

# Управління товарними запасами в системі мерчандайзингу

---

Важливий елемент мерчандайзингу - постійна наявність товару в достатній кількості.



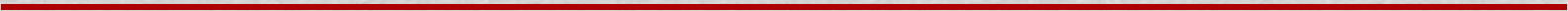




Можна виокремити такі види запасів:

- запас для представлення
- запас для збуту
- страховий
- змінний

Для оцінювання рентабельності в мерчандайзингу поширене таке поняття, як середній запас.







Для прогнозування запасів використовують такі методи:

- 1) метод основних запасів;
- 2) метод тижневих запасів;
- 3) метод співвідношення "запаси - продаж"







**Метод визначення запасів за основними запасами ґрунтується на припущенні, що завжди, незалежно від обсягів продажу, має бути наявна певна кількість товарів основних товарних груп.**

---





**Метод тижневих запасів використовується при плануванні запасів у тижнях і базується на встановленні величини запасів, що дорівнює певному, наперед визначеному, числу тижнів продажу.**

---





**Метод визначення запасів на основі співвідношення "запаси - продаж" дає змогу пов'язати величину запасів на початок (іноді на кінець) місяця із запланованим обсягом продажу в роздрібних цінах на цей місяць.**

---





**Кроки з прогнозування продажу та необхідного запасу дають змогу оптимізувати постачання - визначити час та обсяги закупок для підтримання балансу між величиною товарних запасів і продажем протягом усього сезону.**





**Вдячні за увагу**

