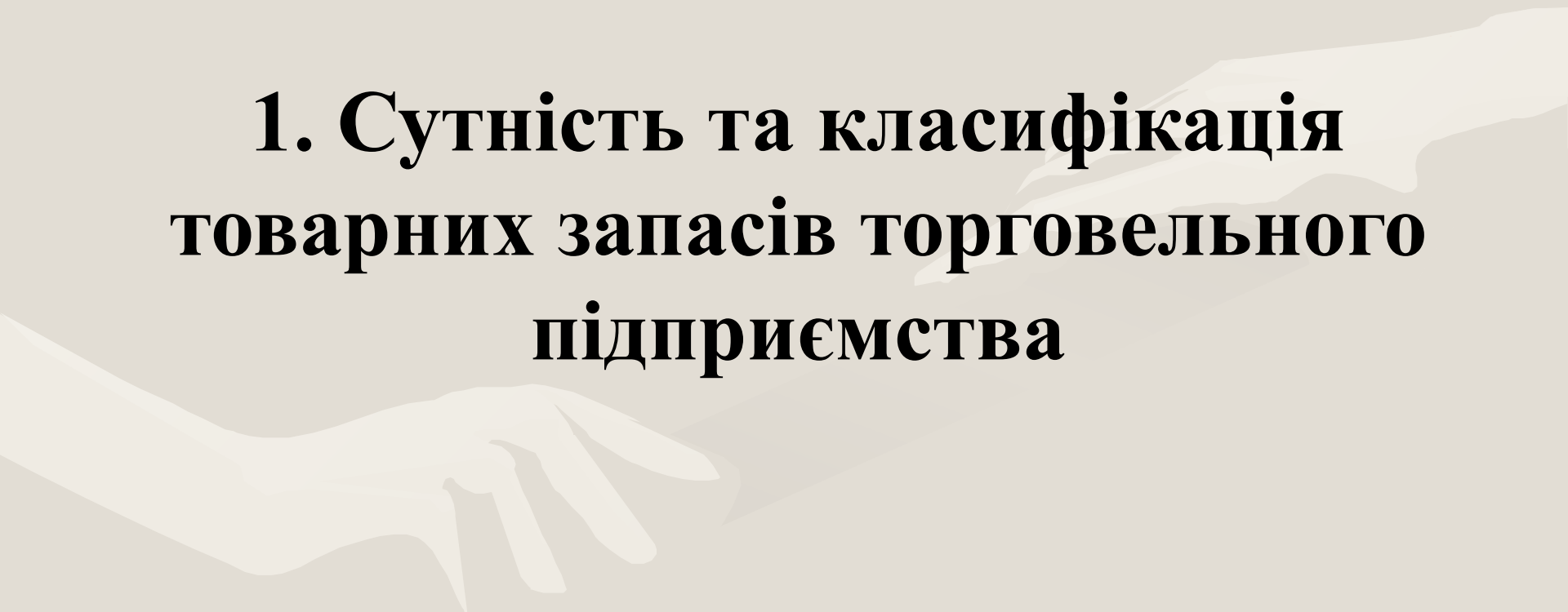


*Частина 2. Економіка  
торговельного підприємства*

**Тема 8. Товарні запаси та  
товарне забезпечення  
торговельного  
підприємства**



# **1. Сутність та класифікація товарних запасів торговельного підприємства**

**Товарний запас** – являє собою масу товарів, що перебувають у сфері обігу в процесі переміщення від виробництва до споживача та призначені для подальшого продажу.

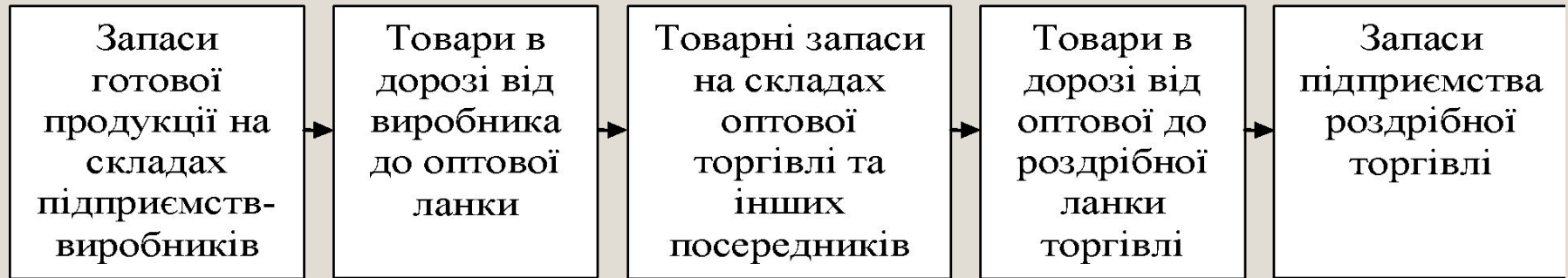
## **ЗАПАСИ**

Утримування для подальшого продажу за умов звичайної господарської діяльності (запаси готової продукції, товарні запаси)

Перебувають у процесі виробництва з метою подальшого продажу продукту виробництва (запаси незавершеного виробництва)

Утримуються для споживання під час виробництва продукції, виконання робіт, надання послуг, а також управління підприємством (виробничі запаси)

## **Трансформація товарних запасів в процесі переміщення від виробника до споживача:**



### **Причини утворення товарних запасів**

Невідповідність ритму споживання (реалізації) та виробництва (споживання) товарів.

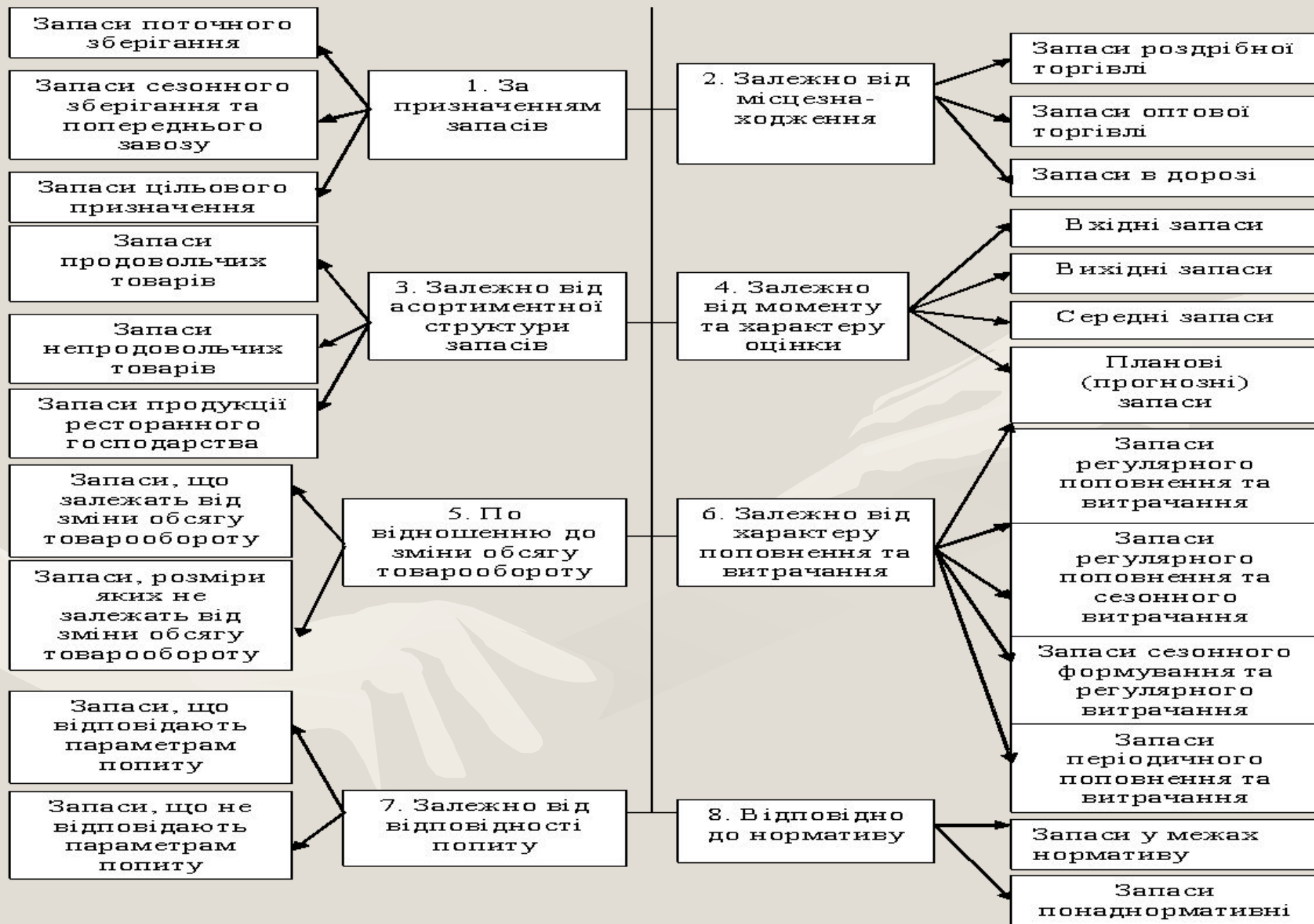
Сезонність виробництва та споживання окремих видів товарів.

Нерівномірність розміщення виробництва і районів споживання

Необхідність перетворення виробничого асортименту на торговий асортимент.

Необхідність утворення страхових резервів для згладжування можливих непередбачених коливань попиту та пропозиції товарів, що обумовлені різноманітними факторами.

# Класифікація товарних запасів торговельного підприємства



## **Бухгалтерська звітність**


### **(баланс - форма №1)**

Товарні запаси підприємства відображаються за цінами закупівлі

## **Статистична звітність**

### **(форма №3-торг)**

Товарні запаси в роздрібній торгівлі відображаються у звітності за продажними (роздрібними) цінами.



**2. Показники, що характеризують  
стан товарних запасів  
торговельного підприємства**

# Показники товарних запасів, що використовуються в процесі обліку, аналізу, планування

- **Абсолютні**
  - 1) **Натуральні** (кг, тонни, одиниці тощо)
  - 2) **Вартісні** (в поточних цінах, у співставних цінах)
- **Відносні**
  - 1) **Період обороту** в днях (час обороту)
  - 2) **Швидкість обороту** в разях
  - 3) **Рівень товарних запасів** у % до товарообороту
  - 4) **Рівень товарних запасів** у днях обороту



**Період (час) обороту товарів** визначає тривалість перебування товарів у вигляді товарного запасу; характеризує час, необхідний для його повного оновлення.

*Період (час) обороту товарних запасів:*

$$ПО_{тз} = \frac{\overline{TЗ} * Д}{ТО} = \frac{\overline{TЗ}}{ТО_{одн}}$$

**Швидкість обороту** характеризує, скільки разів протягом періоду (року, кварталу, місяця) поновлюється товарний запас.

*Коефіцієнт оборотності товарних запасів (швидкість обороту):*

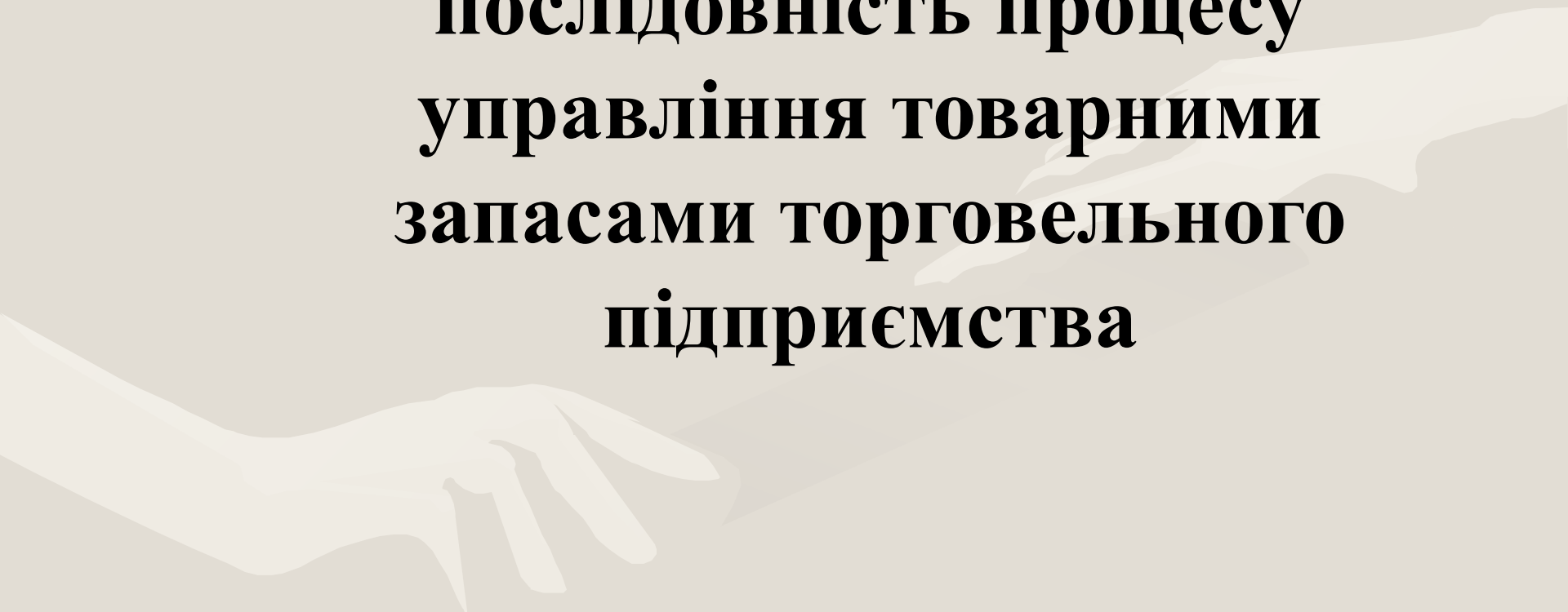
$$КО_{тз} = \frac{ТО}{\overline{TЗ}} = \frac{Д}{ПО_{тз}}$$

*Рівень товарних запасів в днях обороту:*

$$P_3 = \frac{T_3 * Д}{T_0}$$

*Рівень товарних запасів у % до  
товарообороту:*

$$P_3 = \frac{\overline{T_3} * 100}{T_0}$$



**3. Структурно-логічна  
послідовність процесу  
управління товарними  
запасами торговельного  
підприємства**

**Управління товарними запасами** – це комплекс заходів, спрямованих на формування та підтримання їх оптимального розміру на підприємстві.

**Основні цілі формування товарних запасів на торговельних підприємствах:**

забезпечення стійкості асортименту та ритмічності здійснення торгово-технологічного процесу в магазинах та інших торговельних об'єктах для безперервної реалізації товарів покупцям, та найбільш повного задоволення їх попиту;

накопичення товарів сезонного попиту, сезонного виробництва, дострокового завою та цільового призначення;

здійснення спекулятивних операцій з оптовими (дрібнооптовими) партіями товарів в періоди вигідної торгової кон'юнктури на ринку (зростання попиту при зменшенні товарної пропозиції);

запобігання знеціненню вільних грошових коштів підприємства в умовах інфляційної економіки.

***I етап*** – Визначення цілей формування товарних запасів

***II етап*** – Формування інформаційної бази управління товарними запасами

Внутрішнього характеру

Зовнішнього характеру

***III етап*** – Аналіз обсягу та структури товарних запасів;  
оцінка факторів, що впливають на обсяг та швидкість обороту товарних запасів

***IV етап*** – Розробка плану формування товарних запасів

***V етап*** – Перевірка відповідності розробленого плану цілям формування товарних запасів, фінансовим можливостям та матеріально-технічній базі

***VI етап*** – Прийняття плану та здійснення його реалізації

***VII етап*** – Оперативне регулювання та контроль за створенням товарних запасів

***Процес управління товарними запасами торговельного підприємства***

# ABC-аналіз

До групи А відносяться найменування в списку, починаючи з першого, сума накопичених вартостей яких становить 70-80% від сумарної вартості всіх спожитих за цей період матеріальних ресурсів. Досвід показує, що звичайно в цю групу попадає 10-20% всієї номенклатури.

У групу В попадає приблизно третина найменувань ресурсів, сума вартостей яких становить 15-20%.

До групи С відносяться всі позиції номенклатури, що залишилися, сумарна вартість яких становить лише 5-10%. При цьому варто не забувати про «якірні позиції», відсутність яких може призвести до втрати продажів у групі А або В. На практиці, такі позиції штучно переносять у відповідні групи масової частки «зв'язаних» позицій. (Якщо більшість зв'язаних позицій в А, то переносять в А)

Відповідно до принципу Парето, товари групи А підлягають більше ретельному обліку й більше частій інвентаризації, попит на них прогнозується за допомогою більш складних методик, більш часто й уважніше контролюється своєчасне поповнення цих запасів. У той час як потреба в активних товарах визначається більш точним методом прогнозування збуту, потреба в малоактивних товарах може визначатися менш точним і більш дешевим способом врахування минулого досвіду. Неоптимальне управління малоактивними товарами слабо впливає на загальні показники управління запасами. З огляду на це, фахівці, з метою зниження напруженості управлінської праці, часто можуть здійснювати закупівлі відразу річної потреби по номенклатурі малоактивних товарів.

**Таким чином, використання принципу Парето в управлінні товарними запасами означає, що вся номенклатура ділиться на групи за критерієм активності. Група А, як "найбільш активна", піддається самому ретельному контролю, групі В приділяється менше управлінської уваги, а група С обслуговується "найменш активно". Але не слід думати, що процентне співвідношення 80/20 встановлене колись вірно й зараз. У кожній галузі це відношення дуже різне: корпоративний софт - 95/5, авіа-космобудування - 90/10, звичайне озброєння 60/40, дрібногосподарські товари 58,5/41,5... Це все диктується особливістю розвитку галузі й не є величиною постійною. В умовах високо динамічного ринку воно може мінятися щорічно!**

# XYZ-аналіз

XYZ-аналіз дозволяє класифікувати запаси, розглянуті при проведенні ABC-аналізу, залежно від характеру їхнього споживання й точності прогнозування змін у їхній потребі, що особливо важливо для торговельних підприємств.

Групування ресурсів при проведенні XYZ-аналізу здійснюється в порядку зростання коефіцієнта варіації.

До категорії X відносять ресурси, які характеризуються стабільною величиною споживання (наприклад, якщо мова йде про сировину, то існують норми витрат кожного виду сировини), незначними коливаннями в їхньому витрачанні й високою точністю прогнозу.

Категорія Y - це ресурси, потреба в яких характеризується відомими тенденціями (наприклад, сезонними коливаннями) і середніми можливостями їхнього прогнозування.

Ресурси, які відносяться до категорії Z, споживаються нерегулярно, точність їхнього прогнозування невисока.

Рекомендований розподіл коефіцієнта варіації по групах

КВ = 0-10% - група X

КВ = 10-25% - група Y

КВ > 25% - група Z

Заходи щодо закупівлі для груп:

X - закупівля відбувається синхронно процесу споживання

Y - необхідне створення запасів

Z - вимагає індивідуальних замовлень по закупівлі

Інваріант групування:

Іншим принципом групування може виступати швидкість обороту товарних позицій. Це особливо важливо, якщо виникає ситуації різних складів - «коротко дистанційних» і «довго дистанційних», тоді:

X - це високо оборотні товарні позиції,

Y - мають «середню» швидкість обороту,

Z - довго оборотні товарні позиції.

# Суміщення результатів ABC та XYZ-аналізу

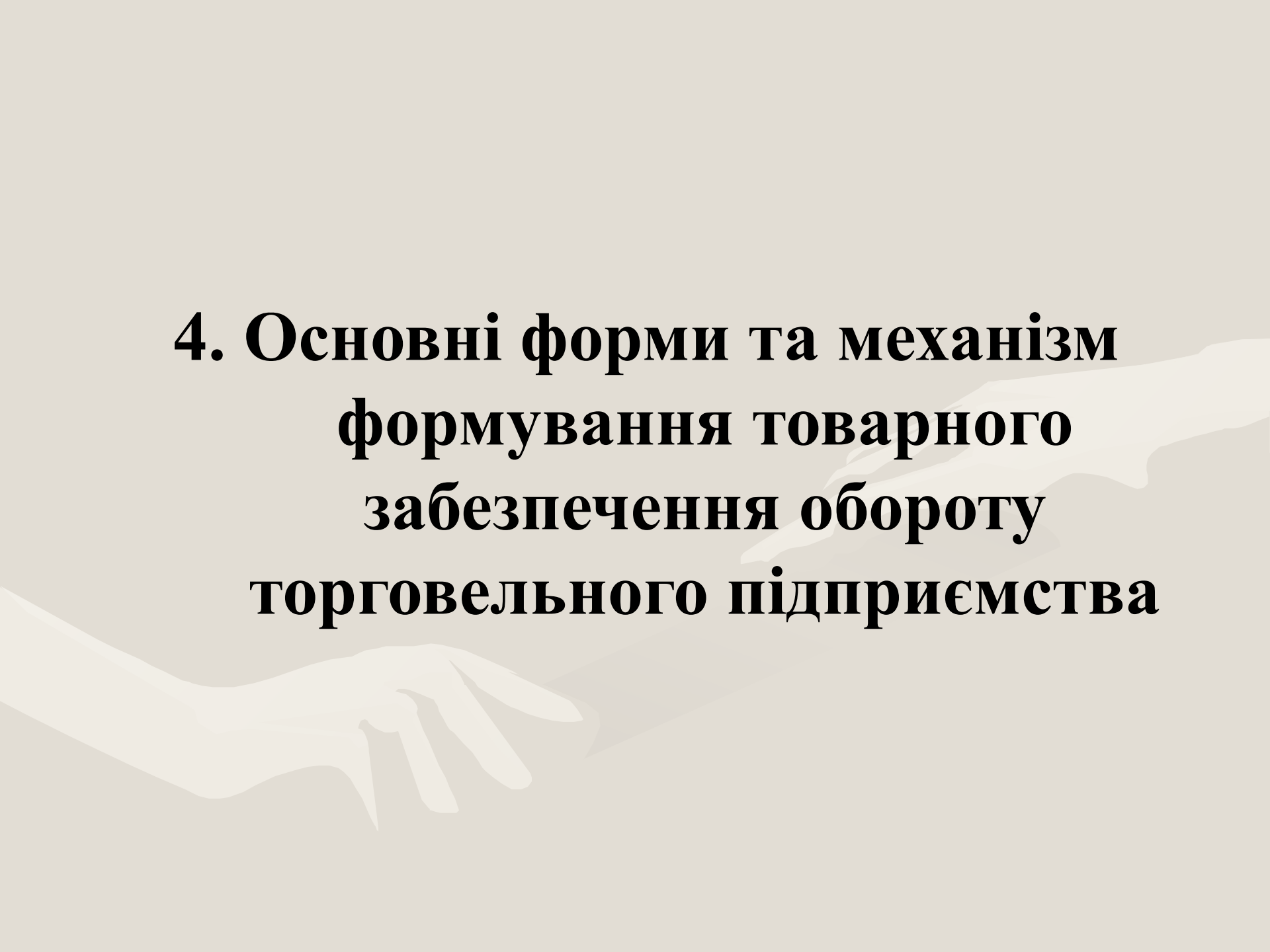
Накладення результатів XYZ-аналізу на дані ABC-аналізу утворює 9 груп ресурсів, для кожної з них необхідно розробити свої техніки управління, при цьому кожна із груп має дві характеристики: *вартість запасів і точність прогнозування потреби в них.*

Групи AX, AY і AZ вимагають найбільшої уваги, для них необхідно ретельне планування потреби, нормування витрачання, ретельний (щоденний) облік і контроль, постійний аналіз відхилень від запланованих показників. Причому для категорії AX варто розраховувати оптимальний розмір закупівель і використовувати технологію "just in time". А для категорії AZ ефективніше використовувати систему постачання по запитах з обов'язковим розрахунком величини страхового запасу. Для ресурсів категорії CX, CY, CZ застосовуються укрупнені методи планування.



# Матриця суміщення результатів

Категорія	X	Y	Z		
A	AX	AY	AZ	↓	Уменьшение потребности в контроле
B	BX	BY	BZ	↓	
C	CX	CY	CZ	↓	
	→	→	→		
Уменьшение точности прогнозирования					



**4. Основні форми та механізм  
формування товарного  
забезпечення обороту  
торговельного підприємства**

**Товарне забезпечення обороту** – це підпорядкована генеральній меті торговельного підприємства діяльність по закупівлі та надходженню на підприємство товарних ресурсів необхідного обсягу, асортименту та якості.

Головною *метою* формування *товарного забезпечення обороту* торговельного підприємства є створення умов для реалізації генеральної мети діяльності підприємства на ринку, виконання розроблених планів товарообороту та прибутку.

## **Завдання формування товарного забезпечення обороту:**

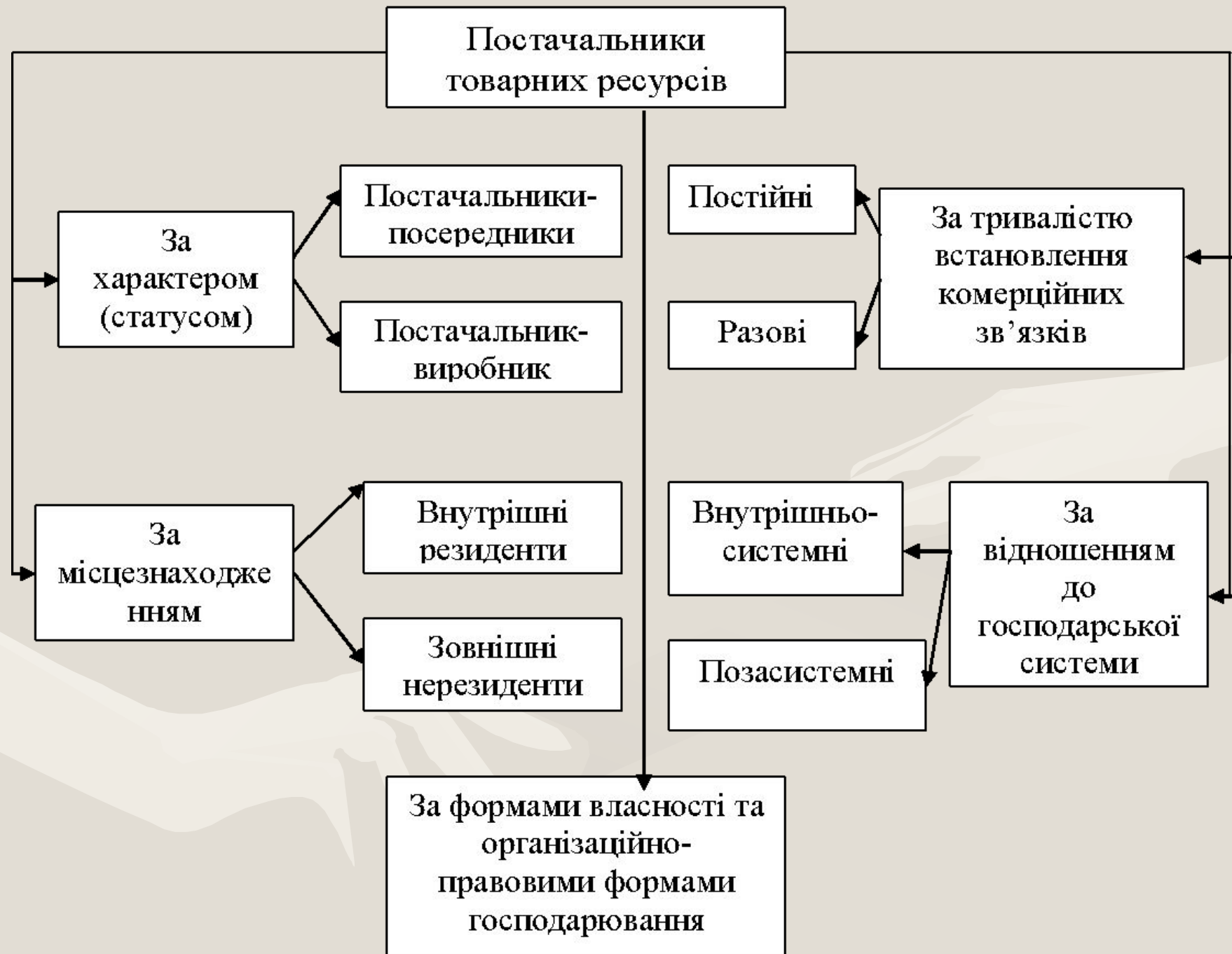
Забезпечення стабільного та ритмічного надходження товарів на торговельне підприємство.

Забезпечення відповідності обсягу та структури закупівлі товарів обсягу та структурі споживчого попиту.

Забезпечення конкурентних переваг торговельного підприємства по асортименту, якості та цінам товарної продукції.

Мінімізація сукупних витрат на формування, транспортування, зберігання товарних ресурсів.

Забезпечення необхідної ефективності комерційних угод по закупівлі товарів, що укладаються.



## Послідовність дій по формуванню товарного забезпечення обороту підприємства

Вивчення кон'юнктури ринку закупок та каналів розподілу товарних ресурсів

Аналіз надходження та закупівлі товарів

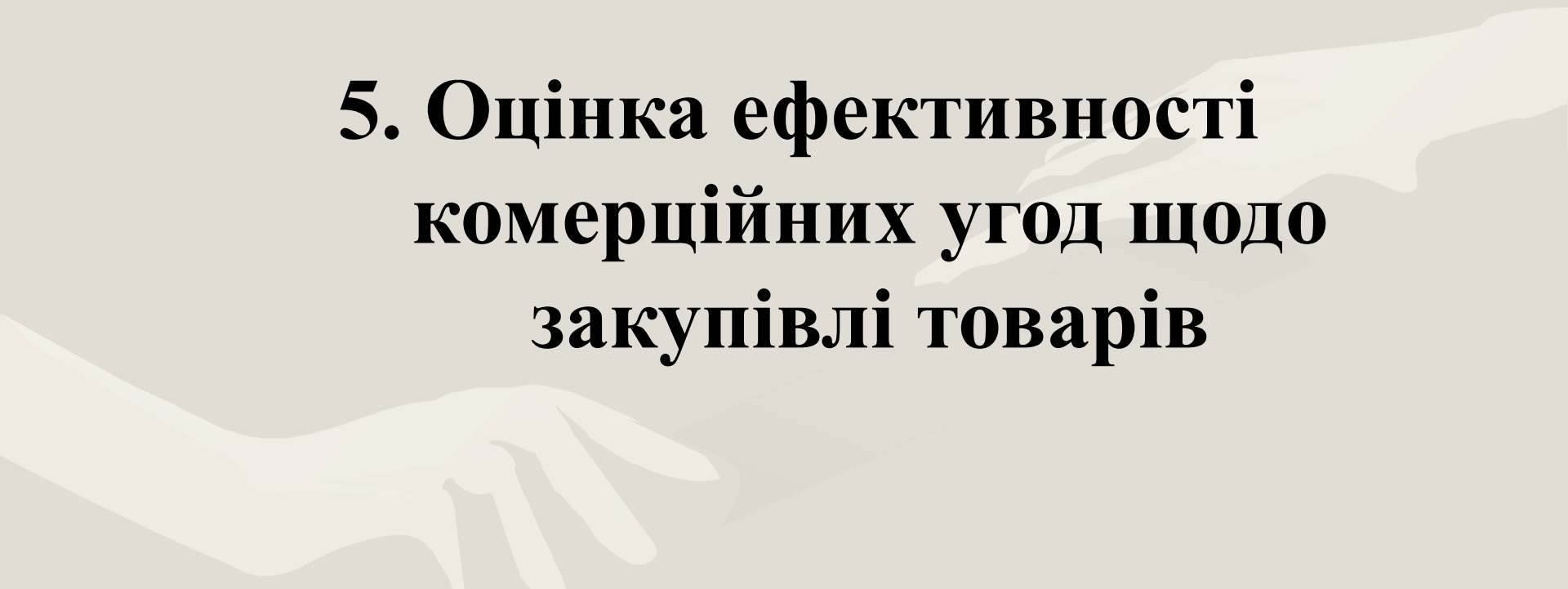
Планування обсягу та структури закупівлі товарів

Визначення методу закупівлі товарів

Вибір постачальника товарних ресурсів

Узгодження та укладання договору на закупівлю товарів

Контроль за виконанням договорів та надходженням товарів на підприємство



**5. Оцінка ефективності  
комерційних угод щодо  
закупівлі товарів**

## Оцінка ефективності комерційної угоди по закупівлі товарів

1 етап. Оцінка можливої роздрібної ціни реалізації товару

2 етап. Визначення оптової ціни закупівлі товару, виходячи з умов запропонованої комерційної угоди

3 етап. Розрахунок поточних витрат торговельного підприємства, пов'язаних із закупівлею товарів

4 етап. Прогнозування поточних витрат торговельного підприємства по реалізації пропонованого товару.

5 етап. Розрахунок розміру податкових платежів, які підлягають сплаті торговельним підприємством

6 етап. Оцінка чистого прибутку підприємства за даною угодою

7 етап. Розрахунок показників ефективності здійснення комерційної угоди по закупівлі товару.

8 етап. Експертиза отриманих результатів та прийняття рішень відносно доцільності запропонованої угоди та умов



# 1. Оцінка можливої роздрібної ціни реалізації товарів

Для нормального функціонування торговельного підприємства роздрібна ціна реалізації товарів повинна бути достатньою для покриття витрат підприємства по закупівлі та реалізації товарів та утворення цільового прибутку.

## Основні елементи, що формують ціну реалізації товарів:



## 2. Визначення оптової ціни закупівлі товарів

**Оптова ціна закупівлі товару ( $C_3$ )** – кінцева договірна (контрактна) ціна угоди, що враховує усі види цінових знижок, які надаються постачальником торговельному підприємству та узгоджені умови поставки.

## 3. Розрахунок поточних витрат підприємства, пов'язаних із закупівлею товарів

**Поточні витрати підприємства, пов'язані з закупівлею товарів ( $Z_3$ ):**

витрати на транспортування товару

витрати на страхування вантажів

витрати на зберігання та інші витрати, пов'язані із здійсненням окремих комерційних угод

#### 4. Прогнозування поточних витрат, пов'язаних з реалізацією товарів

*Розмір поточних витрат по реалізації товарів ( $Z_p$ ) не залежить від умов укладеної комерційної угоди по їх закупівлі, а визначається специфікою реалізації окремих товарів (рівнем потоварної витратомісткості, що склався), та загальним рівнем витрат торговельного підприємства.*

##### **Поточні витрати торговельного підприємства, пов'язані з реалізацією товарів:**

матеріальні витрати: орендні платежі та витрати на утримання будівель, споруд, приміщень та інвентарю

амортизація основних засобів

відрахування до ремонтного фонду

зношування малоцінних та швидкозношуваних предметів

управлінські витрати

витрати на оплату праці (включаючи єдиний соціальний внесок)

## 5. Визначення розміру обов'язкових платежів (податкові платежів), що підлягають сплаті торговельним підприємством

Обов'язкові платежі (податкові платежів), що сплачуються торговельним підприємством, визначаються чинною системою оподаткування підприємств

## 6. Оцінка чистого прибутку за угодою, що залишається у розпорядженні підприємства

Чистий прибуток, що залишається у розпорядженні торговельного підприємства, являє собою результативний показник, що формується як різниця між доходами підприємства по угоді, з одного боку, та поточними витратами та обов'язковими платежами, з іншого.

**Основні параметри, що визначають розмір чистого прибутку торговельного підприємства по угоді:**



# Показники оцінки ефективності комерційної угоди по закупівлі товарів

Основний

Рентабельність  
витрат за угодою

Допоміжні

Рентабельність  
обороту по  
закупівлі товарів

Рентабельність  
обороту по  
реалізації  
товарів

## 7. Експертиза результатів угоди та прийняття управлінських рішень по закупівлі товарів

Розрахований обсяг чистого прибутку за комерційною угодою та показники її ефективності, дозволяє здійснити селективний відбір найбільш ефективних угод із сукупності наявних комерційних пропозицій.

При проведенні цієї роботи необхідно вирішити **оптимізаційну задачу** – *забезпечити отримання цільової суми чистого прибутку підприємства за умов максимізації прибутковості витрат (або обороту по закупівлі товарів) та дотримання таких обмежень:*

- попитових (асортиментних), що передбачає забезпечення відповідності асортиментної структури закупок планової асортиментної структури товарообороту;
- матеріально-технічних, пов'язаних з обмеженістю обсягу складських приміщень (ємностей) для зберігання закуплених товарів;
- фінансових, які полягають у забезпеченні відповідності між розміром авансованих поточних витрат величині власного оборотного капіталу та можливим обсягам залучення банківських кредитів.