

# Оборачиваемость товаров (Turnover of goods)

Разделы: [Бизнес-задачи](#), [Метрики](#)

Оборачиваемость товаров (Turnover of goods) — это скорость, с которой средний запас товара превращается в деньги: проходит путь от склада до покупателя.

Оборачиваемость товара может выражаться в двух основных показателях:

- в виде оборачиваемости запасов товара в днях — сколько дней нужно для продажи среднего запаса товара;
- в виде коэффициента оборачиваемости товарных запасов — сколько раз за период товар успевает «обернуться».

Выбор временного интервала зависит от свойств товара и особенностей бизнеса.

Периодом может выступать день, неделя, месяц, квартал, год. Например, для скоропортящихся товаров оборачиваемость можно считать еженедельно, а для автомобилей ежегодно.

Показатели оборачиваемости должны рассчитываться для одинаково выбранного периода и товара. При этом оборачиваемость может рассчитываться для отдельного товара, группы товаров, товарной категории, всех товаров одного бренда и т.д. Сравнивать показатели оборачиваемости можно только у товаров из одной категории.

Оборачиваемость дает понятие о том, у каких товаров цикл товар — деньги — товар меньше, чем у остальных.

Для определения оборачиваемости товара приняты две основные формулы.

$$TG = \frac{AI * T}{VS}$$

где:

- $TG$  — оборачиваемость товара
- $AI$  — средний товарный запас по цене закупки
- $T$  — количество дней расчетного периода
- $VS$  — объем продаж.

Эта формула оборачиваемости товара в днях, то есть результат покажет за сколько дней оборачивается запас товара.

Вторая формула показывает, сколько раз оборачивается этот товар за определенный период времени. Для этого необходимо объем продаж поделить на средний товарный запас (по цене закупки) за этот период.

$$GTR = \frac{VS}{AI}$$

где:

- $GTR$  — коэффициент оборачиваемости товара
- $VS$  — объем продаж
- $AI$  — средний товарный запас за период.

Чтобы рассчитать оборачиваемость, нужно знать остатки на складе в начале и в конце периода, а также объем продаж.

Например, если известно, что остаток на складе в начале месяца  $I_1 = 14$  шт., остаток на складе в конце месяца  $I_2 = 11$  шт., объем продаж за месяц  $VS = 20$  шт., количество дней в месяце  $T = 31$ , то средний товарный запас за месяц  $AI = (14 + 11)/2 = 13$  шт., оборачиваемость товара за месяц  $TG = 13/20 * 31 = 20.2$  дней, коэффициент оборачиваемости товара  $GTR = 20/13 = 1.54$ .

Оборачиваемость в днях (в примере 20 дней) — это срок, за который товар на складе превращается в деньги. Чем она ниже, тем выгоднее, значит товар быстро продается и возвращает вложения.

В примере использован простой способ расчета среднего товарного запаса — как среднее арифметическое между двумя остатками в начале и в конце месяца. Для расчетов за длительный срок (квартал, полгода, год) нужно использовать более точную формулу.

Средний товарный запас можно рассчитать разными способами. Обычно используется среднеарифметическое значение остатков товара на складе по дням и рассчитывается по формуле:

$$AI = \frac{\frac{I_1}{2} + I_2 + \dots + \frac{I_N}{2}}{N-1};$$

где:

- $AI$  — средний товарный запас за период
- $I_i$  — товарный запас в  $i$ -м периоде
- $N$  — количество периодов.

Оборачиваемость зависит от среднего запаса прямо пропорционально: чем выше запас, тем дольше оборачивается товар.

Необходимо рассматривать показатели оборачиваемости товаров в динамике: если оборачиваемость растет, как правило, это хорошо, если оборачиваемость падает — скорее всего нужно принимать меры, направленные на увеличение продаж, либо снизить объем закупаемого у поставщика товара.

Исходя из этой информации, можно понять, как работать бизнесу: расширять ассортимент, сокращать или увеличивать закупки, с какой периодичностью должен поступать тот или иной товар, какими партиями закупать этот товар (большими, средними или маленькими).

Единых стандартов для нормы оборачиваемости нет, она зависит от множества факторов и устанавливается для каждого магазина и товара индивидуально.

Существенную помощь для определения нормативов может оказать ABC и XYZ анализ.

ABC-анализ позволяет разбить ассортимент товаров по степени их важности для компании. Чаще всего для классификации используется показатель оборачиваемости или маржинальности в денежном эквиваленте. Иногда имеет смысл сделать двумерный ABC-анализ, т. е. ранжировать товары одновременно и по оборачиваемости, и по прибыльности их продаж.

В зависимости от того, в какую группу попадает товар после классификации, ему могут быть установлены разные подходы к управлению товарными остатками и нормы оборачиваемости.

Некоторые факторы, влияющие на оборачиваемость:

- отношение спроса и предложения (с ростом спроса коэффициент оборачиваемости товаров увеличивается);
- увеличение запасов товара уменьшает коэффициент оборачиваемости;
- структура ассортимента (при широком ассортименте и большом количестве аналогов коэффициент оборачиваемости товаров уменьшается);
- потребительские свойства товара.

Улучшать оборачиваемость товаров можно за счет стимулирования продаж, за счет маркетинговых акций, повышения точности планирования и оптимизации логистики, минимизации складских остатков, исключения из ассортимента товара с плохой оборачиваемостью.