

Планирование запасов дистрибьюторской компании

Компания «АВС» занимается продажей алкогольных напитков, как в собственной сети распределения – фирменных магазинах, так и предприятиях розничной и оптовой торговли различного формата. На протяжении нескольких лет она является ключевым поставщиком спиртных напитков в регионе. Однако события 2008 года заставили усомниться в устойчивости «АВС» и подтолкнули к модернизации систем снабжения и дистрибуции. Спрос на некоторые виды товаров упал настолько, что пришлось вообще исключить их из ассортимента. Особенности сбыта ряда категорий продукции (сезонность, политика государственных органов и пр.), а также недостатки в системе планирования компании, приводят к тому, что склады компании, как производственные, так и в системе распределения, загружены крайне неравномерно, демонстрируя ситуации от использования мощностей на уровне 50% и ниже, до их крайнего дефицита, когда приходится прибегать к услугам логистических операторов.

Проблема неравномерного уровня запасов касается как готовой продукции, так и основного сырья и материалов. Поставщики непосредственно алкогольной продукции, в силу особенностей технологического процесса и структуры производственно-логистической инфраструктуры, более-менее лояльны в отношении постоянного изменения параметра закупок «АВС». Во-первых, компания является одним из лидеров на рынке по объемам продаж их продукции. Во-вторых, в «АВС» действует программа поддержки и развития отношений со стратегическими поставщиками, включающая прямое инвестирование и льготное кредитование, активные персонифицированные рекламные компании (презентации продуктов, дегустации и пр.), организация публичных мероприятий (программы обучения персонала, симпозиумов, конференций и пр.). Однако поставщики второй группы ресурсов – стеклянной тары (для розлива вин производства компаний России и стран СНГ), обладая универсальной технологией производства, и, следовательно, достаточно широким кругом потенциальных потребителей (в т.ч. производителей слабо- и безалкогольных напитков) и сложной системой планирования производственного процесса, ориентированы на более определенные в среднесрочной перспективе заказы.

Отдел планирования закупок «АВС», собрал информацию о продажах с 2004 по 2009 годы и поставил перед собой задачу выявления основных факторов влияния на спрос и тенденций его изменения, с целью наиболее оптимального прогнозирования запасов основных и вспомогательных ресурсов на 2010 год.

ЭТАПЫ:

- I. Анализ факторов, влияющих на формирование спроса/предложения категории продуктов
- II. Анализ статистического ряда, оценка влияния факторов на динамику продаж
- III. Выбор подхода к формированию исходных данных для прогнозирования (очистка ряда: сглаживание, исключение, сохранений тенденций, дифференциация моделей прогноза)
- IV. Составление прогноза на период июль 2009-2010 гг
- V. Выявление и оценка влияния факторов на динамику продаж 2009-2010 гг
- VI. Корректировка прогноза с учетом прогнозируемых событий (факторов).
- VII. Отправка результатов прогноза (excel) преподавателю (за 2 дня до семинара)
- VIII. Подготовка и защита презентации. В презентации должны быть отражен ход выполнения работы (п. II -VII)

Таблица 2. Статистика продаж «АВС»

Месяц/год	Крепкое спиртное (от 40') - А	Вермут	Вины России и СНГ	Вина (Импорт)	Пиво (и пивные коктейли)	Безалкогольные
июл.04	683 661	3 380	3 506	1 386 688	14 169 189	31 274
авг.04	612 121	3 327	3 075	1 365 104	14 078 704	24 574
сен.04	618 768	3 240	3 132	1 422 235	13 653 435	22 573
окт.04	649 873	3 574	8 867	1 543 548	11 730 077	21 745
ноя.04	657 192	3 555	3 721	1 750 703	12 581 354	19 257
дек.04	940 360	4 862	6 701	1 918 669	12 959 141	29 582
янв.05	550 547	3 143	2 390	1 159 685	9 774 490	16 383
фев.05	576 751	2 943	2 611	1 363 433	10 378 541	16 559
мар.05	633 152	3 553	3 000	1 510 911	12 383 064	17 812
апр.05	650 609	3 531	3 000	1 407 320	12 536 557	23 282
май.05	648 655	3 443	2 858	1 483 108	14 301 989	25 238
июн.05	655 106	3 515	2 496	1 528 405	15 307 961	27 707
июл.05	680 135	3 319	2 110	1 355 791	13 658 544	32 722
авг.05	649 979	3 382	1 604	1 525 630	14 838 085	27 783
сен.05	664 997	3 336	1 169	1 459 472	13 915 745	26 929
окт.05	681 094	3 618	1 138	1 567 477	12 254 620	22 232
ноя.05	717 535	3 694	850	1 847 026	12 642 622	22 337
дек.05	1 026 294	4 800	1 170	2 056 383	13 049 271	34 586
янв.06	589 970	3 090	328	1 280 538	10 658 904	17 752
фев.06	629 663	3 160	313	1 314 887	10 588 764	20 075
мар.06	703 025	3 355	285	1 612 394	12 926 814	22 863
апр.06	659 014	3 262	242	1 401 053	12 262 952	26 311
май.06	717 942	3 441	216	1 627 509	15 122 115	32 797
июн.06	731 009	3 494	496	1 621 302	15 778 793	34 262
июл.06	702 009	3 210	294	1 387 671	13 440 821	32 901
авг.06	703 966	3 275	179	1 553 885	15 582 839	29 349
сен.06	714 771	3 380	141	1 518 354	12 576 522	26 424
окт.06	691 792	3 483	70	1 768 032	12 654 405	22 622
ноя.06	735 331	3 657	661	1 955 695	12 699 001	23 091
дек.06	981 299	4 415	2 238	2 043 331	13 112 154	33 171
янв.07	630 438	3 118	1 028	1 406 517	10 974 193	19 493
фев.07	650 792	3 084	1 305	1 440 216	10 234 488	21 478
мар.07	719 183	3 224	1 726	1 626 719	12 681 136	26 122
апр.07	653 367	3 305	1 843	1 566 569	12 383 094	25 673
май.07	755 991	3 440	1 868	1 749 781	15 680 073	35 968
июн.07	761 886	3 084	1 717	1 637 515	15 008 400	37 642
июл.07	720 932	3 024	1 867	1 534 962	14 085 288	34 323
авг.07	755 141	3 218	1 994	1 691 524	16 032 683	33 837
сен.07	684 761	2 953	1 855	1 490 423	12 424 187	27 455
окт.07	709 538	3 231	3 028	1 852 218	13 668 367	25 023
ноя.07	772 957	3 579	2 430	2 004 087	12 743 339	24 044
дек.07	1 020 306	4 393	4 138	2 027 923	12 816 452	34 489
янв.08	644 102	3 127	1 629	1 503 177	11 303 408	19 568
фев.08	689 946	3 185	1 797	1 525 857	10 900 820	22 055
мар.08	697 523	3 116	1 912	1 585 898	11 812 978	23 715
апр.08	706 878	3 207	2 038	1 667 348	13 380 358	26 669
май.08	802 031	3 356	2 237	1 783 695	15 030 084	35 678
июн.08	709 037	3 044	1 945	1 605 038	14 879 805	33 173
июл.08	776 002	3 111	2 309	1 718 018	15 360 579	35 064

авг.08	776 889	3 113	2 328	1 624 495	14 919 675	32 193
сен.08	682 800	2 989	1 999	1 646 369	13 460 740	24 072
окт.08	771 128	3 398	3 394	1 953 956	13 653 017	24 668
ноя.08	761 202	3 427	2 616	1 833 738	11 802 762	23 255
дек.08	1 022 811	4 246	4 277	2 284 563	13 882 493	32 252
январ.09	698 549	3 262	1 950	1 460 322	10 976 395	20 369
февр.09	666 814	3 088	1 904	1 518 863	10 328 065	20 296
мар.09	706 967	3 096	1 944	1 702 769	12 380 642	22 209
апр.09	729 607	3 130	2 179	1 747 503	13 856 554	26 175
май.09	797 928	3 221	2 202	1 724 628	14 319 108	34 195
июн.09	737 398	3 060	1 966	1 766 041	15 260 556	30 578