

DOI: <https://doi.org/10.35774/econa2022.04.178>

JEL classification: D24, L23, L53, M21

UDC: 65.014.1

Оксана ЗАМАЗІЙ

доктор економічних наук, професор,
професор кафедри обліку, аудиту та оподаткування,
Хмельницький національний університет, Україна

E-mail: zamaziok@khmnu.edu.ua

ORCID ID: 0000-0001-7537-9025

Scopus Author ID: 57006673400

АКТУАЛЬНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ АВС-АНАЛІЗУ ЗАПАСІВ В УПРАВЛІННІ ПРИБУТКОВІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА З МЕТОЮ ОПТИМІЗАЦІЇ ОБОРОТНОГО КАПІТАЛУ

АНОТАЦІЯ

Вступ. Конкуренція товарів і послуг нині все більше виходить за межі ринку і трансформується в конкуренцію підприємств за споживачів. Споживач із його купівельною спроможністю формує обсяги реалізації продукції будь-якого підприємства, і як наслідок призводить до зростання його доходів та прибутковості. У свою чергу підприємство має підтримувати відповідний розмір оборотного капіталу - товарних запасів, виробничих запасів, ресурсів, оскільки їх надлишок робить підприємство громіздким і інертним, а нестача – призводить до порушення нормального виробничого процесу і можливостей нарощення обсягів продаж. Тому підтримання оптимальної величини оборотного капіталу є однією із важливих проблем управління оборотними активами підприємства.

Мета. Метою дослідження є вивчення можливостей формування оптимальної структури товарних запасів, як однієї із складових оборотного капіталу підприємства.

Метод (методологія). Методологічною основою дослідження є наукові роботи з питань аналізу і управління оборотним капіталом підприємства. Наведено приклад практичного застосування методу АВС-аналізу, який є незамінним при формуванні номенклатури товарів (асортименту продукції) та їх запасів, що складають найбільш питому вагу у структурі оборотного капіталу підприємства. Формування етапів проведення АВС-аналізу дозволяє наочно продемонструвати порядок вибору найбільш вагоміших факторів при прийнятті управлінського рішення щодо оптимальної структури оборотного капіталу підприємства. Підкреслено універсальність даного методу АВС-аналізу. Видається доцільним зауважити на те, що така економічна категорія як споживча цінність товару, що прямопропорційно впливає на розмір запасів підприємства та оборотного капіталу підприємства, може бути проаналізована за допомогою даного методу.

Результати. Розглянуто адаптивність АВС-аналізу і до галузевої специфіки суб'єкта господарювання, і до означеної задачі управління виробничо-господарським процесом підприємства. На основі емпіричних досліджень, наведених у прикладі, продемонстроване співвідношення груп А, В і С за критерієм величини продаж. Обґрунтовано доцільність використання результатів АВС-аналізу при формуванні оптимальної структури оборотного капіталу у частині товарів на прикладі торгівельного підприємства. Практична реалізація АВС-аналізу дозволить сформулювати належну інформаційно-аналітичну базу для формування ефективних управлінських дій, спрямованих на нарощення виробничих потужностей підприємства та збільшення його прибутку.

Ключові слова: оборотний капітал; оптимізація оборотного капіталу; ефективність використання оборотного капіталу; АВС-аналіз; споживча цінність.

© Оксана Замазій, 2022

Отримано: 15.12.2022 р.

Рекомендовано до друку: 27.12.2022 р.

Опубліковано: 30.12.2022 р.



Ця стаття розповсюджується на умовах ліцензії Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0, яка дозволяє необмежене повторне використання, розповсюдження та відтворення на будь-якому носії, за умови правильного цитування оригінальної роботи.

Як цитувати: Замазій О. Актуальність використання АВС-аналізу запасів в управлінні прибутковістю підприємства з метою оптимізації оборотного капіталу. *Економічний аналіз*. 2022. Том 32. № 4. С. 178-185. DOI: <https://doi.org/10.35774/econa2022.04.178>

Вступ

Сучасний етап розвитку світової економіки, перебуваючи під впливом глобалізаційних процесів, характеризується значним посиленням конкурентної боротьби кожного виробленого продукту чи наданої послуги, що проявляється найбільш гостро на перспективних для зростання напрямах господарської діяльності. В першу чергу це має безпосереднє відношення до оборотного капіталу суб'єкта господарювання. На кожному підприємстві він вносить значний вклад у загальний економічно-виробничий розвиток – як наслідок створення відповідних продуктів чи послуг для задоволення потреб споживачів з прийнятною ціною політикою та відповідною споживчою вартістю.

Розрахунок обсягу оборотного капіталу та його структури є одним із головних завдань аналізу фінансово-господарської діяльності суб'єкта господарювання. Визначення його оптимального розміру є запорукою ефективної фінансово-господарської діяльності підприємства, здатності покривати свої фінансові зобов'язання та зберігати ліквідність та платоспроможність. А також він прямо впливає на формування споживчої цінності товару через формування відповідної цінової характеристики даного продукту.

Проблеми управління оборотним капіталом та формуванням його оптимальної структури підприємств промислового сектора, джерела його надходження та питання обліку досліджують такі вітчизняні вчені як, Бланк І. О., Яскал І. В., Кондрієвич О. В., Близнюк О. П., Сіфурова А. І., Косова Т. Д., Роганова Г. О., Перебийніс В. І., Дроботня Я. А. та інших[1-5]. Проте, незважаючи на значний внесок учених у формування теоретичних і методичних основ обліку і аналізу оборотного капіталу вітчизняних підприємств, не знайшли достатнього відображення питання, пов'язані із практичним застосуванням інструментів аналізу формування оборотного капіталу на вітчизняних підприємствах промислового сектора в умовах обмеженості фінансових ресурсів.

Мета статті

Метою статті є доведення доцільності використання АВС-аналізу запасів виробничого

підприємства промисловості для розробки методичних підходів щодо формування оптимального розміру оборотного капіталу даних підприємств та визначення впливу обсягу запасів на величину споживчої цінності продукту чи послуги.

Основний матеріал дослідження

Досвід використання різного роду методик та інструментів фінансово-господарського аналізу на підприємствах економічно розвинених країн доводить, що обсяг і структура оборотного капіталу підприємства залежить від того курсу, який обирає підприємство на відкритому ринку. Чи це лише збереження своєї життєздатності в умовах високої динамічності сучасних ринкових процесів і значної економічної нестабільності, чи пошук нових можливостей для входження у світовий економічний простір, для виходу на перспективні ринки інших країн, проте, у будь-якому випадку, обрана політика розвитку підприємства повинна сприяти економічному зростанню національної економіки країни.

Тому серед промислових підприємств розвинених країн значна роль в управлінні відводиться оборотному капіталу, оскільки його величина здебільшого має виробниче призначення і використовується для оновлення і нарощення обсягів виробництва. Необхідно зазначити, що оборотний капітал вітчизняних підприємств, незважаючи на деструктивні процеси, які мали місце протягом останнього часу, все ще є вагомим складовим безперервності процесу виробництва та реалізації продукції, надання послуг. Саме він формує ліквідність, платоспроможність і рентабельність підприємства.

Оборотний капітал – це така економічна категорія, що потребує більш детального дослідження для визначення його впливу на споживчу цінність продукту чи послуги. Так, капітал, у загальному, одне із фундаментальних понять економічної науки. Це один із головних видів ресурсу, що використовується у процесі виробництва. І, як подає його трактування економічна теорія, це засоби виробництва. Вони є одним із ключових факторів виробничого процесу, оскільки переносять свою вартість на виготовлений продукт опосередковано і протягом не одного виробничого циклу. Такі ресурси складають

основний капітал, що формується як за рахунок власних коштів, так і запозичених. Саме останні носять назву поточних зобов'язань (у обліку) чи поточних пасивів (у економіці).

Проте, з іншого боку, майно підприємства формується і за рахунок активів, що поділяються на необоротні (основні) та оборотні. Необоротні активи – це безпосередньо засоби виробництва. А оборотні активи забезпечують безперебійність виробничого процесу і є основою у формуванні матеріальної, фізичної природи продукту. Це, в першу чергу, запаси сировини і матеріалів для випуску готової продукції чи надання послуг. Найбільш ліквідними серед оборотних активів є грошові кошти і короткострокові ринкові цінні папери.

Отже, в економічній літературі різниця між оборотними (поточними) активами і поточними пасивами носить назву чистого оборотного капіталу підприємства. Серед іншого зустрічаються назви «працюючого робочого капіталу» та «власних оборотних коштів». Оборотність активів, їх циркуляційна природа у виробничому процесі є основою в управлінні розміром оборотного капіталу.

Із класики економічної теорії відомо, що для забезпечення безперебійного процесу виробництва. На думку А. Д. Шеремета та Р. С. Сайфуліна оборотний капітал є присутнім на усіх стадіях кругообігу [6]:

$$K - T \dots V - T' - K', \quad (1)$$

де K – кошти, що вкладаються;

T – предмети праці (товар);

V – процес виробництва;

T' – готова продукція (товар, що вироблений);

K' – грошові кошти, отримані від реалізації виготовленої продукції.

Проте свою функцію капітал виконає тоді, коли буде досягнуто рівняння:

$$K' = K + \Delta K, \quad (2)$$

Дане рівняння доводить, що саме приріст коштів у порівнянні із вкладеною сумою говорить про ефективність функціонування капіталу підприємства.

Так інший класик економічної думки І. О. Бланк у складі оборотного капіталу, зокрема, оборотних (поточних) активів розглядає матеріальні, майнових цінності підприємства, що обслуговують поточну виробничо-господарську діяльність підприємства та повністю використовуються протягом одного виробничого циклу [1]. Серед іншого до складу оборотного капіталу входять виробничі запаси, запаси готової продукції, дебіторська заборгованість, грошові кошти, короткострокові фінансові вкладання та витрати майбутніх періодів.

Тому аналіз цієї частини капіталу, зокрема оборотного через призму управління запасами підприємства видається доцільним проводити за методикою АВС-аналізу.

Як відомо, АВС-аналіз проводиться, щоб оптимізувати різні аспекти виробничо-господарських процесів за ступенем доцільності для підприємства. Цей вид аналізу є досить універсальним і дозволяє застосувати свою методикю для раціоналізації діяльності будь-якого підприємства і в будь-якій галузі його діяльності [7].

АВС-аналіз базується на класичному законі В. Парето – «правило 20/80». Так, 20% зусиль дають 80% результату, проте інші 80% зусиль забезпечать лише 20% результату. Цей закон доводить той постулат, що немає сенсу розпоршувати увагу за всіма видами діяльності. Оптимізація найбільш значущих дасть максимальний ефект від поставленого перед нами завданням. В управлінні діяльністю підприємства і зокрема його оборотним капіталом така базова установка підкреслює важливість для аналізу лише визначеної групи факторів, що дасть максимальний ефект у процесі оптимізації будь- то виробничих процесів, складу запасів чи структури оборотного капіталу.

У формуванні оптимальної структури оборотного капіталу метод АВС-аналізу переважно використовують при корегуванні номенклатури товарів (асортименту продукції) та їх запасів. В майбутньому очікується не лише збільшення обсягу продажу, але й зростання прибутку самого підприємства. Важливим є і той момент, що дані АВС-аналізу дозволять визначити і споживчу цінність кожного товару. Споживча цінність є однією із ключових

категорій сучасної теорії управління економічними процесами. «Чим вищою є функціональна цінність продукту або послуги для цільового споживача і чим більшою мірою цей споживач вважає для себе їх ціну прийнятною, тим імовірнішим буде попит на такі продукти, а підприємство, яке їх випускає, буде зберігати позитивну економічну динаміку в довгостроковій перспективі»[8, с. 181].

Метод є досить простим у використанні. Здебільшого його проводять за допомогою за допомогою табличного процесора Excel. Проте його розрахунки можна провести і у ручному варіанті, який ми продемонструємо нижче.

Наочно ABC – аналіз можна подати у вигляді певних етапів:

1. Вибір показників продажів для аналізу і підготовка облікових даних.

Отже, у нашому прикладі ми ставимо за ціль за даними торговельного підприємства, для якого оборотний капітал складається переважно із товарів, визначити ті групи товарів, які приносять найбільший прибуток. Це дозволить нашому підприємству оптимізувати асортимент. Виділення товарів-лідерів та, так званих, аутсайдерів вдосконалить систему управління ними від моменту надходження до постачання споживачеві. У загальному це можуть бути стратегічні показники, які є важливими при розробці стратегії розвитку підприємства. Як правило, це можуть бути і як

Таблиця 1 . Діапазон категорій ABC

| | | |
|---|--------|---------|
| A | 0,00% | 80,00% |
| B | 80,00% | 95,00% |
| C | 95,00% | 100,00% |

Тому, група А- максимально цінні , важливі фактори, товари, запаси, які є завжди у наявності. Це є лідери продаж за кількістю, наприклад, у гшовому еквіваленті тощо. Група В – це товари середнього ступеня ваги. Група С– найменш цінні і важливі товари з точки зору рентабельності їх продаж.

З іншого боку, така градація показує міру цінності кожного виду товару (у нашому прикладі) як для споживача, так і для виробника.

Залежно від того, яку мету менеджмент підприємства ставить перед собою при управлінні запасами, товарами обирається той

облікові величини – виручка від реалізації, валовий прибуток, суми дебіторської заборгованості так і управлінські, економічні показники – обсяги продажів, маржинальний дохід, маржинальний прибуток, товарні залишки на складі, виручка на 1 клієнта, рентабельність, торговельна націнка, виручка на 1 гривню капіталу тощо.

2. Аналіз ефективності сегментів товарів.

Класично ABC-аналіз передбачає поділ досліджуваних категорій на три складові. Трансформуючи принцип Парето 80/20 у класичну його пропорцію дохідності 80:15:5, на яку опирається ABC-аналіз, виділяється 3 групи товарів: А,В,С (табл. 1).

Так, до категорії А відноситься той вид запасів, ресурсів, досліджуваних факторів, що складають лише 20% , проте забезпечують 80% виторгу, продаж, доходів. До категорії В належить той вид товарів, запасів, ресурсів, що складаючи 30 % від загальної кількості досліджуваних факторів приносять 15 % доходу. Найменш цінні, найменш рентабельні товари, ресурси, процеси маркуються літерою С і при обсязі у 50% від загальної кількості забезпечують лише 5 % доходу від продаж.

Під час аналізу відбувається виставлення буквеного ідентифікатора навпроти найменування товарів, запасів, процесів, факторів.

результуючий показник для аналізу, який максимально точно характеризуватиме ціль управління[9; 11]. Наприклад, при скороченні асортименту обсяг продажу, прибуток буде максимально точно показувати у ABC-аналізі зайві товари. Для виявлення і скорочення витрат, пов'язаних із обліком запасів результуючим показником буде коефіцієнт оборотності. Це доводить універсальність даного методу у управлінні будь-яким об'єктом чи процесом.

Слід зауважити, що Парето-пропорції в кожному конкретному випадку можуть обиратися індивідуально, залежно від

специфіки діяльності підприємства. На практиці зустрічаються такі співвідношення: А – 75%, В – 20%, С – 5%; А – 70%, В – 20%, С – 10%; А – 50%, В – 35%, С – 15%; А – 50%, В – 30%, С – 20%; А – 40%, В – 40%, С – 20%. Проте, ABC-аналіз не буде ефективним у застосуванні, коли розбіжність між групами товарів, запасів є несуттєвою, що ускладнить їх класифікацію відповідно до згаданого вище принципу Парето.

Аналіз сегментів за кожним показником продажів окремо.

Згідно показників продаж у таблиці Excel формуємо таблицю, де сортуємо згідно табл. 1

показники виручки визначених видів товарів. Розраховуємо при цьому частку, питому вагу у загальній виручці по підприємству. Розраховуємо накопичувальний підсумок. А потім надаємо категорії А, В, С. Товар, частка якого наростаючим підсумком ближче до 80% - це нижня межа категорії А. Товар, частка якого наростаючим підсумком ближче до 95% - нижня межа категорії В. Усі інші відносяться до категорії С. У прикладі для наочності вони виокремлені кольором (табл. 2).

Таблиця 2. Аналіз сегментів за кожним показником продажів окремо

| Види товарів | Виручка | Частка | Накоп. всього | ABC |
|--------------------|------------|--------|---------------|-----|
| | 16122379,0 | 100% | | |
| Телевізори | 8884047,88 | 55,10% | 55,10% | A |
| Ноутбуки | 1810483,63 | 11,23% | 66,33% | A |
| Планшети | 1685279,50 | 10,45% | 76,79% | A |
| Телефони | 1225000,00 | 7,60% | 84,38% | B |
| Комп'ютери | 973094,00 | 6,04% | 90,42% | B |
| Принтери | 575000,25 | 3,57% | 93,99% | B |
| Музикальні системи | 328161,25 | 2,04% | 96,02% | C |
| Захисне скло | 308812,50 | 1,92% | 97,94% | C |
| Гарнітура | 273106,25 | 1,69% | 99,63% | C |
| USB-накопичувачі | 59393,75 | 0,37% | 100,00% | C |

3. Зведення результатів оцінки за окремими показниками продажів в єдину таблицю.

Результати попередньої таблиці аналізу за кожним окремим показником продажів

зводимо до загальної таблиці (табл. 3). Сортування таблиці відбувається за найвагомим показником, наприклад, за виручкою.

Таблиця 3. Зведення результатів оцінки за окремими показниками продажів в єдину таблицю

| Види товарів | Виручка | Середня виручка за місяць | Прибуток | По виручці | | | По виручці за місяць | | | По прибутку | | |
|--------------------|------------|---------------------------|------------|------------|-----------------|-----|----------------------|-----------------|-----|-------------|-----------------|-----|
| | | | | Доля | Накопич. Всього | ABC | Доля | Накопич. Всього | ABC | Доля | Накопич. Всього | ABC |
| | | | | | | | | | | | | |
| Телевізори | 8884047,88 | 2961349,30 | 1861737,87 | 55,10% | 55,10% | A | 58,61% | 58,61% | A | 56,97% | 56,97% | A |
| Ноутбуки | 1810483,63 | 100582,43 | 312830,12 | 11,23% | 66,33% | A | 1,99% | 85,62% | B | 9,57% | 86,55% | B |
| Планшети | 1685279,50 | 561759,83 | 581561,62 | 10,45% | 76,79% | A | 11,12% | 62,74% | A | 17,80% | 68,71% | A |
| Телефони | 1225000,00 | 612500,00 | 16440,25 | 7,60% | 84,38% | B | 12,12% | 53,86% | A | 0,50% | 100,00% | C |
| Комп'ютери | 973094,00 | 243273,50 | 324475,12 | 6,04% | 90,42% | B | 4,81% | 85,00% | B | 9,93% | 90,02% | B |
| Принтери | 575000,25 | 287500,13 | 56565,875 | 3,57% | 93,99% | B | 5,69% | 70,00% | A | 1,73% | 95,09% | C |
| Музикальні системи | 328161,25 | 46880,18 | 65661,25 | 2,04% | 96,02% | C | 0,93% | 99,01% | C | 2,01% | 96,00% | C |
| Захисне скло | 308812,50 | 154406,25 | 13006,25 | 1,92% | 97,94% | C | 3,06% | 82,36% | B | 0,40% | 99,01% | C |
| Гарнітура | 273106,25 | 54621,25 | 29734,75 | 1,69% | 99,63% | C | 1,08% | 96,33% | C | 0,91% | 99,92% | C |
| USB-накопичувачі | 59393,75 | 29696,88 | 5776,875 | 0,37% | 100,00% | C | 0,59% | 100,00% | C | 0,18% | 96,40% | C |
| Всього | | 5052569,73 | | | | | | | | | | |

4. Аналіз за сукупністю всіх показників продажів.

На даному етапі переносимо результати таблицю з присвоєними категоріями (табл. 4). Для наочності виділення кольором сприяє миттєвому розумінню ситуації з даною групою товарів. У наведеному прикладі, ми бачимо, що телевізори і планшети і за виручкою у місяць, і по прибутком є найцінніші для компанії.

Телефони продаються часто, але невеликими обсягами. Проте, якби в обліковій системі компанії враховувалась споживча цінність кожного виду товарів розподіл товарів був би іншим і телефони б не попали до категорії А взагалі. Недосконалість облікової системи компанії у врахуванні певних економічних категорій може призводити до неправильних висновків

Таблиця 4. Зведена оцінка товарів по сукупності категорій ABC

| По виручці | По виручці за місяць | По прибутку | Види товарів |
|------------|----------------------|-------------|--------------------|
| A | A | A | Телевізори |
| A | B | B | Ноутбуки |
| A | A | A | Планшети |
| B | A | C | Телефони |
| B | B | B | Комп'ютери |
| B | A | C | Принтери |
| C | C | C | Музикальні системи |
| C | B | C | Захисне скло |
| C | C | C | Гарнітура |
| C | C | C | USB-накопичувачі |

5. Підготовка висновків за результатами аналізу та прийняття управлінських рішень.

Проте ефективність аналізу посилюється відповідними управлінськими рішеннями щодо зосередження на своїх найцінніших, найвагоміших факторах, показниках, товарах, запасах, процесах, що були досліджені у процесі ABC-аналізу.

Найвагомішими, при цьому, є – ті, які згенерували найбільший прибуток і прибуток за останні 12 місяців (або 24 місяців), і дають максимальний погодинний дохід/прибуток.

Отже, підводячи підсумок, можна зазначити, що у ABC-аналізі група А це - найважливіші ресурси, локомотиви компанії. Вони приносять максимальний прибуток або продажу. Підприємство буде нести великі втрати при різкому зниженні ефективності даної групи ресурсів, а отже, ресурси групи А повинні жорстко контролюватися, чітко прогнозувати, часто моніторитися. Необхідно бути максимально конкурентоспроможними і не втрачати свої сильні сторони.

Група В – група ресурсів, які забезпечують доволі стабільні продажі / прибуток компанії. Дані ресурси також важливі для компанії, але можуть модеруватись спокійнішими і помірними темпами. Зазвичай ці ресурси є

відносно стабільними в короткостроковій перспективі. Проте, інвестиції в даний вид ресурсів компанії не значні і необхідні тільки для підтримки існуючого рівня.

Група С – найменш важлива група в компанії. Зазвичай ресурси групи С тягнуть компанію вниз або не приносять доходу.

Із наведеного прикладу видно, що половина асортименту компанії потрапляють у категорію С, тобто. у сумі приносить компанії менше 5% виручки та прибутку. Ці товари по суті тягнуть компанію вниз, відволікаючи людські та тимчасові ресурси, які могли б бути використані більш ефективно. Необхідно переглянути доцільність розміщення товарів з категорії С. Подальшою метою є збільшення продажу цільових товарів із групи «А» та зниження частки неефективних товарів із групи «С».

У загальному, ABC-аналіз використовується при певному відборі найвагоміших для підприємства факторів виробництва. Аналізу можуть підлягати як постачальники і клієнти підприємства, так і різні види сировини та матеріалів; елементи витрат чи види продукції; як певні процеси господарської діяльності так і напрямки капіталовкладень, залежно від поставленої мети перед менеджментом

підприємства та обраної стратегії розвитку підприємства [11]. ABC-аналіз – це визначення невеликого числа кількісних величин, які є найціннішими та займають найбільшу питому вагу у загальній сукупності вартісних

показників. Це доводить універсальність даного методу і його можливість і при певній адаптації до управлінських потреб визначити і споживчу цінність певного товару, запасу процесу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бланк И. А. Управление активами и капиталом предприятия. К.: Ника-Центр. Эльга. 2005. 448 с.
2. Яскал І. В., Кондрієвич О. В. Комплексний аналіз ефективності використання оборотного капіталу промислового підприємства. *Економічний аналіз. Тернопіль*. 2018. Том 28. № 3. С. 225-232.
3. Близнюк О., Сіфурова А. Управління оборотним капіталом підприємств торгівлі з позиції функціонально-відтворювального та структурно-класифікаційного підходів. *Економічний аналіз. Тернопіль*. 2019. Том 29. № 1. С.68-77.
4. Косова Т. Д., Роганова Г. О. Фінансовий механізм управління оборотними коштами підприємств: монографія: ДонНУЕТ імені Михайла Туган-Барановського. *Світ фінансів*. 2013. 232 с.
5. Перебийніс В. І., Дроботня Я. А. Логістичне управління запасами на підприємствах: [монографія]. Полтава. ПУЕТ. 2012. 279 с.
6. Шеремет А. Д. Методика финансового анализа. Москва: ИНФРА-М. 2000. 208 с.
7. Окландер М. А. Логістика: [підручник]. Київ: Центр учбової літератури. 2008. 346 с.
8. Замазій О. В. Ціннісно-орієнтоване управління підприємством: концепції, технології, стратегії. Хмельницький : ХНУ. 2015. 334 с.
9. Інтегрований ABC/VEN-аналіз лікарських призначень при фармакотерапії бронхіальної астми в дітей. *Актуальні питання фармацевтичної і медичної науки та практики*. 2019. Т. 12.№2(30). С. 190-195.
10. Тюленєва Ю. В., Майстренко Н. В. Застосування методу ABC-XYZ аналізу під час управління логістичними процесами аграрного підприємства. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2017. № 20. С. 593-603.
11. Замазій О. В. Стратегічний аналіз: системне уявлення про стратегічне управління. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2017. Т. 2. Вип. 2. С. 108-112.

REFERENCES

1. Blank, I. A. (2005). *Upravlenye aktivamy u kapitalom predpriyatiya*. Kyiv: Nyka-Tsentr, Elha [in Russian].
2. Iaskal, I. V., and Kondriievych, O. V. (2018). Kompleksnyi analiz efektyvnosti vykorystannia oborotnoho kapitalu promyslovoho pidpriemstva. *Ekonomichniy analiz*, 28(3), 225-232 [in Ukrainian].
3. Blyzniuk, O., and Sifurova, A. (2019). Upravlinnia oborotnym kapitalom pidpriemstv torhivli z pozytsii funktsionalno-vidtvoriuvального ta strukturno-klyasifikatsiynoho pidkhodiv. *Ekonomichniy analiz*, 29(1), 68-77 [in Ukrainian].
4. Kosova, T. D., and Rohanova, H. O. (2013). *Finansovyi mekhanizm upravlinnia oborotnyu koshtamy pidpriemstv: monohrafiia*. DonNUET imeni Mykhaila Tuhan-Baranovskoho; Svit finansiv [in Ukrainian].
5. Perebyinis, V. I., Drobotnia, Ya. A. (2012). *Lohistychnе upravlinnia zapasamy na pidpriemstvakh*. Poltava. PUET [in Ukrainian].
6. Sheremet, A. D. (2000). *Metodyka finansovoho analiza*. Moscow: INFRA-M. [in Russian].
7. Oklander, M. A. (2008) *Lohistyka*. Kyiv: Tsentr uchbovoi literatury. [in Ukrainian].
8. Zamazii, O. V. (2015) *Tsinnisno-orientovane upravlinnia pidpriemstvom: kontseptsii, tekhnolohii, stratehii*. Khmelnytskyi : KhNU [in Ukrainian].
9. Intehrovanyi AVS/VEN-analiz likarskykh pryznachen pry farmakoterapii bronkhialnoi astmy v ditei. (2019). *Aktualni pytannia farmatsevtichnoi i medychnoi nauky ta praktyky*, 12(30), 190-195 [in Ukrainian].
10. Tiulenieva, Yu. V., and Maistrenko, N. V. (2017). Zastosuvannia metodu ABC-XYZanalizu pid chas upravlinnia lohistychnymy protsesamy ahrarnoho pidpriemstva. *Hlobalni ta natsionalni problemy ekonomiky*, 20, 593-603 [in Ukrainian].
11. Zamazii, O. V. (2017). Stratehichniy analiz: systemne uivlennia pro stratehichne upravlinnia. *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu. Ekonomichni nauky*, 2(2), 108-112 [in Ukrainian].

Oksana Zamazii, Doctor of Economic Sciences, Professor, Professor of the Department of Accounting, Auditing and Taxation, Khmelnytskyi National University, Ukraine

THE RELEVANCE OF USING ABC INVENTORY ANALYSIS IN PROFITABILITY MANAGEMENT OF THE ENTERPRISE WITH THE PURPOSE OF OPTIMIZING WORKING CAPITAL

Abstract

Introduction. The competition of goods and services increasingly goes beyond the market nowadays and is transformed into competition of enterprises for consumers. The consumer forms the volume of sales of the company's products, and as a result, this leads to an increase in its income and profitability. In turn, the company must maintain the appropriate amount of working capital - trade stocks, stocks, resources, because their excess makes the company inert, and the disadvantage - leads to a violation of the normal production process and opportunities for increasing sales volumes. Therefore, maintaining the optimal amount of working capital is one of the important problems of managing the company's current assets.

Purpose. The purpose of the study is to study the possibilities of forming the optimal structure of commodity stocks, as one of the components of the Goal. The purpose of the study is to study the possibilities of forming the optimal structure of commodity stocks, as one of the components of the working capital of the enterprise. enterprises.

Method. Scientific works on the analysis and management of the company's working capital are the methodological basis of the research. An example of the practical application of the ABC analysis method is given. This method is indispensable when forming the nomenclature of goods (product range) and their stocks, which make up the most specific weight in the structure of the working capital of the enterprise. The formation of the stages of the ABC analysis allows you to clearly demonstrate the order of choosing the most important factors when making a management decision regarding the optimal structure of the working capital of the enterprise. The versatility of this ABC analysis method is emphasized. It seems appropriate to note that such an economic category as the consumer value of the product, which directly affects the size of the company's reserves and the working capital of the company, can be analyzed using this method.

The results. The adaptability of the ABC analysis to the industry specifics of the business entity and to the specified task of managing the production and economic process of the enterprise is considered. On the basis of empirical studies given in the example, the ratio of groups A, B and C according to the criterion of sales value is demonstrated. The expediency of using the results of ABC analysis in the formation of the optimal structure of working capital in the part of goods is substantiated on the example of a trading company. The practical implementation of ABC analysis will allow to form an appropriate information and analytical base for the formation of effective management actions aimed at increasing the production capacity of the enterprise and increasing its profit.

Keywords: working capital; optimization of working capital; efficiency of use of working capital; ABC-analysis; consumer value.

Cite as: Zamazii, O. (2022). The relevance of using ABC inventory analysis in profitability management of the enterprise with the purpose of optimizing working capital. *Economic analysis*, 32 (4), 178-185. DOI: <https://doi.org/10.35774/econa2022.04.178>