

5. ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ГАЛУЗІ

УДК 658.061.5:339.14

*Доц. Н.Г. Міценко, канд. екон. наук;
магістр Н.Б. Миколів – Львівська КА*

ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ ТОВАРНИМИ ЗАПАСАМИ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Розкрито підходи до трактування сутності товарних запасів та їх місця у системі управління діяльністю торговельного підприємства. Розглянуто методи управління товарними запасами, необхідність та підходи до оптимізації їх розмірів.

Ключові слова: товарні запаси, управління товарними запасами, ABC-аналіз, XYZ-аналіз.

Ефективне функціонування підприємств торгівлі України в умовах поглиблення економічної кризи напряду залежить від підвищення їх конкурентоспроможності. Динаміка змін у зовнішньому середовищі змушує підприємства шукати нові підходи та методи, які дали б змогу адекватно і вчасно реагувати на ці зміни. Одним із способів збільшення прибутковості торговельних підприємств є оптимізація процесів, які формують витратний механізм. Така оптимізація дає змогу досягнути зменшення суми та рівня витрат підприємства, прискорення обіговості вкладених коштів, ефективного використання наявних обігових активів. До економічних інструментів, які дають змогу управляти витратами підприємства, належать оптимізаційні моделі управління товарними запасами.

Товарні запаси утворюються в підприємствах торгівлі завдяки проведенню операцій оптових закупівель та організації надходження товарних ресурсів у формі матеріальних (товарних) потоків. Нерівномірність, стохастичність товарних потоків, які проходять через торговельні підприємства, зумовлює процес утворення і зміни обсягів товарних запасів, на скорочення яких (у прагненні до того ідеального варіанта, коли вхідний і вихідний потоки були б рівномірними, синхронізованими в часі), повинне бути орієнтоване управління в будь-якій товаропровідній системі. Як показує практика, нагромадження значних обсягів малорухливих запасів призводить до омертвіння обігового капіталу, що зазвичай є наслідком невірної оцінки ринкової кон'юнктури, недостатньо продуманої політики закупівель і виробництва. Водночас, запаси є активом будь-якого торговельного підприємства, складаючи більшу або меншу частину цього активу залежно від специфіки його діяльності. Тому для торговельного підприємства-посередника у сфері реалізації товарів у тому чи іншому секторі ринку важливо визначити, який рівень товарних запасів є прийнятним для нього.

Теоретичні і практичні аспекти проблеми досліджено у роботах відомих вітчизняних вчених: І.І. Королькова, М.Д. Виноградського, П.Ю. Балабана, І.О. Бланка, А.А. Мазаракі, Л.О. Лігоненко, зарубіжних науковців Дж. Букана, Е. Кенігсберга, П. Зерматі, П. Мілгрома, Дж. Робертса, М.М. Дарбіяна,

Л.П. Наговіциної, Ю.П. Гризанова, Ю.І. Рижикова, В.І. Сергєєва, А.М. Гаджинського та ін.

Товарні запаси – це складна економічна категорія, предмет наукових досліджень, об'єкт уваги спеціалістів та керівників підприємств. Можливості підприємства у забезпеченні стійкості асортименту товарів, підвищенні рівня задоволення попиту споживачів, організації безперервності процесу реалізації, запровадження визначеної цінової політики, визначення окремих питань фінансової діяльності залежать від політики формування товарних запасів, їх обсягу і структури [2, с. 42].

Згідно з П (С) БО 9 "Запаси", товарні запаси – це товари у вигляді матеріальних цінностей, що придбані (отримані) та утримуються підприємством з метою подальшого продажу. Проф. А.А. Мазаракі вважає, що товарні запаси – це маса товарів, призначена для подальшого продажу, що перебуває у сфері обігу в процесі переміщення від виробництва до споживача [3, с. 174]. Проведене нами дослідження літературних джерел виявило, що не існує єдиного погляду щодо визначення сутності товарних запасів; для трактування цієї дефініції, зазвичай, враховують один із факторів, що впливає на товарні запаси. На наш погляд, товарні запаси торговельного підприємства – це товарна маса, що знаходиться на балансі торговельного підприємства, не потребує подальшого дороблення та перероблення, призначена для забезпечення безперебійності процесу продажу товарів за умов звичайної господарської діяльності. Товарні запаси є невід'ємним елементом організації торговельного процесу, виконуючи при цьому амортизуючу функцію (запаси товарів слугують буфером проти перепадів попиту, пом'якшують розриви між прогнозами попиту і його фактичними параметрами та структурою, згладжують нерегулярність або зупинки виробництва товарів) та економічну функцію (товарні запаси забезпечують певний рівень незалежності і самостійності окремим підприємствам).

Необхідність оптимізації обсягів товарних запасів зумовлена тим, що утримання товарних запасів веде до виникнення значних сум витрат, пов'язаних із існуванням запасів як таких (на це потрібен певний капітал, що вкладається у закупівлі, обслуговування і амортизацію обладнання, будівель, споруд і т. ін.), фізичним зберіганням та обслуговуванням запасів, страховими та адміністративними витратами, а також витратами, пов'язаними з організацією закупівель (подання замовлень, постачання, приймання тощо). Водночас, торговий асортимент роздрібних підприємств характеризується нерівномірністю пред'явлення потреби в окремих товарах, а це зумовлює необхідність диференційованого управління запасами останніх.

Критерієм ефективності управління товарними запасами є організація безперебійної торгівлі усіма різновидами товарів за мінімальних витрат на їх зберігання, транспортування та продаж за високого рівня культури обслуговування.

Як найбільш доступний метод моніторингу товарних запасів підприємства може бути використаний логістичний підхід, що базується на класифікації товарообігу і товарних запасів, вимірюваних в одиницях реалізації або запасу (ABC-аналіз), та їх класифікації за структурою споживання (XYZ-аналіз).

АВС-аналіз – це метод, який пов'язаний із правилом Парето (80 % вартості дають тільки 20 % найменувань товарів, тому витрати на управління запасами залежать здебільшого від динаміки товарообігу за цією номенклатурою). Для класифікації товарів за методом АВС використовують обсяг продажу. Категорія "А" охоплює товари, обсяг продажу яких становить 80 % від загального обсягу товарообігу підприємства. Зазвичай у цю категорію потрапляє 5-20 % номенклатури товарів. У категорію "В" потрапляє приблизно третина найменувань товарів з 15 % обсягом продажів. До категорії "С" належать усі інші позиції номенклатури товарів. Відповідно до принципу Парето, переважної уваги заслуговують товари категорії "А". Тому інвентаризація, транспортування і планування постачання цих товарів мають бути ретельно продумані [1]. Водночас, необхідно пам'ятати, що для товарів народного споживання, порівняно з запасами виробничої продукції характерною є менша концентрація різновидів одиниць зберігання з високою вартістю (а відповідно – і з вищою питомою вагою в товарообігу), тому аналогічні групування за методом Парето-аналізу доцільно провести також за критерієм обіговості товарних запасів. Після зіставлення та узагальнення отриманих результатів обох групувань визначають товари, які за обома критеріями можуть бути віднесені до відповідних категорій; у випадку потреби для віднесення окремих товарів до однієї з категорій можна застосовувати кластер-аналіз [4]. Після проведення таких робіт запаси товарів, віднесених до категорії "А", доцільно перевести на управління та постачання за системою з жорстким обсягом замовлення; товари категорії "В" – за системою з жорстким інтервалом поповнення; товари категорії "С" – на систему з візуальним управлінням і відносно рідким контролем стану їх запасів (принцип "роботи з двома ящиками"). Однак, іноді такий підхід не дає змоги забезпечити ефективне управління товарними запасами торговельного підприємства. Варто також враховувати, що на управління товарними запасами впливають і такі фактори, як умови роботи з постачальниками, терміни постачання товарів, мінімальний обсяг закупівлі і т. ін.

XYZ-аналіз дає змогу класифікувати товари, розглянуті під час проведення АВС-аналізу, залежно від характеру їх споживання і точності прогнозування змін у потребі на них. В основі цього методу лежить розрахунок коефіцієнта варіації продажу для кожного товару за визначений період. За значенням коефіцієнта варіації товари групують у три категорії. До категорії "Х" відносять товари, що характеризуються стабільною величиною споживання і високою точністю прогнозу (коефіцієнт варіації перебуває в межах 0-10 %). Категорія "У" – це запаси товарів, споживання яких характеризується відомими тенденціями (наприклад, сезонними коливаннями попиту) і середніми можливостями прогнозування (коефіцієнт варіації знаходиться в межах 10-20 %). Запаси товарів категорії "Z" споживаються нерегулярно і характеризуються невисокою точністю прогнозування (коефіцієнт варіації вище 20 %) [5].

Поєднання методів АВС і XYZ-аналізу дає змогу отримати дев'ять категорій товарних запасів, для кожної з яких доцільне розроблення індивідуальної схеми управління. Для запасів категорії "АХ" характерними є рівномірний продаж і передбачуваність споживання. Для товарів цієї категорії необхідно здійснювати щоденний контроль залишків, формувати страховий запас і робити попередні закупівлі. Категорія товарів "АУ" характеризується

нерівномірним, але передбачуваним попитом і займає в обсязі товарообігу однакове місце з категорією "АХ". Для товарів категорії "АУ" також потрібен щоденний контроль залишків і формування страхового запасу, але закупівлі з випередженням для цієї категорії товарів особливого сенсу не мають. Для товарів категорії "ВХ" характерний рівномірний продаж і передбачуваність попиту, але при цьому вони дають менший товарообіг і прибуток порівняно з товарами категорії "АХ". Для категорії товарів "ВУ" доцільно застосовувати ті ж підходи до управління, як і для товарів категорії "АУ". Для товарів категорій "АЗ" і "ВЗ" оптимальною є організація попереднього замовлення їх поставки. Категорії товарів "СХ" і "СУ" забезпечують неістотний прибуток. Наявність цих товарів пов'язана з потребами підтримки номенклатурного ряду. Для категорії товарів "СЗ" характерні непередбачуваність і незначний обсяг попиту. Тому запаси товарів цієї категорії не варто нагромаджувати.

Таким чином, АВС-аналіз дає змогу розподілити товари за рівнем пред'явленого попиту, а XYZ-аналіз – дати оцінку стабільності та прогнозувати продажі тієї чи іншої групи товарів. Комплексне використання обох методик створює реальну основу для формування ефективної асортиментної політики торговельних підприємств та управління запасами товарів. При цьому науково обґрунтоване управління товарними запасами істотно вплине на фінансові результати торговельного підприємства.

Література

1. **Гаркавенко С.С.** Маркетинг : підручник [для студ. ВНЗ] / С.С. Гаркавенко. – К. : Вид-во "Лібра", 2002. – 705 с.
2. **Круглова О.А.** Оцінка ефективності управління товарними запасами на підприємствах роздрібною торгівлі // Торгівля, комерція, підприємництво : зб. наук. праць. – Львів : Вид-во ЛКА, 2002. – Вип. 2. – С. 42-47.
3. **Мазаракі А.А.** Економіка торговельного підприємства : підручник [для студ. ВНЗ] / А.А. Мазаракі. – К. : Вид-во "Хрещатик", 1999. – 800 с.
4. **Миценко Н.Г.** Статистичне відображення управління товарними запасами в логістичних системах: Соціально-економічні дослідження в перехідний період. Застосування системи методів (регіональний аспект): щорічник наук. праць / Н.Г. Миценко, І.П. Міщук, Ю.М. Хом'як. – Львів : ІРД НАН України. – 1999. – Вип. X. – С. 89-95.
5. **Сирош В.** АВС-аналіз: методика проведення / В. Сирош. [Електронний ресурс]. – Доступний з <http://www.marketing-ua.com>.

Миценко Н.Г., Мыколив Н.Б. Проблемы управления товарными запасами торговых предприятий

Раскрыты подходы к трактовке сущности товарных запасов и их места в системе управления деятельностью торгового предприятия. Рассмотрены методы управления товарными запасами, необходимость и подходы к оптимизации их размеров.

Ключевые слова: товарные запасы, управление товарными запасами, АВС-анализ, XYZ-анализ.

Mitcenko N.G., Mykoliv N.B. Problems of control of commodity inventories of point-of-sale enterprises

The exposed going is near interpretation of essence of commodity supplies and their place in control system by activity point-of-sale enterprise. The methods of control of commodity inventories, necessity and approaches, are considered to optimization of their sizes

Keywords: commodity supplies, control of commodity inventories, ABC-analysis, XYZ-analysis.