

- 2) связанные с повышением привлекательности продукции:
- увеличение привлекательности продукции по дизайну на рынке Западной Европы;
 - увеличение цены реализации на рынках Западной Европы и Азии при одновременном ее сокращении на рынке СНГ;
 - увеличение количества сервисных центров на рынках Западной Европы и Азии.

СУЩНОСТЬ И РОЛЬ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ЗАПАСОВ В ВЫПОЛНЕНИИ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРОГРАММЫ ПРЕДПРИЯТИЯ

Т.И. Загоровская
*Филиал УО «Белорусский государственный
экономический университет» в г. Пинске*

Производственная программа разрабатывается на всех предприятиях, выпускающих продукцию для реализации потребителям или выполняющих отдельные виды работ и услуг. При разработке программы учитывается основная цель предприятия – увеличение объема продаж при росте прибыльности продукции и рентабельности капитала. При обосновании программы проводятся расчеты потребности в производственных запасах, которая определяется из норм расхода, устанавливаемых при разработке технологического процесса на операцию или изделие в целом.

Запасы на предприятии можно разделить на 3 группы: 1) *операционные* – создаются с целью удовлетворения текущих потребностей производства и реализации; 2) *страховые* – формируются для того, чтобы защититься от неконтролируемого поведения покупателей и задержек в поставке товаров; 3) *спекулятивные* – создаются в случае, когда компания прогнозирует, что в ближайшее время цена на ресурсы возрастет, и надеется сэкономить на разнице цен.

Менеджмент компании может влиять на остаток запасов, управляя процессом закупок, следовательно, можно определить основные параметры управления запасами, а именно: размер заказа на закупку сырья и материалов и время возобновления заказа.

Важное место в процессе создания запасов занимают затраты, связанные с их приобретением, которые подвержены изменениям

в зависимости от принимаемых управленческих решений. В системе управления запасами обычно выделяют следующие группы затрат:

- затраты, связанные с хранением запасов (стоимость капитала, обездвиженного в запасах);
- затраты, связанные с размещением заказов (канцелярские, транспортные расходы, проценты за банковские переводы и т.д.);
- убытки, возникшие из-за дефицита запасов (убытки из-за простоев, потери клиентов, деловой репутации и т.д.).

Оптимальным размером заказа является количество, при котором общие затраты на размещение заказов и их хранение становятся минимальными. Закупка большого количества материалов для получения скидки приведет к экономии средств на закупку и расходовемых на размещение заказов. Однако эта экономия будет компенсироваться возрастающими расходами на хранение, поскольку каждый раз будут закупаться большие партии материалов.

При размещении заказов также следует учитывать время выполнения заказа поставщиком, для чего необходимо рассчитать еще один параметр – точку повторного размещения заказа. В условиях определенности она рассчитывается достаточно просто: объем остатка запасов на складе, при котором нужно повторно заказывать материал, определяется как произведение количества дней, необходимых для выполнения заказа, и среднесуточной потребности в данном материале.

На практике предприятия в большинстве своем работают в условиях неопределенности, так как не могут прогнозировать со стопроцентной уверенностью потребность в сырье и материалах, а также сроки их поставки, что приводит к возникновению вероятности дефицита запасов и, как следствие – убыткам в результате простоев, потери клиентов и т.д. Следовательно, когда потребность в материалах и сроки их доставки являются неопределенными, вероятность создания резервных запасов становится выше.

Следует отметить, что управление запасами в том или ином виде должно быть реализовано в каждой организации, работающей на конкурентном рынке. Способность эффективно управлять запасами с наименьшими затратами может стать одним из преимуществ для предприятий, функционирующих в условиях ценовой конкуренции и низкой нормы рентабельности.