

**Список використаних джерел:**

1. Бланк И.А. Управление финансовой стабилизацией предприятия. – К.: Ника-Центр, Эльга, 2003. – 496 с.
2. Борисов А.Б. Большой экономический словарь. – М.: Книжный мир, 2002.– 895 с.
3. Ван Хорн Дж. К. Основы управления финансами: Пер. с англ. / Гл. ред. Я.В.Соколов. – М.: Финансы и статистика, 2001. – 800 с.
4. Докієнко Л.М. Методичні підходи до оцінки фінансової стійкості підприємств торгівлі // Науковий журнал Вісник Донецького державного університету економіки і торгівлі ім. М.Туган-Барановського. – 2003. – №3(19) – С.151-158.
5. Докієнко Л.М. Актуальні проблеми діагностики фінансової стійкості підприємства // Розвиток фінансової системи України в умовах ринкових трансформацій: Збірник матеріалів III Всеукраїнської науково-практичної конференції вчених, викладачів та практичних працівників, 16-17 лютого 2006 р. Т.2. – Вінниця: Книга-Вега, 2006. – С.26-32
6. Ковалев В.В. Финансовый анализ: методы и процедуры. – М.: Финансы и статистика, 2001. – 560с.
7. Финансовый менеджмент: теория и практика: Учебник / Под ред. Е.С.Стояновой – 5-е изд., перед. и доп. – М.: Перспектива, 2000. – 656 с.
8. Фінанси підприємств: Підручник / Керівник авторського колективу і науковий редактор проф. А.М.Поддєрьогін. 3-є вид., перероб. та доп. – К.: КНЕУ, 2005. – 460 с.
9. Шеремет А.Д., Сайфулин Р.С., Негашев Е.В. Методика финансового анализа. –3-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2001. – 208 с.

**А.А. Чаплінська,**

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ,  
м. Чернівці

**ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК ПОНЯТЬ «ТОВАР» І «ТОВАРНІ ЗАПАСИ»  
ТА ЇХНЄ МІСЦЕ У СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ДІЯЛЬНІСТЮ  
ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА**

У статті розкрито сутність товарних запасів та їх місце у системі управління діяльністю торговельного підприємства. Охарактеризовано основні етапи процесу управління товарними запасами.

The article disclosed the nature of stock and their place in the management of commercial enterprises. Characterize the main stages of the management of stock.

Сучасний стан розвитку ринкових відносин, виникнення різноманітних організаційно-правових форм підприємств, розвиток конкуренції, необхідність впровадження і використання сучасних інформаційних технологій зумовили пошук нових підходів до управління товарними запасами на підприємствах торгівлі. Як наслідок виникає необхідність удосконалення методики та організації обліку, контролю та аналізу товарних запасів. Важливу роль у розв'язанні цих проблем відіграє дослідження сутності товарних запасів.

Процес реалізації товарів потребує постійної наявності на підприємствах торгівлі товарних запасів. Формування необхідних розмірів товарних запасів дозволяє торговельному підприємству забезпечити стійкість асортименту товарів,

здійснювати певну цінову політику, підвищувати рівень задоволення попиту у споживачів. Разом з тим необхідно зазначити, що низка питань щодо сутності товарних запасів недостатньо досліджені та потребують детального вивчення.

Забезпечення безперервності процесу реалізації товарів та обслуговування покупців потребує створення на торговельному підприємстві певного обсягу товарних запасів. Товарні запаси (goods stock) – запаси, придбані підприємством для подальшого перепродажу, є основною статтею оборотних активів торговельного підприємства, за посередництвом яких через товарообіг підприємство отримує переважну частину свого прибутку.

Метою статті є дослідження взаємозв'язку понять «товар» і «товарні запаси» та визначення їхнього місця у системі управління діяльністю торговельного підприємства.

Дослідженням сутності товарних запасів займалися такі вітчизняні та зарубіжні вчені, як Ф.Ф.Бутинець, В.Д.Базилевич, Н.М.Грабова, С.Ф.Голов, В.С.Лень, Л.О.Лігоненко, А.А.Мазаракі, В.І.Мочерний, Р.А.Хом'як, Н.В.Чебанова, В.Г.Чепінога, П.Самуельсон, Г.Мюллер, Д.Міддлтон, Я.В.Соколов та ін.

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» [1].

Запаси товарів на підприємстві можуть створюватися з різними цілями, основними з яких є:

- ✓ забезпечення стійкості асортименту та ритмічності здійснення торгово-технологічного процесу на підприємствах торгівлі;
- ✓ накопичення товарів сезонного попиту, сезонного виробництва та цільового призначення;
- ✓ запобігання знеціненню наявних вільних грошових активів в умовах інфляційної економіки.

На рівні підприємства товарні запаси належать до об'єктів, які потребують великих капіталовкладень, і тому становлять собою один із чинників, що визначають політику підприємства та впливають на рівень ефективності його функціонування. Проте більшість підприємств не приділяють належної уваги питанням управління товарами і постійно

недооцінюють свої майбутні потреби в наявних запасах, внаслідок чого змушені нести додаткові витрати. Під управлінням запасами розуміють сукупність принципів та методів прийняття рішень щодо управління системою товароруху, встановлення порядку постачання підприємств сировиною та товарами, визначення розмірів та рівня запасів на основі аналізу їх стану та прогнозів попиту населення, що забезпечує практично безперервне задоволення попиту, який очікується при мінімумі витрат на доставку, створення, обробку та зберігання запасів [11, с. 341].

Оскільки товар частину свого життєвого циклу перебуває у вигляді запасів, більшість науковців ототожнюють дані поняття. Саме тому, розглядаючи сутність товарних запасів, слід зазначити, що в різноманітних літературних джерелах авторами по-різному трактується визначення товарів. Окремі з них наведені в табл. 1. Товар є попередником багатьох економічних категорій ринкової економіки — грошей, капіталу, найманої праці, капіталізму та ін. Сучасне розуміння товару поширюється на все, що здатне задовольнити різноманітні людські потреби: організації, особистості, ідеї, усі види людської діяльності.

Таблиця 1

*Розкриття терміна «товар» в спеціальних літературних джерелах*

№ п/п	Джерело	Визначення
1	2	3
1.	В.Д.Базилевич [6]	Товар – це економічне благо, що задовольняє певну потребу людини і використовується для обміну.
2.	Ф.Ф.Бутинець [3]	Товари – це активи, які утримуються підприємством для продажу і передбачають у подальшому отримання прибутку.
3.	С.Ф.Голов [5]	Товар – це матеріальні цінності, що придбані (отримані) та утримуються підприємством з метою подальшого продажу.
4.	В.С.Лень, В.В.Гливенко [7]	Товари – це матеріальна або нематеріальна власність, яка реалізується на ринку.
5.	О.О.Мамалуй [8]	Товар – це будь-яка річ, що обмінюється на іншу річ або на гроші та є предметом купівлі-продажу.
6.	В.І.Мочерний [9]	Товар – вироблений для обміну продукт праці, що задовольняє певну потребу людини.
7.	Р.Л.Хом'як [4]	Товар – це продукт праці, що призначений для продажу або обміну.
8.	Н.В.Чебанова [13].	Товари – це матеріальні цінності, що придбані (одержані) і зберігаються підприємством з метою наступного продажу.
9.	Чепінога В.Г. [14]	Товар – це продукт праці, що задовольняє якусь потребу людей і виготовлений для обміну, призначений для продажу.

Продовження табл. 1

1	2	3
10.	Современный экономический словарь [10]	Товар – объект купли-продажи, рыночных отношений между продавцами и покупателями.
11.	П. Самуельсон [12]	Товар — це економічне благо, яке є відносно рідкісним.

Аналіз наведених поглядів вчених на сутність товару дозволяє виділити основні фактори, на яких акцентується увага при її визначенні. Найважливішими з них є визначення товару як економічне благо, матеріальні цінності, продукт праці, предмет купівлі-продажу, матеріальна або нематеріальна власність, активи підприємства. Одержані результати узагальнені у табл. 2.

Таблица 2

*Аналіз дефініцій поняття «товар»*

№ п/п	Критерії групування	В.Д.Базилевич [6]	Ф.Ф.Бугинець [3]	С.Ф.Голов [5]	В.С.Лень, В.В.Гливенко. [7]	О.О.Мамауї [8]	В.І.Мочерний [9]	Р.Л.Хом'як [4]	Н.В.Чебанова [13]	В.Г.Чепінога [14]	Современный экономический словарь [10]	П.Самуельсон [12]
1.	Як економічне благо	+	-	-	-	-	-	-	-	-	-	+
2.	Як матеріальні цінності	-	-	+	-	-	-	-	+	-	-	-
3.	Як продукт праці	-	-	-	-	-	+	+	-	+	-	-
4.	Як предмет купівлі-продажу	-	-	-	-	+	-	-	-	-	+	-
5.	Як матеріальна або нематеріальна власність	-	-	-	+	-	-	-	-	-	-	-
6.	Як активи підприємства	-	+	-	-	-	-	-	-	-	-	-

З табл. 2. можна зробити висновок, що точки зору деяких авторів тісно переплітаються. Українські науковці В.І.Мочерний [9], Р.Л.Хом'як [4] та В.Г.Чепінога [14] визначають товар як продукт праці, при цьому зазначають, що даний продукт вироблений, призначений для обміну. З позицій економічної теорії здатність товару в певних пропорціях обмінюватись на інший товар характеризується міноюю вартістю [2, с.70]. Кожен товар може обмінюватись на безліч інших у певних кількісних пропорціях. Дані кількісні пропорції свідчать про те, що у товарах є щось спільне, на основі чого вони порівнюються і обмінюються. Спільним для обмінюваних товарів є вартість. Вартість – це втілена в товарі

абстрактна суспільна праця [2, с.70]. Саме вартість як уречевлена в товарах праця робить всі товари порівняльними, спільномірними. Як споживчі вартості, товари якісно різні, як вартості – якісно однорідні. Вартість як економічна категорія виражає відносини між товаровиробниками з приводу затрат їхньої праці на виробництво продуктів, якими вони обмінюється як товарами. Споживна вартість і вартість - два полюси товару, що постійно перебуває у суперечності.

С.Ф.Голов [5] та Н.В.Чебанова [13] при визначенні поняття «товар» використовують термін «матеріальна цінність». Поняття «матеріальна цінність» охоплює всі активи, що мають матеріальну форму і найбільшою мірою відображає характерні властивості речових елементів купівлі-продажу.

Американський економіст П. Самуельсон [12] вважає, що товар — це економічне благо, яке є відносно рідкісним. Таке визначення швидше стосується однієї з властивостей товару, а не його сутності. Товар — це насамперед продукт виробництва, здатний задовольняти яку-небудь потребу і призначений для обміну.

Сучасний економічний словник [10] та О.О.Мамалуй [8] трактують термін «товар» як предмет купівлі-продажу, який може обмінюватись на іншу річ або на гроші.

В.С.Лень та В.В.Гливенко [7] називають товар матеріальною або нематеріальною власністю, яка реалізовується на ринку.

Найправильнішим з вищенаведених термінів, вважається трактування згідно з П(С)БО №9 «Запаси», а саме: «...це активи, які утримуються підприємством для продажу і передбачають у подальшому отримання прибутку», тому цілком можна погодитися з визначенням Ф.Ф.Бутинця [3].

Ефективність управління товарними запасами підприємства обумовлюються багатьма чинниками – як зовнішніми, що не залежать від діяльності підприємства, так і внутрішніми, на які підприємство може та повинно активно впливати. До зовнішніх чинників належить загальний стан економічної ситуації в країні та регіоні, особливості та нестабільність податкового законодавства, умови надання кредитів та процентні ставки, наявність цільового фінансування. Однак не меншу роль відіграють внутрішні чинники, які підприємство має активно використовувати з метою

підвищення ефективності використання обігових коштів.

Управління товарними ресурсами має два основні аспекти. Один стосується забезпечення підприємства товарними запасами в достатній кількості, у визначені терміни та в потрібному місці. Другий аспект пов'язаний з витратами на підтримання певного рівня запасів. Виходячи з цих положень, рівень товарів на підприємстві необхідно регулювати. Тому управління товарними ресурсами слід розглядати через призму потреб управління товарообігом.

Система управління товарообігом включає чотири етапи управління, які повинні виконуватись у строгій послідовності.

Перший етап – оцінка та прогнозування кон'юнктури споживчого ринку, в основному базується на вивченні кон'юнктури ринку, попиту та пропозиції.

Другий етап процесу управління товарообігом - планування структури обсягу реалізації товарів, який передбачає: вибір пріоритетних цілей розвитку товарообігу на підприємстві; аналіз обсягу та структури реалізації товарів у передплановому періоді; визначення планового обсягу реалізації товарів; визначення планової структури реалізації товарів; оцінка розробленого плану реалізації товарів та розробка заходів щодо здійснення плану реалізації товарів.

У системі управління товарними запасами центральне місце відводиться нормуванню та плануванню їх обсягу, що є призначенням третього етапу процесу управління товарними запасами. Його завданням є визначення такої величини запасів та їх розміщення, що в плановому періоді й при даному обсязі товарообороту й можливостях матеріально-технічної бази забезпечували б безперервне задоволення попиту населення з найменшими сукупностями витрат щодо постачання та зберігання товарів. Реалізація цього ступу передбачає: визначення цілей формування товарних запасів на підприємстві; аналіз розміру, складу та обертання товарних запасів у передплановому періоді; розробка нормативів товарних запасів; визначення планової суми товарних запасів; оцінка ефективності розробленого плану товарних запасів; забезпечення постійного контролю за станом товарних запасів на підприємстві.

Слід зазначити, якщо спостерігається порушення

економічно обґрунтованого зв'язку між обсягом товарообороту та товарними запасами виникають понаднормативні запаси, які негативно впливають на фінансову діяльність підприємства, з'являється додаткове вкладення обігових засобів, що призводить до зниження прибутку, рентабельності та погіршення платоспроможності підприємств.

Четвертий етап процесу управління товарними запасами – етап планування надходження та закупівлі товарів на підприємство, що передбачає: аналіз надходжень товарів на підприємство у передплановому періоді; визначення планового обсягу та структури надходжень товарів на підприємство; визначення планового обсягу та джерел закупівлі необхідних товарів; забезпечення ритмічності надходжень товарів на підприємство.

Правильне управління товарними запасами суттєво впливає на фінансовий стан торговельного підприємства. Присутність або відсутність товарних запасів веде за собою як доходи, так і витрати. Кожне підприємство вибирає форму управління товарними запасами, виходячи з особистих потреб і поточного стану споживчого попиту.

#### **Список використаних джерел:**

1. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 9 «Запаси»: Затверджено наказом Міністерства фінансів України від 20.10.1999 р. №246
2. Ажнюк М.О., Передрій О.С. Основи економічної теорії: Навч. посіб.-К.: Знання, 2008. – 368 с. – (Вища освіта XXI століття).
3. Бухгалтерський облік в торгівлі. Підручник для студентів вузів спеціальності 7.050106 «Облік і аудит». / За ред. проф. Ф.Ф.Бутинця та доц. Н.М. Малюги. – 2-е вид., перероб. і доп. – Житомир: ПП «Рута», 2002. – 576 с.
4. Бухгалтерський облік в Україні. Навчальний посібник / За ред. Хом'яка Р.Л. – Львів: НУ «Львівська політехніка», 2002. – 728 с.
5. Бухгалтерський облік і фінансова звітність в Україні: Навч. посібник / За ред. С.Ф. Голова – Дніпропетровськ: ТОВ «Баланс-Клуб», 2001. – 832 с.
6. Економічна теорія: Політекономія: Підручник / За ред. В.Д.Базилевича. – 7-ме вид., стер. – К.: Знання-Прес, 2008. – 719 с.
7. Лень В.С., Гливенко В.В. Бухгалтерський облік в Україні: основи та практика: Навчальний посібник. – К.: Центр навчальної літератури, 2004. – 576 с.
8. Основи економічної теорії: Підручник / О.О.Мамалуй та ін.; За заг. ред. О.О.Мамалуй.-К.: Хрінком Інтер, 2003. – 480 с.
9. Основи економічної теорії: Підручник для студентів вищих навчальних закладів / За ред. В.І.Мочерного – К.: Знання, 2003. – 348 с.
10. Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б. Современный экономический словарь. – 2-е изд., испр. М.: ИНФРА-М, 1999. – 479 с.
11. Тупчий В.А. Теоретичне застосування основних методів нормування товарних запасів // Научно-технический сборник. Коммунальное хозяйство городов. – 2004. – №56.
12. Самуэльсон П. Экономика. Вводный курс: Пер. с англ. – М.: Прогресс, 1964.
13. Чебанова Н.В., Василенко Ю.А. Бухгалтерський фінансовий облік: Посібник. – К.: Академія, 2002. – 672 с.
14. Чепінога В.Г. Основи економічної теорії: Навч. посібник. – К.: Юрінком Інтер, 2003. – 456 с.