

Понятие неликвида и способы его реализации

Александр ШЕВЦОВ,

юрист

Неликвидная продукция есть на любом предприятии. На одних его доля незначительна и не представляет никаких проблем. На других неликвид занимает большие складские помещения и представляет серьезную проблему. В статье рассматриваются причины образования неликвидных товаров и способы их реализации.

Что такое неликвиды (неликвидный товар)?

Неликвидный товар (неликвид) в розничной торговле – это товары и другие материальные ценности, которые не получается продать в течение длительного периода времени из-за отсутствия спроса у потребителей (нарушается его ликвидность), вследствие чего указанные товары становятся излишними и ненужными данному предприятию.

Наличие неликвидов отягощает экономические показатели деятельности предприятия. Срок, по истечении которого товар считается неликвидным, может различаться в зависимости от самого товара и от продающей его организации. Неликвидный товар не обязательно является некачественным, он может подходить по всем параметрам, но только ограниченному кругу покупателей.

Неликвидный товар может частично утрачивать товарный вид и потребительские качества, в случае длительного хранения товара может подходить к концу его срок годности, а также на рынке может появиться новая модель данного товара. Рост объемов неликвидных товаров предприятия (магазина, складской базы) приводит к уменьшению товарооборачиваемости и в конечном счете к увеличению затрат на [складское](#) хранение.

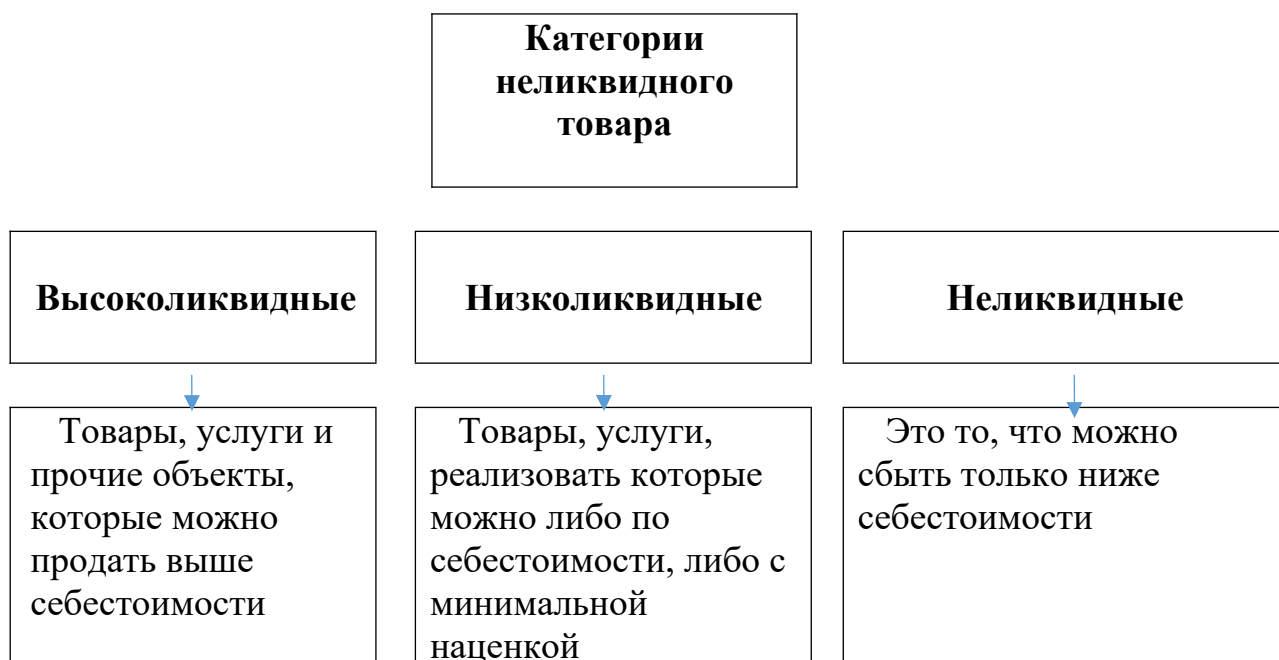
Убытки, связанные с неликвидными товарами, могут быть такими большими, что в большинстве случаев предприятие вынуждено продавать их по [ценам](#) ниже [себестоимости](#) или закупочных цен.

Что именно считать непродавшимся товаром – каждое предприятие решает по-своему. Все зависит от конкретной товарной категории и самого предприятия.

Один из важных критериев, по которым определяется неликвидный товар, – сроки. В некоторых случаях продукт, который не был продан в течение двух-трех месяцев, считается неактуальным, и реализовать его становится в разы сложнее. С другими категориями такая проблема может возникнуть через год.

Для начала рассмотрим категории неликвидного товара.





Также неликвидом называют невостребованную продукцию, реализовать которую по обычным ценам не получается по любым причинам. Например, бракованная партия товара или сырье, закупленное заранее и не задействованное в производственном процессе.

Чтобы выявить проблему с реализацией неликвидной продукции, можно рассчитать оборачиваемость продукта за заданный период. Этот показатель можно рассчитать в разгах и днях.

Оборачиваемость (раз) = Объем продаж / Средний запас продукции.

Первый показатель говорит о том, сколько раз продукция была продана в этом периоде.

***Оборачиваемость (дней) = Длительность периода /
Оборачиваемость (раз).***

По второй формуле можно увидеть, какова продолжительность одного оборота.

Расчет оборачиваемости проводится по каждой позиции товарного ассортимента.

Классификация неликвидов

Если потребность в позиции отсутствовала последние 3-6-12 месяцев, – это не значит, что такая потребность не появится в будущем, даже самом ближайшем.

Отсутствие потребности в позиции в течение 6-12 месяцев в производственных организациях далеко не всегда означает, что это неликвид.

Отсутствие движения или потребности – это всего лишь один из индикаторов.

Кроме отсутствия движения за период необходимо определить и классифицировать неликвиды.

Одна из возможностей классификации – по причинам отсутствия движения. Потребность в течение выбранного периода может отсутствовать по причине того, что:

- изменилась технология – используется другое оборудование, сырье и т.п.;
- позиция нерегулярной потребности – между возникновением потребности длительные перерывы (чаще всего это запасные части или агрегаты);
- брак поставщика, который принят предприятием (либо брак производства);
- запасные части к новому оборудованию, требующиеся редко до выработки ресурса;
- комплектующие или оборудование под остановленный (замороженный) инвестиционный проект;
- позиция с небольшим объемом потребления, но большим объемом транспортной партии;
- не сезон для потребления;
- порча расходных материалов или сырья (например, из-за окончания срока годности);
- некорректное нормирование потребности.

Поэтому после того, как обнаружено отсутствие потребности в течение достаточно продолжительного времени, например, полгода-год, необходимо классифицировать, к какому же типу (по причине возникновения) неликвидов данная позиция относится.

Для начала необходимо классифицировать неликвиды по типу материального потока, присутствующего в производственной организации:

1-й тип – снабжение инвестиционных проектов;

2-й тип – сырье и комплектующие для производства (включая расходные материалы);

3-й тип – запасные части, узлы и агрегаты под замены для внепланового и планового ремонтов.

Далее необходимо разобраться в причинах возникновения неликвидов.

Причины возникновения неликвидов

Основных причин появления неликвидов несколько.

Первая причина – неверное прогнозирование спроса. На это влияет много факторов. Например, организация закупила партию фейерверков для новогодней распродажи, а через несколько дней их использование было ограничено. В результате на складе образовалась партия ненужного товара.

Вторая причина – нет системы управления складскими запасами. Товар может быть и ходовой, но задвинут на дальнюю полку, и сколько он

находится на складе – неизвестно. Сотрудники часто допускают ошибки, в результате которых часть товара не ставится на приход, часть – неверно списывается.

Третья причина – закупка продукции с дефектом. Возможно, ничего серьезного, но сказывается на спросе. Работники убирают изделия с витрины и отправляют на склад.

Четвертая причина – нет доступной информации. Возможно, этот товар – то, чего не хватает потребителям. Но из-за отсутствия рекламы они не знают, что он есть в магазине, а продавцы не могут рассказать о его конкурентных преимуществах.

Пятая причина – завышенные цены. Потребители могут посмотреть цену в интернет-магазине и выбрать предложение, наиболее подходящее по цене и качеству.

Шестая причина – ошибка при закупке. Попытка закупить новый товар закончилась неудачей. Возможно, клиентам не хватило какой-то функции или не устроила модель.

Седьмая причина – несогласованность подразделений и отсутствие информационного обмена внутри организации (наиболее распространенная причина возникновения неликвидов), например:

- изменилась технология – используется другое оборудование, сырье и т.п.;
- поставлены комплектующие или оборудование под остановленный (замороженный) проект;
- изменение проектной документации для инвестиционных проектов.

Восьмая причина – некорректное управление снабжением, например:

- позиция нерегулярной потребности – между возникновением потребности длительные перерывы (чаще всего это запасные части или агрегаты); позиция с небольшим объемом потребления, но большим объемом транспортной партии;
- не сезон для потребления либо некорректное нормирование;
- порча расходных материалов или сырья (например, из-за окончания срока годности).

Также в зависимости от типа материального потока, присутствующего в производственной организации, причины возникновения неликвидов могут быть разнообразными.

1-й тип – снабжение инвестиционных проектов. Причины возникновения неликвидов:

- избыточный объем закупки под проект;
- слишком высокий темп поставки под проект;
- изменение проектной документации.

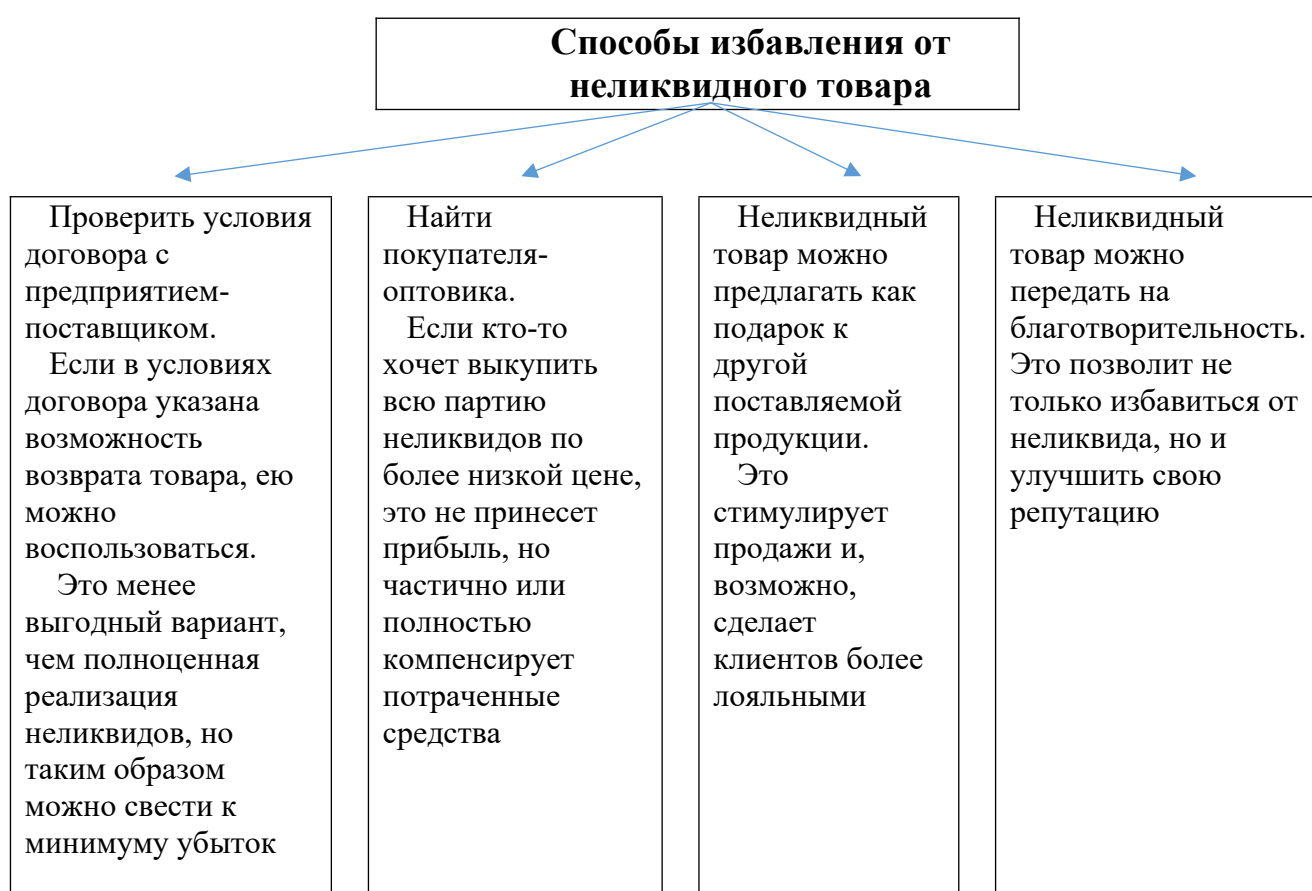
2-й тип – сырье и комплектующие для производства (включая расходные материалы). Причина возникновения неликвидов – невозможность использовать закупленные расходные материалы из-за окончания срока годности (использования).

3-й тип – запасные части, узлы и агрегаты под замены для внепланового и планового ремонтов. Причины возникновения неликвидов:

- из-за ошибки в заказе (номенклатуре);
- из-за смены (устаревания) оборудования. Запчасти, узлы к оборудованию не выпускаются, а то, что выпускается – не подходит, допустим, по посадочным местам;
- некорректное нормирование.

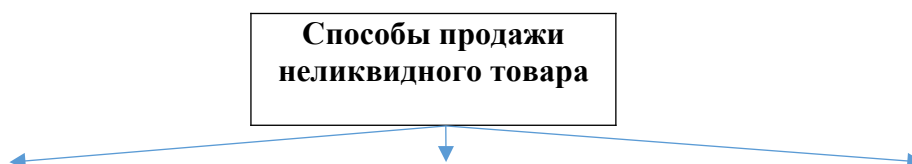
Что делать с неликвидным товаром?

Основной способ справиться с залежалой продукцией – продажа неликвидов. Однако, если самостоятельная реализация неликвидного товара не получается, есть и другие способы, как от него избавиться.



Как продать неликвидный товар?

Существует целый ряд способов, с помощью которых можно стимулировать продажу неликвидного товара. Разберем каждый из них подробнее.



Распродажа	Рассказ о товаре	Перемещение товара
↓ Можно приурочить ее к ближайшему празднику или тематическому дню. Как вариант – устраивать акции на конкретные категории. Если неликвидных остатков немного, можно делать скидки на отдельные товарные позиции, без прямой привязки к событиям. Внимание покупателей акцентируется на скидке или продаже по оптовой цене. В магазинах ценник обычно оформляется в контрастных цветах, это делает его более заметным	↓ Если вы работаете онлайн, расскажите о продукции в своем блоге или социальной сети. К примеру, при продаже одежды создаются подборки о том, с чем она сочетается. Можно внести изменения в карточку изделия на сайте. К стандартным техническим характеристикам добавляется полезный контент – примеры того, для чего эта вещь может служить	↓ Иногда помогает размещение неликвидного продукта на видное место. Например, на полку, расположенную на уровне глаз клиента. Среди других популярных мест – кассовая зона или отдельная вставка в центре торгового зала. Можно положить более дешевый товар рядом с дорогим – это позволит оценить контраст и привлечь внимание экономных клиентов

Как списать неликвидный товар

В некоторых случаях продажа, возврат и иные способы избавления от продукции невозможны. В этом случае единственный способ – списание неликвидного товара. Создается комиссия, которая выполняет следующие действия:

- осматривает продукцию;
- устанавливает причины неликвидности;
- определяет, подходит ли продукция для дальнейшей продажи и эксплуатации, или ее можно только утилизировать и списать.

Результаты осмотра и списание неликвидной продукции оформляются актом, который подписывают члены комиссии и руководитель организации.

В состав комиссии по списанию неликвидных товаров следует включить представителей администрации, сотрудников бухгалтерии, а также других специалистов (экономисты, инженеры, сотрудники внутреннего аудита и т.д.). При необходимости в состав комиссии могут быть включены внешние специалисты по аудиту.

Образец приказа о создании комиссии по списанию материалов

Общество с ограниченной
ответственностью «Эридан»
(ООО «Эридан»)

ПРИКАЗ

05.08.2025 № 47

г. Минск

О создании комиссии по списанию материалов

Для списания неликвидных товаров, а также хозяйственного инвентаря и инструментов, специальной одежды и средств индивидуальной защиты

ПРИКАЗЫВАЮ:

1. Создать постоянно действующую комиссию в следующем составе:

Председатель – заместитель директора по финансовым вопросам
В.П. Огурцов.

Члены комиссии: 1. Заместитель главного бухгалтера Л.М. Некрашевич.
2. Инженер-механик Н.А. Кольцов.
3. Экономист О.В. Соколова.
4. Бухгалтер И.С. Петрова.

2. Комиссии:

2.1. осмотреть неликвидные товары;

2.2. установить причины неликвидности;

2.3. определить, подходят ли неликвидные товары для дальнейшей
продажи и эксплуатации, или их можно только утилизировать и
списать.

3. Результаты осмотра и списание материалов оформить актом.

4. Контроль за исполнением приказа возложить на заместителя
директора А.К. Михайлова.

Директор общества

Подпись

А.Н.Петрович

Начальник юридического отдела

Подпись П.П.Павлович

05.08.2025

С приказом ознакомлены:

Подпись

А.К.Михайлов
05.08.2025

Подпись

В.П.Огурцов
05.08.2025

Подпись

Л.М.Некрашевич
05.08.2025

Подпись

Н.А.Кольцов
05.08.2025

Подпись

О.В.Соколова
05.08.2025

Подпись

И.С.Петрова
05.08.2025

Заключение комиссии по списанию материалов

Акт о списании материалов в производство должен включать название, количество, стоимость и сумму по всем списываемым материалам, а также коды или наименования изделий, для выпуска которых материалы задействованы (либо коды или наименования материалов, их количество и сумму по нормам расходования, а также количество, сумму и причины сверхнормативного расхода).

При необходимости также указывается общее количество выпущенной в подразделении организации продукции или же объем произведенных работ.

В акте о списании материальных запасов, в отношении которых ведется особый учет, фиксируются:

- остатки материальных запасов по состоянию на начало и конец отчетного периода;
- сведения о движении запасов в течение соответствующего периода (в частности, о фактическом расходовании, расходе по нормам, а также об отклонениях от норм по причине перерасхода или экономии запасов).

В акте на списание материальных запасов, который составляется в случае их выбытия, указываются:

- наименования материалов, их отличительные свойства;
- количество материальных запасов;
- себестоимость материалов;
- срок хранения;
- дата поступления запасов;
- причина списания запасов;
- сведения о взысканиях с виновных за причинение материального ущерба лиц.

Какую конкретно задействовать форму документа в том или ином случае списания материальных запасов, решает само предприятие. Главное, чтобы данная форма была утверждена учетной политикой предприятия, а также позволяла достоверно отражать учетные особенности той или иной хозяйственной операции. При этом можно разрабатывать свои формы, а можно задействовать унифицированные – полностью или в качестве основы для своего бланка.

Как избежать появления неликвидов?

Полностью решить проблему с появлением и учетом неликвидных товаров не получится, они есть в каждой организации. Можно сократить их

до минимума. Для этого в организации внедряются различные процедуры контроля товара.

Перед тем как закупать новый товар, необходимо детально проанализировать рынок. Изучается спрос, анализируется статистика конкурентов. Если продукт есть на маркетплейсах, необходимо оценить стоимость и отзывы. Если цена в магазине будет выше, чем на маркетплейсе, покупатель может уйти, а у вас появится неликвид. Не стоит закупаться изделиями, которые пользуются ажиотажным спросом. Это быстро проходит, а товар остается на складе.

РЕКОМЕНДАЦИИ

Для торговли на маркетплейсах закупаться лучше небольшими партиями. Это позволит избежать чрезмерного затаривания склада.

Необходимо вести тщательный учет продаж. Все товарные позиции вносятся в журнал, артикулы сверяются с накладными. Также нужно периодически проводить ревизию складских остатков. Такой подход позволяет не допустить пересортицы и просрочки.

Важно помнить: сезонная продукция актуальна в течение одного сезона. Как и сезонные коллекции. В следующем году эти товары придется продавать со скидкой.