

I MAGAZZINI DELL'IMPRESA

Il problema principale da affrontare nella gestione del magazzino consiste nell'utilizzo ottimale dello spazio fisico a disposizione in modo da creare un percorso ben definito per tutte le merci, il quale può essere riassunto nei seguenti punti:

• RICEVIMENTO DELLE MERCI

- Al momento dell'arrivo, tutte le merci vengono collocate nello spazio specifico. A questo punto l'operazione primaria è quella di verificare che le merci ricevute corrispondano all'ordine sia per qualità che per quantità.

Successivamente possiamo procedere all'eliminazione della consegna dalla lista delle merci di cui siamo in attesa. Grazie ad un sistema informativo che raccoglie i dati in rete, possiamo avere in ogni momento l'ammontare dei costi, dei debiti e la quantità dei beni per le diverse fasi produttive.

Inizia poi la fase di SMISTAMENTO dei beni che deve essere effettuata con la massima rapidità per evitare tempi morti di stanziamento che potrebbero comportare costi relativi a rallentamenti della produzione.

• MAGAZZINO COLLAUDO

- Ogni impresa deve controllare le merci ricevute, specialmente se si tratta di componenti di elevata precisione: questo è il CONTROLLO DI QUALITÀ che solitamente viene fatto su un campione della partita di merce (lotto). Tali campioni sono raccolti in via provvisoria in tale magazzino che è quindi di dimensioni ridotte.

Nel caso in cui i materiali differiscano in modo notevole dell'ordine si procede alla loro restituzione sospendendo il pagamento e segnalando difetti riscontrati nell'apposito VERBALE DI COLLAUDO.

• MAGAZZINO CENTRALE

- Il magazzino centrale accoglie le merci e i prodotti finiti destinati alla vendita. Questo è il magazzino principale dell'azienda e, in quanto tale, deve avere un funzionamento efficiente e razionale. Nelle imprese mercantili questo magazzino è indispensabile per la continuazione della distribuzione e la soddisfazione delle esigenze dei clienti, mentre nelle imprese industriali il magazzino delle materie prime è gestito separatamente da quello dei prodotti finiti.

• MAGAZZINO DEI MATERIALI DI CONSUMO

- Si trova prevalentemente nelle imprese industriali e accoglie i materiali necessari alle attività che vengono svolte sia all'interno che all'esterno dell'impresa. Per esempio vi troviamo le scorte di cancelleria, altro materiale di manutenzione e supporto dell'attrezzatura produttiva e attrezzature diverse.

- **MAGAZZINO DEI SEMILAVORATI**

- Questo magazzino riceve prodotti per i quali il processo di trasformazione non è stato ultimato. Se si tratta di semilavorati già di per sé idonei alla vendita, allora la loro permanenza risulta più lunga rispetto agli altri beni che invece sostano in magazzino per tempi generalmente brevi.

- **MAGAZZINO DELLA PRODUZIONE E DEL MONTAGGIO**

- Può essere definito anche magazzino della catena di lavoro dato che alcune imprese, per evitare interruzioni nel processo di trasformazione dovuti alla lontananza dal magazzino centrale, predispongono nel reparto produttivo uno specifico deposito contenente mezzi necessari all'approvvigionamento dei materiali di produzione.

- **MAGAZZINO DEI RICAMBI E ASSISTENZA AI CLIENTI**

- Riceve il materiale di ricambio necessario ad improvvisi interventi presso la clientela. Inoltre può avvenire che un macchinario provochi un arresto della produzione, causando ingenti perdite, così viene riparato utilizzando i ricambi a disposizione in questo reparto.

- **MAGAZZINO SPEDIZIONE**

- E' il magazzino all'interno del quale vengono accolte le casse, i container e i colli che devono essere spediti o ritirati dai clienti. Di solito questo magazzino è affiancato da un reparto d'imballaggio per merce da spedire e da un ufficio di controllo per l'emissione dei documenti necessari alla vendita.

Dal punto di vista del mantenimento di scorte i magazzini possono essere suddivisi in:

- MAGAZZINI INTEROPERAZIONALI (utilizzate tra due fasi successive del processo produttivo, per il controllo delle scorte di semilavorati);
- MAGAZZINI TERMINALI (interfacciati con il mercato dei fornitori o con il mercato dei clienti)