

Товарообеспечение и коммерческие связи



- Процесс доведения товаров из сферы производства в сферу потребления включает их куплю-продажу и товаропродвижение и именуется товарообеспечением. При общности целей эти две обозначенные ветви товарообеспечения имеют четкое предназначение и разграничение. Купле-продаже свойственны коммерческие взаимоотношения, коммерческие сделки, товарообменные операции.

Товаропродвижение
является
продолжением
процесса купли-
продажи и
охватывает:
формирование
партий товаров,
отгрузку,
перевозку,
прохождение
товаров через
складские звенья
и доставку в
торговую сеть.



- В процессе закупки и поставки товаров устанавливаются коммерческие связи между участниками, представляющими предприятия торговли, производителей и обслуживающие сферу обращения субъекты. С закупочной деятельности начинаются коммерческие отношения с партнерами. Закупочная деятельность и коммерческие действия взаимообусловлены, они осуществляются в соответствии с целями торгового предприятия и содержанием решаемых задач.

Организация товарообеспечения предполагает:

- ведение закупок товаров с учетом запросов потребителей;

- соблюдение взаимных партнерских интересов и соглашений при купле-продаже товаров;

- формирование и развитие товаропроводящих звеньев для прохождения товарных потоков;

- выбор вариантов каналов распределения, отвечающих устойчивому функционированию;

- регулирование и оптимизацию товарных запасов;

- эффективное использование средств на покрытие затрат по закупке и поставке товаров.

- При продвижении товаров к потребителям используются транзитная и складская формы. Транзитная форма представляет собой прямую доставку товаров от производителя непосредственно в розничную торговую сеть. Складская форма обусловлена наличием складов в оптово-посреднической сфере, обеспечивающих концентрацию товаров и устойчивое снабжение торговых предприятий. Склады выделяются в товаропроводящее звено в цепи обращения товаров. В результате складской организации прохождения товаров оптовики получают возможность реализовать продукцию широкому кругу потребителей.

- Вопросы, касающиеся каналов распределения, необходимо рассматривать с точки зрения объемов реализации товарной массы. Под **каналами распределения** понимаются совокупность фирм или отдельных лиц, которые принимают на себя или помогают передавать третьим лицам право собственности на конкретный товар или услугу при их движении от производителя к потребителю.

- Распределение товаров является существенной стороной рынка. Каналы распределения характеризуются числом посредников, занятых доведением товаров до потребителя. По этому признаку они подразделяются на: одноуровневые (один посредник – розничное звено); двухуровневые (два посредника – оптовое и розничное звенья); трехуровневые (три посредника – крупный оптовик, мелкий оптовик, розничное звено). Выбор варианта каналов распределения зависит от величины товарных потоков и минимума приведенных затрат. Для решения этой задачи используется метод математического моделирования.

Модель закупки и доведения продукции до покупателей в розничном торговом предприятии

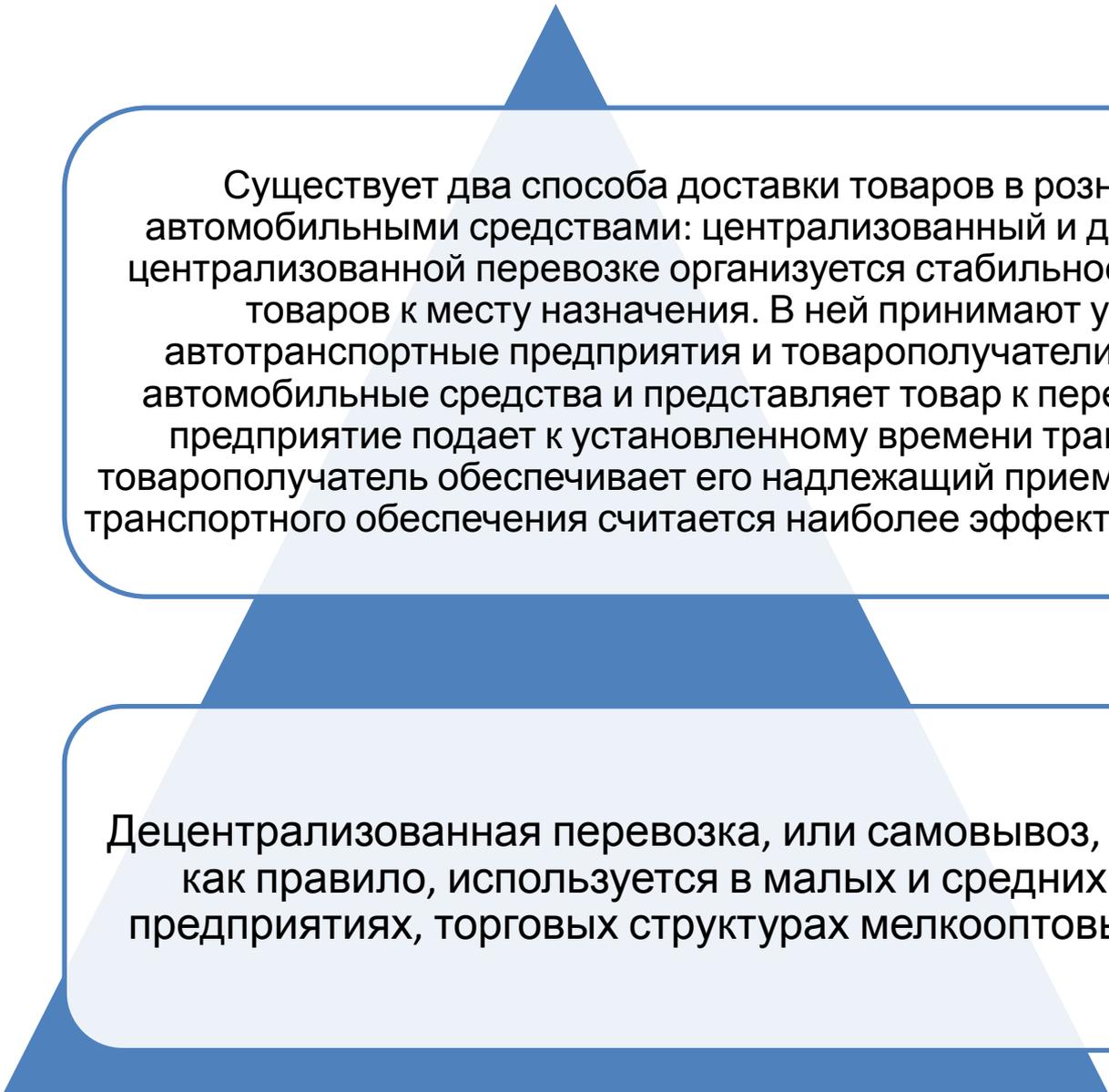
Формирование номенклатуры товаров Осуществляется с учетом выявленной потребности в ассортименте, количестве и качестве продукции

Принятие целевых решений по закупке и поставке товаров На основе информации 1-го и 2-го этапов

Выбор поставщиков продукции Предопределяется изучением рынка закупок, критериями оценки реальных и потенциальных возможностей поставщиков

Управление технологическими процессами Прием, складирование, поддержание товарных запасов, обеспечение сохранности потребительских свойств, подача товаров к местам продажи

Экономическая эффективность Устанавливается на основе расходов на продажу и прибыли от продажи продукции



Существует два способа доставки товаров в розничную торговую сеть автомобильными средствами: централизованный и децентрализованный. При централизованной перевозке организуется стабильное поступление заказанных товаров к месту назначения. В ней принимают участие поставщики, автотранспортные предприятия и товарополучатели. Поставщик заказывает автомобильные средства и представляет товар к перевозке, автотранспортное предприятие подает к установленному времени транспорт и перевозит груз, товарополучатель обеспечивает его надлежащий прием. Централизованная форма транспортного обеспечения считается наиболее эффективной при доставке товаров.

Децентрализованная перевозка, или самовывоз, товаров автомашинами, как правило, используется в малых и средних розничных торговых предприятиях, торговых структурах мелкооптовых и розничных рынков.