

物流师考试综合辅导：物流管理的重要环节物流师考试 PDF
转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/644/2021_2022__E7_89_A9_E6_B5_81_E5_B8_88_E8_c31_644829.htm id="wwdd"

class="wwyy"> 预测是企业制订战略规划、生产安排、销售计划，尤其是物流管理计划的重要依据，是企业物流管理中最重要的一环，也是物流工作的龙头。准确的预测可以提高客户满意度，提高企业的竞争力。客户在做出购买决策后，对于交货期的要求也越来越高。他们总会希望立即，至少是在合理时间内收到所购买的产品，享受所需要的服务。如果企业根本没有预测，或是预测不准确，总是不能满足客户对交货期的要求。随着市场竞争的激烈，企业为此而丢失的订单会越来越多。对于该类贸易公司而言，因为其供应商与消费产品市场的距离远，所以，要想满足客户对交货期的要求，更要有准确的预测，才能在竞争中不被打败。准确的预测可以减少企业的库存。它可以表现在3个方面：1) 对于任何一个企业而言，其流动资金都是有限的。无论是生产企业安排生产，还是贸易公司安排采购，他们都是在一定资金范围内进行的。2) 如果预测准确，可以降低对安全库存的要求。3) 可以减少因库存时间长而产生的产品过时，过期而带来的损失。产品过时，往往会折价处理，而产品过期只能销毁，这样为企业造成大量的损失。对于该类贸易公司而言，因为货物在途的时间长，而根据跨国公司内部结算的规定，货物一旦离开供应商的仓库，就会给采购方开据发票，即算作采购方的库存。这类在途的库存往往会占据该类贸易公司全部库存金额的1/3或者更强。因此，该类贸易公司更要提高预

测的准确性，才能有效地提高库存周转率。准确的预测可以有效地安排生产。对于任何生产企业而言，其生产能力也是有限的。对于跨国公司的贸易公司而言，如果可以提供给供应商准确的预测，不仅可以提高其采购订单的满足率，而且也有利于与供应商的长期合作。对于跨国公司的贸易公司，这一点更为重要，这是因为跨国公司的生产厂家往往会同时供应全球许多国家的需求，而这些生产厂家会根据各个国家提供的需求预测来计划生产。因此，如果预测不准确，对该类公司而言，根本不可能按时得到订单的满足。准确的预测可以改善运输管理。根据预测进行运输安排，对于距离较近的经销商或客户，可以采用集中运输的方式，既可以节约运输成本，还可以减少运输时间，减少破损率。准确的预测可以做出信息含量更高的定价，促销决策。往往促销或者价格调整都是为了使销售数量增加，准确的预测可以使这些决策更有针对性，提高决策的效率。实际预测工作中存在的问题在实际工作中，产品需求预测通常是来自销售部门，由各地区的销售人员（或销售经理）提交给物流部门。再由物流部门进行总结分析，制订出交给供应商的订购预测或订货计划，到需要订货时，再结合其他方面的情况产生出正式订单。但是，在实践中由销售人员提供的预测，往往会因为以下的原因失真：销售人员对预测的重视不够，每年都有一定的销售任务，他们在做预测时会依据其销售任务的金额按12个月大致分配。因为销售任务是必须要完成的，因此在年初、月初做预测时，即使没有实际需求或订货的可能，为了不被老板批评，也会按任务的金额去做预测。也有的销售人员担心如果预测少了，万一拿到订单，无货可交，往往扩大预测，

即使把握不大的项目也会做到预测中。这样，就会放大需求。提高预测准确性的方法 预测在实际中，也是物流工作中最难的一项工作，这是因为要做好准确的预测，不仅要懂得预测的理论及方法，要有良好的经济分析水平，还要对产品 & 市场有很好地了解。在实际工作中，做好预测需要注意以下问题：首先，在物流部门提供给供应商的需求预测时，必须与销售人员进行认真地核实，将这些失真纠正过来，提高预测的准确性。要尽量多地收集历史数据，仔细研究。历史数据越多，时间越长，越能看到需求的趋势，也就会使得预测越准确。对于新产品或者是新公司而言，则及时建立销售资料档案是十分重要的，这些数据就会运用到以后的预测中。对于新产品或新公司的产品，尽量要找到该类产品的整个市场历史资料或者是竞争对手的历史资料，这样会对该产品的预测有益。不但要仔细研究历史数据，还要深刻了解产品及市场的特性，找到该种产品最终的使用规律，并且结合历史资料分析该产品真正的需求规律，不要被数据表面的现象所迷惑。有些产品最终的使用规律和从历史资料上看到的销售数据趋势不一致，我们就要分析其原因，找到二者之间的关系，这样会使需求预测更有依据，更有说服力，也就会越准确。在分析历史资料及真正的需求规律后，选择合适的预测方法。对于需求有规律的产品可以采用定量的方法，对于需求没有规律的产品则可以运用定性的方法。一定要注意同公司内部各个部门的沟通，收集所有有关产品的信息，进行分析，把这些因素对需求的影响考虑到预测中。最典型的活动，比如打折促销等活动，就会大大地影响需求，因此在做预测时一定要考虑。又如：一种新产品的推广，就会对老产品

的需求产生影响，既要在新产品的预测中加以注意，同时也要调整老产品的预测，这些信息一般会来自于市场部门。利用ABC分类法，把客户分为ABC类，要及时与A类客户保持沟通，了解他们对产品的使用情况，把他们的需求变化考虑到预测中。比如对于化工原料的需求，会因为化工企业定期的检修而受到影响，所以，一定要知道A类客户的检修时间，以便在预测时加以考虑。不断地根据已经得到的实际情况，调整预测数据，保证给供应商提供最新的、最可靠的信息，这样才能保证订单的满足率。在实际工作中，供应商往往会要求采购方提供12个月的滚动预测，以便供应商进行订购原材料及安排生产。把物流师站点加入收藏夹 欢迎进入：2009年物流师课程免费试听 更多信息请访问：百考试题物流师论坛 欢迎免费体验：百考试题物流师在线考试中心 100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问

www.100test.com