

6. Гринько Т.В., Мирошник Р.С. Теоретичні підходи до формування механізму управління стратегією розвитку торговельного підприємства. *Восточно-европейский научный журнал*, 2020. № 11 (63), Т. 1. С. 16-21.

Кандибка М. О.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

**ФОРМУВАННЯ ТОВАРНИХ ЗАПАСІВ
НА ПІДПРИЄМСТВАХ ТОРГІВЛІ**

Товарні запаси на підприємстві торгівлі – це маса товарів, які призначені для майбутнього продажу та забезпечення безперебійної торгівлі комерційною організацією для отримання прибутків та задоволення потреб споживачів.

Запаси класифікуються за різними критеріями. Залежно від характеру товарообороту вони поділяються на запаси поточного зберігання, призначені для задоволення щоденних торгових потреб населення, а також запаси сезонних товарів, які є актуальними в залежності від пори року.

Формування товарних запасів – це складний процес, що включає аналіз стану товарно-матеріальних запасів, динаміки розвитку за місцем розташування, за призначенням, оптимального стану для визначення зв'язків товарообігу, а також для визначення необхідного розміру запасів [1].

Планування запасів передбачає прискорення обороту активів, вкладених в товарно-матеріальні запаси, не гарантуючи безперебійного продажу товарів. Усі типи запасів плануються, класифікуються за призначенням. Найважливішим елементом для планування товарних одиниць є їх нормування, яке є лише в наявності в поточних складських та торгових компаніях. Стандарти є критерієм оцінки діяльності торгових компаній, включаються до розрахунків товарної пропозиції, товарообігу та інших розрахунків показників.

Наступні методи найчастіше використовуються при плануванні запасів:

- 1) експериментально-статистичний;

- 2) техніко-економічні розрахунки;
- 3) економічно та математично з теорією управління запасами[4].

При плануванні та обліку товарних запасів на підприємстві використовуються абсолютні та відносні показники. Абсолютна вартість запасів може бути виражена у натуральному або грошовому вираженні, вона є змінною величиною, залежно від надходження та продажу товарної продукції. Тому в аналізі та плануванні дуже важливо порівнювати товарно-матеріальні запаси з товарообігом. Для цього рівень товарного забезпечення розраховується в днях. Такий показник вже є відносним, характеризує кількість запасів, доступних у торговій компанії на певний день, і показує, скільки днів триватиме оборот. Формула розрахунку товарообігу за певний період[1]:

$$T = NT + \Delta TЗ - IB,$$

де T – товарообіг;

NT – надходження товарів (обсяг закупівлі);

$\Delta TЗ$ – зміна обсягів товарних запасів протягом періоду;

IB – інше вибуття товарних ресурсів.

Розмір товарно-матеріальних цінностей безпосередньо залежить від швидкості потоку товарів. Прискорення товарообігу при постійному обсязі торгівлі призводить до зменшення запасів, і навпаки, уповільнення обороту вимагає більшої кількості запасів. Дуже важливо прискорювати товарообіг: це підвищує економічну ефективність виробництва, впливає на темпи відтворення і є важливою умовою підвищення рентабельності комерційної діяльності підприємства. Прискорення товарообігу можливе лише за рахунок вдосконалення всієї торговельно-економічної діяльності підприємства. Для цього необхідно глибоко зрозуміти, як на джерела впливають різні фактори. Деякі з цих факторів прискорюють темпи товарообігу і тим самим об'єктивно зменшують необхідну кількість запасів, а інші, навпаки, уповільнюють темпи торгівлі і тим самим збільшують їх обсяг [2].

Обсяг товарно-матеріальних запасів і продажів залежить від багатьох факторів. Деякі з цих факторів прискорюють швидкість продажу, їх можна

розділити на зовнішні, які не залежать від діяльності компанії, та внутрішні, що мають значний вплив на запаси, залежно від роботи компанії.

До основних факторів, що впливають на обсяги продажів та обсяг товарно-матеріальних цінностей, належать такі.

1. Відношення між попитом і пропозицією товарів. В умовах, коли попит населення перевищує пропозицію товарів, їх товарообіг значно прискорюється. І якщо ринок насичений, а пропозиція товарів зростає, відбудеться незначне збільшення швидкості обігу товарів. Однією з умов стандартизації запасів є вивчення споживчого попиту, вплив на постачальників з метою розширення асортименту та поліпшення якості товарів.

2. Обсяг торгівлі. Для торгових компаній з великим обсягом товарообігу, характерна наявність великої кількості товарно-матеріальних запасів та прискорений товарообіг. Чим більший обсяг товарообороту, тим більший товарообіг за один день і розмір товарного запасу. Прискорені продажі зумовлені тим, що в такі магазини товари ввозяться обходячи посередників.

3. Складність асортименту продукції – розмір товарного запасу також визначається широтою та поновлюваністю асортименту продукції. Чим більше асортимент, тим більше запасів. Час обігу складних товарів зазвичай перевищує час обігу товарів простого асортименту. Для товарів із складного асортименту товарні запаси створюються за різними характеристиками.

4. Споживчі та фізико-хімічні властивості товарів. Вони обмежують або продовжують час виконання. Для товарів, які стабільно зберігаються, створюють великі запаси складного асортименту, довговічних та не швидкопсувних продуктів. Через свої властивості не встановлюють терміни зберігання певних товарів, а строки їх реалізації обмежуються кількома годинами. Для таких товарів неможливо створити великі резерви.

5. Організація та частота доставки товарів. Чим частіше товари привозять у магазини, тим менше запасів можна використовувати для виконання плану продажів. У свою чергу, частота доставки залежить від місцезнаходження

торгових компаній, умов транспорту, розташування виробничих компаній. Чим ближче промислові компанії до зон споживання, тим менше часу витрачається на доставку. Висока частота імпорту характерна для швидкопсувних товарів.

6. Стан матеріально-технічної бази та основних фондів комерційного підприємства. Наявність розвиненої мережі, оснащеної сучасним обладнанням для зберігання товарів, на комерційному підприємстві дозволяє створити широкий асортимент товарів, що гарантують безпеку та якість [3].

Існує багато факторів, які впливають на формування товарних запасів, тому що вони проходять довгий шлях від їх виробництва, до кінцевого споживача. Через це кількість та вартість необхідних запасів на підприємстві формується заздалегідь, та зумовлена такими факторами:

- час, необхідний для переміщення товару з місця виробництва до місця продажу, включаючи час, необхідний для завантаження та розвантаження;
- сезонні коливання у виробництві та використанні товару;
- невідповідність продукції, вимога її доробки, пакування, сортування;
- умови перевезення між постачальником та торговою компанією.
- площа та рівень зайнятості складських приміщень.

Отже, формування товарних запасів як категорії торгівлі зумовлена необхідністю забезпечення нормального обігу товарів, який буде стабільним, безперебійним, насиченим різними найменуваннями.

Список використаних джерел:

1. Гетьман О.О., Шаповал В.М. Економіка підприємства: навч. посіб. К.: Центр учбової літератури, 2010. 488 с.
2. Запаси: положення (стандарт) бухгалтерського обліку 9 від 20.10.1999 із змінами від 10.01.2012 р. URL:<http://www.zakon1.rada.gov.ua/laws/show/z0751-99>.
3. Економіка та організація виробництва: підручник / За ред. В.Г. Герасимчука, А.Е. Розенплентера. К.: Знання, 2007. 678 с.
4. Круглота О.А. Оцінка ефективності управління товарними запасами на підприємствах торгівлі. *Торгівля, комерція, підприємництво: зб. наук. праць Львівської КА*. Львів: Вид-во ЛКА, 2002. С. 42.