и т.д.

Рассмотрим некоторые особенности более подробно.

1. Наличие импортного сырья влечет за собой дополнительные затраты во времени его поставки. Например, при закупке растительных экстрактов и товаров двойного применения требуются специальные разрешения и лицензии, которые выдаются Государственным Таможенным Комитетом. Получение такого документа занимает, в среднем, два месяца, соответственно при первой поставке необходимо детально проработать химическую сторону вопроса и определить, что необходимо для таможенной очистки.

2. Большое расстояние играет важную роль, если рынок определенного сырья является монопольным или олигопольным, что вынуждает службу обеспечения делать поправку на время в пути, и риски, связанные с непредсказуемой обстановкой на дорогах вообще.

3. В связи с жестокой конкуренцией на рынке, служба маркетинга вынуждена либо вводить в производство новые продукты, либо изменять составляющие компоненты старых торговых марок (например: запах, дизайн упаковки), что требует быстрого реагирования службы обеспечения и, возможно, изменения уже отработанной стратегии управления запасами. Возникает вопрос расходования неликвидной продукции, которая при нерациональном управлении ложится мертвым остатком и сковывает значительные средства.

4. Немаловажен и вопрос соблюдения сроков годности продукции. Например, некоторые виды сырья имеют срок годности три месяца с момента производства, при продолжительности доставки в четыре недели, что требует своей определенной стратегии закупок.

5. Что касается проблемы заполнения складов, то она изначально решается совместно снабжением и службами, отвечающими за планирования процесса производства и сбыта готовой продукции.

Следует отметить, что это далеко не полный список проблем, которые возникают у служб снабжения на предприятиях производителей товаров бытовой химии. На практике закупка каждого нового вида сырья имеет свои особенности. Только решение всех вероятных проблем и вопросов еще до прибытия сырья на фабрику даст наилучший результат и поможет разработать оптимальную схему снабжения. Также важную роль играет взаимодействие всех служб предприятия и наличие необходимой и своевременной информации, дающей возможность заблаговременного принятия решений.

В настоящее время процесс управления запасами можно организовать с помощью использования компьютерных программ: например SAP, которые позволяют не заниматься расчетами текущей потребности, а все время уделять отслеживанию поступления продукта. Системы автоматически реагируют на изменение планов и выдают количество продукции, которое необходимо приобрести. Однако установка программного обеспечения требует огромных финансовых вложений, что, соответственно, ограничивает их широкое