

Касян В.О., бакалавр
Київський національний
університет технологій та дизайну
Бунда О.М., к.е.н, доц.
Київський національний
університет технологій та дизайну

АНАЛІЗ ТОВАРІВ ПІДПРИЄМСТВА

У традиційному розумінні товар асоціюється з матеріальною річчю. Загалом товар досліджують як окрему одиницю або як суму товарів підприємства, тобто як асортимент товарів.

У процесі аналізу індивідуального товару основну увагу зосереджують на його споживчій цінності, способі купівлі і споживання, марці, пакуванні, життєвому циклі товару, на скільки він є новим для ринку. Для підприємства товар є носієм прибутку, тому його аналіз передбачає надбання пріоритетності таким економічним критеріям, як величина динаміка прибутку, який приносить товар; рівень і динаміка рентабельності; величина і динаміка продажів; частка ринку та його динаміка.[1]

Аналіз товарів вимагає розгляду його різноманітних параметрів і функцій, тому повинен бути багатоаспектним. Вибір методики, параметрів аналізу залежить від конкретного товару, ринку, підприємства, часового періоду.

В сучасних умовах господарювання аналіз стає невід'ємною складовою в процесі управління на підприємствах торгівлі. Його результати дають можливість впливати на ефективну організацію процесів надходження, зберігання, реалізації товарів, зменшення витрат при здійсненні руху товарів, прогнозування попиту на товари, а також визначають хід виконання планів господарської діяльності.

Слово «аналіз» у перекладі з грецької означає розклад, розчленування. З наукових позицій аналіз представляє собою метод дослідження, суть якого – у мисленому або практичному розчленуванні цілого на складові.

Основна мета аналізу товарів полягає в тому, щоб визначити вплив основних факторів на надходження товарів та їх вплив на товарооборот, а через нього і на ефективність роботи підприємства.

Завдання аналізу:

- Встановити зміни, що відбулися у надходженні товарів..
- Визначити причини цих змін.
- Встановити вплив основних факторів на надходження товарів.
- Визначити зміни, що відбулися у надходженні товарів від постачальників (виконання договорів на поставку товарів).
- Визначити вплив надходження товарів на товарооборот та на товарні запаси.
- Показати вплив надходження на ефективність роботи підприємства.
- Зробити висновки та підготувати пропозиції по нормалізації товарного забезпечення підприємства.

Життєвий цикл продукту - це час з моменту початкового появи товару на ринку до припинення його реалізації на тому ж ринку.

Суть цієї теорії в тому, що товар представляє як би живий організм з притаманними йому стадіями розвитку. У ринковому періоді розглядають чотири фази: впровадження (виведення на ринок); стадія зростання; зрілості; стадія спаду (занепаду). Деякі товари можуть почати новий цикл вже протягом стадії насичення, продовжуючи своє існування.

Представляючи собою інструмент стратегічного аналізу, концепція життєвого циклу товару дозволяє краще:

- осмислювати майбутнє підприємства;
- координувати всі зусилля всіх ланок підприємства;
- прояснювати цілі політики підприємства;
- підготуватися до несподіваних змін.

Аналіз майбутніх стратегій підприємства в конкурентному середовищі може бути корисним для продовження життя товару і запобігання падіння

продажів і прибутку. Аналіз товарообороту підприємства визначають за взаємопов'язаними етапами:

1 етап. Визначення обсягів товарообороту підприємства роздрібною торгівлі за звітний період.

2 етап. Оцінка ступеню, ритмічності і рівномірності виконання плану товарообороту.

3 етап. Аналіз динаміки загального обсягу товарообороту.

4 етап. Аналіз товарної структури товарообороту.

5 етап. Аналіз рівномірності реалізації окремих видів товарів.

6 етап. Аналіз сезонності реалізації окремих видів товарів.

7 етап. Ранжування асортиментного портфелю.

8 етап. Аналіз суми і структури чеків. [2]

Виробничі запаси є дуже важливим елементом конкурентоспроможності та ефективної діяльності будь-якого підприємства. Облік та контроль запасів передбачає оперативне маневрування ресурсами та матеріалами для ефективного виробничого процесу. [3]

Отже, при проведенні аналізу товарів на підприємстві важким є оцінювання відповідності товару економічним сподіванням підприємства, потребам ринку; з'ясування його шансів і загроз в конкурентному середовищі; обґрунтування рішення щодо поліпшення товару, корегування місії та стратегії підприємства.

Література

1. Економічна теорія. Товар: поняття, властивості, теорії, цінності. 2011р. URL: https://ru.osvita.ua/vnz/reports/econom_theory/21568.

2. Шухтина В.С. Анализ деятельности в сфере товарной экспертизы на региональном рынке экспертных услуг. URL: https://studylib.ru/doc/4551203/udk-658.62-analiz-deyatel._nosti-v-sfere-tovarnoj.

3. Лазаренко О.В., Бунда О.М. Облік і аудит виробничих запасів. URL: https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/15916/1/DOMIN2020_P392-395.pdf.