**ГРУППА 31-К Организация торговли**

 **Преподаватель - Чебыкина Галина Александровна**

**ДАТА: 13.11.20, 2 пары**

**ТЕМА: Основы технологии оптовых и розничных торговых предприятий.**

**Технологический процесс товародвижения: понятие, операции, этапы, принципы. Каналы товародвижения.**

**ИНСТРУКЦИИ ДЛЯ ВЫПОЛНЕНИЯ**

1. **Задания выполняйте и отсылайте мне на эл.почту** galinochka1975ch@mail.ru .
2. **В теме укажите Фамилию и Имя, группу, тему урока.**
3. **Если у вас есть вопросы также высылайте мне на электронную почту.**
4. **Работу нужно сдать до 14.11.20**
5. **ВЫСЫЛАЙТЕ В ГОРИЗОНТАЛЬНОМ ПОЛОЖЕНИИ.**
6. **И ЕЩЁ, ПРОСЬБА. ПИШИТЕ ВОПРОС и ОТВЕТ, ТАК ЛЕГЧЕ ПРОВЕРЯТЬ (выделяйте, это к тем, кто так не делает)**

**ЗАДАНИЯ**

1. **Изучить теоретический материал**.
2. **Ответить письменно на вопросы:**
3. **Производственный процесс – это ….. и из чего он состоит .**
4. **Технология- это …..**
5. **Что является основным производственным процессом в торговле?**
6. **Коммерческие процессы в торговле – это …**
7. **Виды коммерческих процессов в торговле: …**
8. **Орудия труда в торговле…**
9. **Предметы труда в торговле …**
10. **Этапы товародвижения:**
11. **Что понимается под технологией торговли.**
12. **Виды торговых услуг.**
13. **Процесс товародвижения – это …**
14. **Основные показатели товародвижения - …**
15. **Чем отличается процесс товародвижения от транспортного процесса движения?**
16. **Операции и этапы товародвижения.**
17. **Принципы рационализации товародвижения:**
18. **Канал товародвижения**
19. **Перечислите звенья каналодвижений.**
20. **Формы товародвижения и в чём они заключаются?**
21. **Роль транспортных предприятий в товародвижении.**
22. **Факторы, влияющие на товародвижение и их сущность.**

**Теоретический материал.**

 **Понятие и сущность, содержание технологии торговли**

Термин «технология» происходит от греческих слов — techne, что означает «искусство, ремесло, мастерство, умение», и logos — «учение», то есть учение о каком-то ремесле, мастерстве.

Технология — это совокупность приемов, применяемых в каком-либо деле, мастерстве, искусстве (Толковый словарь).

Технология — это искусство, мастерство, умение, совокупность методов обработки, изменения состояния (В.М. Шепель).

В более поздний период термин «технология» рассматривался применительно к совершению каких-либо производственных процессов. Производственный процесс служит для превращения предметов природы, сырья, материалов в полезные для человека изделия. **Производственный процесс** — это совокупность всех этапов, которые проходят сырье и полуфабрикат на пути их превращения в готовую машину, прибор, товар. Производственный процесс состоит:

■ из основного технологического процесса обработки исходных материалов;

■ вспомогательных технологических процессов производства;

■ ремонта оборудования;

■ обслуживания, производства.

**Технология** — виды производственных, технологических процессов, способы преобразования, обработки металлов и других материалов и получение готового продукта.

Технология существенным образом связана с техникой. Техника или технические средства — это виды применяемых в производстве машин, оборудования, приборов, инструментов и их технические характеристики: вес, габариты, скорость, грузоподъемность, производительность, расход топлива и энергии, надежность, точность. Технология и техника подвержены взаимному влиянию, непрерывно совершенствуются под взаимодействием научно-технического , прогресса. Научно-технический прогресс (НТП) — это проникновение, продвижение научных достижений в технику и технологию, преобразование на их основе производственных процессов. Происходит постоянное освоение производства новых видов материалов, энергии, машин, товаров, услуг. Научно-технический прогресс вбирает в себя научные исследования, проектно-кон-структорские технологические разработки, опытное производство, выпуск новых видов продукции. Научно-технические новшества называют инновациями.

В настоящее время термин «технология» получил расширенное толкование, охватывая и непроизводственную сферу, в том числе и торговые технологические процессы.

**Технология** — это комплекс основных функциональных процессов конкретной отрасли деятельности человека. В отраслях материального производства технология содержит основные производственные процессы, на транспорте — процесс перевозки", в торговле — процессы товародвижения. Технологический процесс означает целенаправленное взаимодействие основных его элементов: предметов труда, орудий труда и трудовых операций. Он требует непосредственного управления. Каждая отрасль народного хозяйства имеет различную технологию. Это различие определяется целями, составом средств труда, особенностями трудовых операций. Вместе с тем технология любой отрасли подчинена общим закономерностям развития технологических процессов.

Объектом технологии торговых процессов являются основные процессы, выполняемые торговлей. Торговля является одной из основных отраслей народного хозяйства, поскольку она обеспечивает обращение товаров, их движение из сферы производства в сферу потребления. Ее можно рассматривать как вид предпринимательской деятельности, связанный с куплей-продажей товаров и оказанием услуг покупателям. В зависимости от цели, с которой приобретаются товары, торговлю делят на два вида:

■ оптовую — торговля товарами с последующей их перепродажей или профессиональным использованием;

■ розничную — торговля товарами и оказание услуг покупателям для личного, семейного, домашнего использования, не связанного с предпринимательской деятельностью.

Истинной чистой функцией товарного обращения протекающего в торговле, является смена формы стоимости: Д — Т и Т' — Д'. На смене формы стоимости, этой основной формуле товарного обращения, базируется акт купли-продажи товаров. Но помимо этой основной функции, товарное обращение выполняет и дополнительные (производственные) функции, связанные с продолжением процесса производства в сфере обращения. Процессы, совершаемые в торговле, по характеру выполняемых функций подразделяют на два вида:

1)  коммерческие — торговые;

2)  технологические — производственные.

**Коммерческие процессы** — процессы, связанные со сменой стоимости, то есть с куплей и продажей товаров. К ним относятся и организационно-хозяйственные процессы, непосредственно не связанные с актами купли-продажи, но обеспечивающие беспрерывность их осуществления. Эти процессы не имеют производственного (технологического) характера и изучаются специальной дисциплиной — «организация коммерческой деятельности».

**Виды коммерческих процессов в торговле:**

■ изучение и прогнозирование покупательского спроса, изучение и выявление потребностей, населения в товарах и услугах;

■ выявление и изучение источников поступления и поставщиков товаров;

■ организация рациональных хозяйственных связей с поставщиками товаров. Они включают: заключение договоров (контрактов) на поставку товаров, разработку и предоставление заявок и предоставление заявок и заказов на товары; организацию учета и контроля за выполнением договорных обязательств и др.;

■ организация и технология проведения оптовых закупок товаров у различных поставщиков — на оптовых ярмарках, оптовых продовольственных рынках, товарных биржах, аукционах, у изготовителей продукции, торговых посредников и т. д.;

■ организация и технология оптовой и розничной продажи товаров, включая формы и методы продажи товаров, условия их применения, качество обслуживания и т. д.;

■ рекламно-информационная деятельность по сбыту товаров;

■ формирование торгового ассортимента на складах и в магазинах, управление товарными запасами.

Коммерческие процессы являются объектом коммерческой деятельности в торговле.

**Технологические процессы** — процессы, связанные с движением товара как потребительной стоимости. Они являются продолжением процесса производства в сфере обращения (транспортирование, хранение, упаковка, фасовка, подсортировка и т. д.). Технологические процессы представляют собой единство трех элементов — живого труда, средств труда и предметов труда.

Средствами труда служат все те вещи, при помощи которых человек воздействует на предмет своего труда и видоизменяет его. К средствам труда относятся прежде всего орудия труда, а также производственные здания, оклады, магазины, транспортные средства и др.

**Орудиями труда** в торговле являются торговые машины, аппараты, различное торгово-технологическое оборудование.

**К предметам труда** в технологических процессах относятся находящиеся в обращении товары, тара, рекламные и денежные средства. Технологические процессы в торговле завершают производство товаров, так как они направлены на главную цель производства — доведение товаров до покупателей.

**Основной технологический процесс торговли** — товародвижение, представляет собой последовательно выполняемые операции товарной, грузовой и специальной обработки товаров по доведению их от производства до потребителя. Он включает операции перемещения, хранения, дозировки, комплектования, сортировки, этикетировки, пакетирования, упаковки, взвешивания, выкладки и другие операции. Комплекс этих операций зависит от особенностей самого товара, степени подготовленности его к продаже и потреблению, схем товародвижения. Экономическая цель товародвижения достигается при розничной реализации товаров покупателям. Реальный путь движения товаров при этом не завершается. Торговые предприятия оказывают и послепродажные услуги покупателям (доставка товаров на дом, установка на дому у покупателей и др.).

Комплексный технологический процесс товародвижения делится на несколько последовательных этапов.

**Этапы товародвижения:**

1)  движение товаров от поставщиков (изготовителей и посредников.) на склады оптовой торговли;

2)  внутрискладские операции с товаром в оптовой торговле;

3)  товароснабжение розничной торговой сети;

4)  внутримагазинные операции с товаром;

5)  продажа и доведение товара до покупателей.

Кроме того, на заключительном этапе товародвижения в качестве активного участника технологического процесса торговли выступают покупатели товаров. Технологический процесс товародвижения в торговле завершается доведением товара до конечного потребителя и сменой формы стоимости товара. Этот процесс завершает в целом производство товара и создает необходимые условия для воспроизводства. Любой общий технологический процесс можно разделить на частные процессы и операции, выделить элементы операций.

Комплексный «макропроцесс» товародвижения в торговле делится на частные технологические «микропроцессы» и операции:

■ оптово-складские процессы;

■ товароснабжение розничной сети;

■ внутримагазинные процессы;

■ торговое обслуживание покупателей.

Технологические процессы являются объектом изучения специальной учебной дисциплины — технологии торговли. Предмет «технология торговли» изучает рациональную организацию и технологию торгово-технологических процессов с целью их более эффективного выполнения, внутренней упорядоченности, взаимодействия и согласованности. Объект изучения в узком понимании — оптовые и розничные торговые предприятия, где совершаются технологические процессы. В более широком смысле к объекту изучения «технология торговли» относится весь торгово-технологический процесс товародвижения, рассматриваемый как процесс доведения товаров от производственных предприятий до потребителей.

Под **технологией торговли** следует понимать совокупность знаний о рациональной организации торгово-техно-логического процесса, способах и методах наиболее эффективного выполнения торговых операций. Это научная дисциплина, изучающая торгово-технологические процессы в оптовой и розничной торговле. Сущность технологии торговли как науки сводится к познанию закономерностей торгово-технологических процессов, условий рационального выполнения отдельных операций и всего процесса товародвижения в соответствии с целевыми функциями торговли. Важнейшая задача технологии торговли заключается в научной организации взаимодействии орудий и предметов труда с рабочей силой с целью рационального использования живого труда и вещественных элементов труда.

Помимо коммерческих и технологических процессов в торговле выполняются дополнительные торговые услуги, поскольку осуществление актов купли-продажи товаров обрастает разнообразными операциями по обслуживанию покупателей. В цивилизованной торговле именно эти дополнительные услуги становятся преобладающими по массе затрачиваемого на них труда (прием заказов у покупателей, доставка товаров на дом, раскрой купленных тканей и др.).

**Торговые услуги подразделяют на два вида:**

1)  услуги, оказываемые оптовыми организациями и предприятиями своим клиентам, — оптовые торговые услуги;

2)  услуги, оказываемые покупателям в магазинах, — розничные торговые услуги.

Оптовые торговые услуги связаны с процессом оптовой продажи товаров. Состав и виды оптовых торговых услуг могут быть самыми разнообразными: по функциям, по назначению, по источникам финансирования, по видам расчетов и т. д. Например, по функциональному назначению услуги могут быть:

■ технологические — хранение товаров; подсортировка, фасовка, упаковка, транспортировка и др.;

■ коммерческие — маркетинговые, рекламные, комиссионные и др.;

■ организационно-консультативные — информационные консультации, торгово-расчетные.

Услуги, оказываемые покупателям в магазине, делятся на три вида:

■ услуги, связанные с покупкой товара — прием предварительных заказов на временно отсутствующие в продаже товары, упаковка товара, доставка крупногабаритных товаров на дом покупателя и др.;

■ услуги, связанные с оказанием услуг, помогут покупателям при использовании приобретенных товаров — мелкая переделка и подгонка готового платья, раскрой купленных в магазине тканей и т. д.;

■ услуги, связанные с созданием благоприятной обстановки для посещения магазина, — организация кафетерия, стоянки для автомашин и т. п. Процессы и операции, выполняемые в торговле, схематично представлены на рисунке:

|  |
| --- |
| http://www.mnogosmenka.ru/kaplina/ris_187.jpg |

Переход к рыночной экономике, появление большого разнообразия организационно-правовых форм предприятий, развитие конкуренции вызвали необходимость широкого внедрения современного оборудования и прогрессивных технологий. Возникла потребность в новых подходах к организации технологических процессов на предприятиях торговли, в развитии частной инициативы и предпринимательства. На первый план выдвинута задача дальнейшего совершенствования торгово-технологических процессов. Согласно ГОСТ Р 51303-99 «Торговля. Термины и определения», введенному в действие с 1 января 2000 г., под технологией понимается совокупность знаний о способах и средствах проведения процессов (торговых и др.), а также сами процессы (технологические процессы), при которых происходит качественное изменение обрабатываемого объекта. Технология торговли — это совокупность параллельно или последовательно выполняемых операций и процедур при продаже товаров и организации товародвижения с использованием определенных средств и методов. Торговля — вид предпринимательской деятельности, связанный с куплей-продажей товаров и оказанием услуг покупателям. Таков современный подход к основным понятиям и определениям технологии торговых процессов.

**Технологический процесс товародвижения**

Непрерывное движение товаров от производства до потребителей представляет собой объективно необходимый процесс воспроизводства. По своему содержанию — это материально-вещественный процесс перемещения во времени и пространстве готовых к потреблению продуктов труда (товаров). Количество перемещенных товаров измеряется натуральными и стоимостными показателями, в которых выражается информация о товародвижении. Основные показатели — грузооборот и товарооборот. В натуральных показателях отражается информация о реальном движении товара (килограммы, тонны, метры, штуки, пары, десятки и т. д.). Стоимостные показатели (рубли, копейки) отражают движение стоимости товара. Вся система движения товаров — это непрерывные потоки, скорость которых зависит как от мощности производства, ритмичности поставок, размеров товарных запасов, так и от скорости реализации и потребления. Ритм производства и объем поступления товаров в торговлю должен соответствовать ритму и объему их реализации за определенный период времени, то есть должно достигаться равновесие. При недостаточно согласованной ритмичности в объемах поступления и продажи товаров происходят отрицательные последствия. Либо снижаются запасы товаров ниже установленных пределов, за которым начинаются перебои в торговле. Либо, наоборот, образуются сверхнормативные запасы товаров, которые требуют излишних затрат живого труда и замедляют процесс товародвижения. Производство товаров будет бессмысленным, если они не будут доставлены к месту потребления, где посредством продажи будут возмещены производственные расходы на выпуск данных товаров.

Процесс перемещения товаров от производителей до потребителей называется товародвижением. Процесс товародвижения является основным процессом торговли, так как от него зависят условия воспроизводства. Существует несколько определений товародвижения.

Товародвижение — процесс физического перемещения товара от производителя в места продажи или потребления.

Товародвижение — процесс реального доведения товаров до потребителя.

Товародвижение — процесс доведения товаров от предприятий-изготовителей через предприятия оптовой и розничной торговли до потребителей.

Довести товар от производства до потребителя означает организовать его перемещение кратчайшим путем, с минимальными издержками, в нужное для потребителя время, в заданном количестве и качестве, пригодном для розничной продажи и потребления. Поэтому товародвижение не следует отождествлять с транспортным процессом. Товародвижение включает процесс транспортировки, но в отличие от последнего имеет более сложное содержание. В товародвижение входит не только физическое перемещение товаров из мест производства в места потребления, но и операции, связанные с их хранением, подсортировкой и подготовкой к продаже на предприятиях торговли. В магазинах завершается процесс кругооборота средств, вложенных в произведенные предметы потребления. Происходит превращение товарной формы стоимости в денежную и создается экономическая основа для возобновления производства товаров. Этот процесс товародвижения будет целесообразен только в том случае, если каждый участник получит экономическую выгоду. Поэтому рациональная организация товародвижения — одна из важнейших функций торговли. От того, насколько рационально организован этот процесс, зависят время оборота товаров и уровень торгового обслуживания населения. Основу процесса товародвижения составляют следующие операции:

■ транспортировка товаров;

■ погрузочно-разгрузочные операции;

■ хранение товаров;

■ комплектование торгового ассортимента;

■ сортировка, фасовка, подготовка к продаже. Процесс движения товара от производства до потребителя включает несколько стадий и звеньев. Число звеньев зависит от особенностей конкретных товаров, отдаленности пунктов их производства от пунктов потребления, транспортных условий, состава и структуры материально-технической базы, звеньев и других факторов. Основными звеньями товародвижения являются: промышленные и сельскохозяйственные предприятия, оптовые, мелкооптовые, розничные предприятия и другие пункты розничной продажи товаров..

Процесс товародвижения включает в себя несколько последовательных этапов:

1)  движение товаров от складов товаропроизводителей до складов оптовых предприятий;

2)  внутри складские операции с товаром;

3)  товароснабжение розничной торговой сети;

4)  внутримагазинные операции с товаром по доведению его до потребителя.

Все эти этапы взаимосвязаны и представляют единую технологическую цепь товародвижения. Следуя из сферы производства в сферу потребления, товар проходит через одно или несколько складских звеньев. Рациональная • организация процесса товародвижения предусматривает прохождение товара через минимальное число звеньев:

■  товарные потоки;

■ транспортные мосты.

Важнейшей задачей товародвижения является создание такой технологической цепи, которая позволила бы обеспечить бесперебойное снабжение розничной торговой сети товарами в количестве, ассортименте и качестве, соответствующим спросу потребителей при минимальных затратах труда, времени и материальных средств.

**Принципы рационализации товародвижения:**

■  использование кратчайших путей движения товаров;

■  установление оптимальной звенности товародвижения;

■ правильный выбор транспортных средств и эффективное их использование;

■ применение прогрессивной системы товароснабже-ния с использованием тары-оборудования и средств механизации погрузочно-разгрузочных и складских работ.

|  |
| --- |
| http://www.mnogosmenka.ru/kaplina/ris_191.jpg |

Движение товаров осуществляется по определенным каналам. **Канал товародвижения** — это совокупность независимых организаций, участвующих в процессе товародвижения. Это изготовители товаров, оптовые торговые организации. Выбор канала товародвижения — сложная проблема. Чем больше звеньев в процессе товародвижения, тем дороже этот процесс. В связи с этим основной задачей товародвижения будет выявление пути движения товаров. Движение товаров из районов производства в районы потребления должно осуществляться кратчайшими путями. Это обеспечивает прохождение товарами наименьшего пути от производителя до потребителя. Кроме того, ускоряется процесс воспроизводства и обеспечиваются наименьшие расходы по перемещению товаров. В этом должны быть заинтересованы как товаропроизводители, так и торговые предприятия.

Рассмотрим процесс продвижения товаров в оптовом торговом предприятии ЗАО «Ростовкомбытоптторг».

Технологическая цепь товародвижения показана в схеме.

Принимая решения о совершенствовании какого-либо из звеньев системы товародвижения, необходимо следить за тем, чтобы это не отразилось отрицательно на общем эффекте, особенно если мероприятие направлено на минимизацию расходов на продвижение товаров.

В ЗАО «Ростовкомбытоптторг» также создана технологическая цепь. Она имеет трехзвенную систему.

**Каналы товародвижения**

Каждый производитель стремится создать или сформировать собственный канал товародвижения путем прямого контакта с потребителем, что предпочтительнее или через посредника.

Каналы товаров чтения — это совокупность фирм или отдельных лиц, гр; ждан-звеньев товародвижения, которые принимают н; себя или передают кому-то право собственности на кс некратные товар на всем пути товародвижения.

Первичным звеном цепи товародвижения является товаропроизводитель. Развитие рыночных отношений способствовало появлении на товарном рынке различных производителей и формированию конкурентной среды. Это заставило предприятие искать новые пути повышения эффективности работы. Для рациональной организации процесса товародвижения предприятие-изготовитель должно:

■ выбрать орган сбыта;

■ определить количество посредников;

■ отобрать партнеров-посредников.

В последнее время роль товаропроизводителей в сбыте своей продукции значительно возросла. Но, тем не менее, многие из них прибегают к услугам посредников. В качестве посредников между изготовителями товаров и розничными торговыми предприятиями выступают:

■ оптовые торговые предприятия;

■ торгово-закупочные кооперативы, ассоциации;

■ торговые агенты, брокеры;

■ индивидуальные предприниматели. Рассмотрим виды каналов товародвижения в единой

технологической цепи на примере оптовой базы «Ростов-комбытоптторг», отдела «Маркетинга и продажи СИЗ и промтовары».

**I звено. Производители и поставщики**

1-й канал. Производители — все предприятия легкой, тяжелой, пищевой промышленности и сельское хозяйство регионов, областей страны.

Например: производители, сотрудничающие с оптовой базой ЗАО «Ростовкомбытоптторг», выпускают продукцию легкой промышленности: спецодежду, спецобувь и промтовары (халаты, одеяло).

1.  Производитель ООО «Орсо» (фирма г. Ростова-на-Дону), сотрудничает с базой ЗАО «Ростовкомбытоптторг» в течение пяти лет. Она специализируется на производстве спецобуви.

2.  Производитель ЗАО «Невская мануфактура» (фирма г. Санкт-Петербурга), сотрудничает с базой в течение двух лет. Она специализируется на производстве невского одеяла.

2-й канал. Поставщики — это предприятия-изготовители, либо оптовые базы.

ЗАО «Ростовкомбытоптторг» (фирма) сама является оптовой базой поставщиков и сотрудничает с многими известными базами, такими как:

■ ЗАО «Оптторг» — фирма г. Москвы, сотрудничает с базой более двадцати пяти лет — это самая большая база в Москве. Она специализируется на производстве спецобуви.

■ «Грантек ЭМ» фирма московская, специализация — спецодежда, сотрудничает с базой в течение одного года.

Объем поставок в «Ростовкомбытоптторг» отдела «Маркетинга и продажи СИЗ и промтоваров» — разовые по 300-400 тыс. шт.

Например:

Объем поставок на 2005 г. составил 2 346 250 тыс. шт.

Рассмотрим конкретно объем поставок на 2002 г.:

Месячный общий — 1250:

1-й месяц — 390;

2-й месяц — 860;

Квартал общий — 2 345 000:

1-й квартал — 1 000 000;

2-й квартал — 1 345 000.

Годовой объем поставок составил — 2 346 250 тыс. шт.

**II звено. Оптовая и мелкооптовая торговля**

1-й канал. Оптовая торговля.

Оптовая торговля — это продажа крупных партий товаров (от 20 до 100 тонн) через систему оптовых складов или оптовых рынков. Осуществляется продажа оптовым покупателям, то есть магазинам, мелким фирмам для последующей реализации/Оптовая торговля занимается снабжением розничной торговли — магазинов.

Например: реализация товаров отдела «Маркетинга и продажи средств индивидуальной защиты и промтовары» в основном осуществляется оптом, мелким оптом и в розницу.

На базе происходит продажа крупных партий через системы оптовых складов: приемка по количеству (инструкция П-6), приемка по качеству (инструкция П-7), по первичным документам (накладная, счет-фактура, чек). Далее первичные документы сдаются в бухгалтерию. Им присваивают свой код, вносят в компьютер — приходный ордер. Затем покупатель идет на склад со всеми документами (счет-фактура, накладная, чек, приходный ордер и т. п.) и получает купленный им товар.

2-й канал. Мелкооптовая торговля. Мелкооптовая торговля — это продажа значительных партий оптовым покупателям для снабжения мелкорозничной торговли (павильоны, киоски, палатки) или для личного некоммерческого потребления (больницы, школы, детские сады).

Оптовая база ЗАО «Ростовкомбытторг» занимается и продажей товаров некоммерческого потребления. Она продает свои товары ЦОБ (центральным областным больницам) г. Ростова-на-Дону, детским больницам Азовского района в широком ассортименте: медицинские халаты (женские и мужские); колпаки, постельное белье, хирургические халаты с колпаком хирургическим, одеяло, резиновые (стерильные) перчатки и другие товары.

3-й канал. Рассылка почтой.

Отдельные оптовые базы организуют через почтовые отделения связи отправку населению или магазинам посылок с различными видами непродовольственных товаров. Эта форма торговли осуществляется по специальным каталогам, в которых дается характеристика (описание) отправляемых посылками товаров, а также условия их оплаты и порядок заказа. Отправка посылок с товарами непосредственно населению называется индивидуальной или розничной посылочкой торговлей.

База ЗАО «Ростовкомбытоптторг» отдела «Маркетинга и продажи СИЗ и промтовары» занимается рассылкой почтой: по каталогам, брошюрам, прайс-листам, по которым покупатель может заказать себе товар за определенную плату. Сюда входит ассортимент товаров: спецодежда, спецобувь, защитные приспособления и промтовары (трикотажные изделия).

4-й канал. Специализированные магазины промышленности (кондитерские, обувные, швейные фабрики) то есть производители, которые выпускают свой товар, имеют свою розничную сеть продажи.

ЗАО «Ростовкомбытоптторг» имеет свои швейные фабрики («Обливская швея» и «Головные уборы»), продает товары в свою собственную розничную сеть магазинов: гастроном «Смак», «Промтовары», «Кафе — Буфет».

5-й канал. Станция обслуживания.

Оптовая база имеет огромный транспортный цех с парком машин. Здесь главной функцией обслуживания является доставка товаров поставщикам (покупателям).

6-й канал. Оптовые торговцы (челноки).

Оптовые торговцы — это физические лица или предприятия, которые приобретают значительное количество товаров у производителей и организуют либо их движение в розничную сеть, либо непосредственно сбыт потребителям. Оптовые торговцы выполняют роль связующего звена между изготовителями и потребителями в различных районах рынка и помогают проникать на новые рынки.

Например: Ставропольский край (г. Владикавказ, завод «Исток Стекло»), Краснодарский край (завод Армавирский, опытно-механический), Ростовская область, все регионы (Азов, Волгодонск и др.).

7-й канал. Коммерческие агенты различных уровней.

Например: Брокер — это человек, продающий товар, не приобретая его в собственность. Он лишь сводит продавца и покупателя вместе, получая от сделки комиссионные награждения (в % оплате). Брокер хорошо информирован о конъюнктуре рынка. Конъюнктура рынка — фактически сложившиеся различные цены на имеющийся в данный момент ассортимент товаров. Она меняется в зависимости от сезона года, от количества завозимых товаров из других регионов страны и так далее.

На оптовой базе ЗАО «Ростовкомбытоптторг» коммерческими агентами являются менеджеры, функции которых совпадают. Они сводят производителя с покупателем. Имеют полномочия вести переговоры по ценам, способу доставки, кредиту. Они также не получают право собственности на товар (то есть работают по накладной, не покупая товары). Они не получают комиссионного вознаграждения, а получают зарплату.

Конечным звеном товародвижения является розничная торговля. В функции розничной торговли входят:

■ формирование торгового ассортимента;

■ реклама товаров;

■ осуществление технологических операций с товарами;

■ продажа товаров конечному потребителю;

■ оказание услуг.

**III звено. Розничная и мелкорозничная торговля**

1-й канал. Розничная торговля.

Розничная торговля — это торговля продовольственными и непродовольственными товарами поштучно или в небольшом количестве населению для личного потребления через сеть магазинов.

Чтобы приобрести товар на оптовой базе (например: спецодежду и промтовары), покупатель приходит в отдел «Маркетинга и продажи средств индивидуальной защиты и промтовары». Ему печатается приходный ордер. Затем с первичными документами и приходным ордером он идет на склад за товарами — это называется наличная оплата. Безналичная оплата: когда покупатель выписывает чек на определенный товар. Также на базе используют и вексельную форму расчета, то есть покупка определенного товара осуществляется через банк.

2-й канал. Предприятия мелкорозничной торговли.

Мелкорозничная торговля — это продажа продовольственных и непродовольственных товаров, не требующих примерки, и нескоропортящихся товаров через системы стационарной и передвижной мелкорозничной торговой сети.

Стационарная мелкорозничная сеть — система сооружений облегченного вида (ларьки, киоски, павильоны).

Передвижная мелкорозничная сеть — торговля враз-воз и вразнос с помощью специальных приспособлений.

На оптовой базе этот канал мелкорозничной торговли не используется.

3-й канал. Розничные торговцы.

Розничный торговец — это человек или предприятия, непосредственно сбывающие относительно большое количество товара конечному потребителю. Он приобретает товар непосредственно у оптовика либо у производителя.

На ЗАО «Ростовкомбытоптторг» таких розничных торговцев нет.

**IV звено. Покупатели и потребители**

На характер процесса товародвижения большое влияние оказывают звенность и форма организации товародвижения. Процесс товародвижения будет протекать по-разному в зависимости от применяемой формы снабжения розничной торговой сети товарами. В практике организации товародвижения применяются две формы:

1)  транзитная;

2)  складская.

Транзитная форма заключается в завозе товаров в розничную торговую сеть непосредственно из производственных предприятий. Она применяется преимущественно по товарам простого ассортимента, которые не требуют подсортировки. По прямой транзитной схеме движения направляются в розничную торговую сеть скоропортящиеся продовольственные товары. Примером транзитной (прямой) формы может служить движение хлебобулочных изделий по схеме: хлебозавод — магазин.

Складская форма товародвижения находит применение в основном при доставке в розничную торговую сеть товаров сложного ассортимента. При этом товары с целью их подсортировки следуют через складские звенья. Различают однозвенную и многозвенную, складские формы товародвижения.

Схемы товародвижения с участием посреднических оптовых предприятий являются сложными. При значительной удаленности поставщиков от пунктов розничной продажи товаров преобладает схема товародвижения с двумя или даже тремя посредническими оптовыми звеньями. Для определения складской звенности используют коэффициент, который рассчитывается путем отношения оптово-складского товарооборота к розничному.

Важную роль в процессе товародвижения выполняет транспорт. Большое значение имеют правильный выбор транспортных средств и эффективное их использование. Учитываются также расстояние перевозки, вид и физико-химические свойства товаров. Должна быть обеспечена максимальная загрузка транспорта, сокращены его простой, исключены порожние пробеги. Транспортные предприятия и организации должны обеспечить:

■ сохранность груза;

■ своевременную доставку грузов;

■ соблюдение правил загрузки и транспортирования;

■ применение прогрессивных технологий транспортирования;

■ механизацию погрузочно-разгрузочных средств.

Средства механизации погрузочно-разгрузочных работ должны широко использоваться во всех звеньях технологической цели товародвижения. Их применение позволяет более эффективно использовать транспортные средства и рабочую силу, существенно ускорить процесс товародвижения. Рационализация товародвижения достигается не только за счет сокращения ручного труда на погрузочно-разгрузочных операциях. Происходит и ликвидация повторных работ по подготовке товаров к отпуску покупателям, сокращение товарных потерь, облегчение работ по учету и контролю, сокращение расходов на упаковку грузов. Вскрываются и устраняются нерациональные перевозки — встречные, излишне дальние, повторные.

Встречными перевозками называются перевозки однородных грузов по одному и тому же участку пути в противоположных направлениях. Излишне дальние перевозки имеют место в том случае, если какой-нибудь пункт снабжают товарами из отдаленного источника при возможности снабжения из более близкого. Под повторными перевозками понимаются перевозки груза в такой пункт назначения, в котором вырабатывается такой же товар и вывозится в другой пункт. Широкое использование в процессе товародвижения тары-оборудования позволяет не только исключить тяжелые ручные процессы. Значительно повышаются производительность труда и культура торговли. Происходит значительный экономический эффект от внедрения тары-оборудования. Так, расходы на погрузку и разгрузку автомобилей сокращаются в 5 раз.

Кроме того, использование тары-оборудования для доставки и продажи товаров позволяет сократить восемь технологических операций в торговле и тринадцать — на транспорте и предприятиях с поставщиков. Применение тары-оборудования — специальных малогабаритных контейнеров в качестве товароносителя наиболее эффективно при завозе в магазины небольших партий товаров. Тара-оборудование выполняет функции продовольственной транспортной тары и немеханического оборудования. В сфере производства или в оптовом звене товары фасуют в потребительскую упаковку, укладывают в тару-оборудование и доставляют непосредственно в торговый зал магазина, где они реализуются по методу самообслуживания.

Эта система товародвижения, если она действует на всем пути от цеха предприятия (оптового склада) до торгового зала магазина, в корне меняет характер работы. Она придает торговой отрасли индустриальный характер, высвобождает товарные ресурсы. Для механизации погрузочно-разгрузочных работ с тарой-оборудованием магазины необходимо оснащать гидравлическими или механическими тележками с подъемными вилами. Также оборудовать приемную рампу специальными разгрузочными устройствами, приспособлениями для погрузки и выгрузки контейнеров, использовать подъемные столы и другие средства механизации.

Высокую эффективность товародвижения обеспечивает постоянное совершенствование и оптимизация всей его технологической цепи. Технологическая цепь товародвижения представляет собой последовательность технологических процессов и операций на всех этапах движения товара. Эффективность товародвижения достигается единством технологической цепи, соответствием ее требованиям поточной обработки грузов. При ней каждая предыдущая операция одновременно является подготовкой к последующей. Особенно важное значение здесь имеют операции, связанные с подготовкой товаров к продаже — их фасовка, упаковывание, комплектование необходимого ассортимента и т. д. В современных условиях эти операции в больших объемах выполняются как на предприятиях оптовой, так и розничной торговли. Организация технологической цепи товародвижения с соблюдением основных принципов позволяет обеспечить высокую эффективность всего процесса товародвижения.

На организацию процесса товародвижения оказывает влияние ряд факторов.

**Факторы, влияющие на товародвижение**, объединяются в четыре группы:

1)  производственные;

2)  транспортные;

3)  торговые;

4)  социальные.

**К производственным** факторам относятся такие как: размещение производства, специализация производства, сезонность производства товаров. Существенное влияние на процесс товародвижения указывает размещение производства товаров. Приближение производственных предприятий к сырьевым источникам часто приводит к неравномерности распределения их по территории страны, отдаленности от мест потребления и, следовательно, усложнению процесса товародвижения. Замедляется доведение товаров от производства до потребителя. Возникает необходимость перевозки товаров на большие расстояния. Специализация производства приводит к выпуску более узкого ассортимента товаров, что усиливает процесс товародвижения. Увеличивается количество звеньев. При оптимальной звенности товародвижения товар на своем пути от производства до розничной торговой сети проходит через минимальное число промежуточных оптово-складских звеньев». Каждое новое звено влечет за собой дополнительные расходы по погрузочно-разгрузочным операциям, приемке, хранении, отпуску, учету товаров. Централизованная доставка товаров от поставщиков в розничные торговые предприятия, минуя оптовые склады, сокращает доставку грузов в магазины. Она применяется по товарам простого ассортимента. Товары сложного,ассортимента (кондитерские изделия, бакалейные товары, вкусовые товары, швейные товары, трикотаж и др.) требуют складской формы товародвижения (для подсортировки, расфасовки, образования запасов для бесперебойного удовлетворения покупательского спроса). Товары сложного ассортимента мелкие магазины не в состоянии получать без предварительной подсортировки на предприятиях оптовой торговли. Это приводит к тему, что большинство товаров, прежде чем поступить на розничное торговое предприятие, проходит предварительно через одно или более звеньев оптовой торговли. Складская форма товародвижения в зависимости от количества складов, через которые проходил данный товар, может быть одно-, двух- и многозвенной.

Производство некоторых товаров носит ярко выраженный сезонный характер. Это связано с сезонностью производства сырья для изготовления продукции и с сезонностью приобретения и потребления отдельных товаров. Поэтому ассортимент товаров существенно меняется в течение года и необходимо вносить коррективы в организацию товародвижения.

К транспортным факторам относят: состояние транспортных путей сообщения, виды транспорта, наличие транспортных средств и др. В настоящее время еще не все регионы имеют хорошо развитую транспортную сеть. Доставка товаров затруднена. Значительную роль играет фактор технического состояния транспортных средств и их количество. Структура парка транспорта также должна отвечать требованиям рациональной организации товародвижения. Должен быть специализированный транспорт, транспорт различной грузовместимости, хорошее состояние транспортных путей сообщения и др.

К торговым факторам относят: ассортимент и свойства товаров; размеры, специализация и размещение предприятий торговли; уровень организации товароснабжения розничной торговой сети. Например, скоропортящиеся продукты требуют создания особых условий в процессе товародвижения. Товары сложного ассортимента, прежде чем поступить в розничную торговую сеть, проходят подсортировку в оптовом звене. Процесс товародвижения будет протекать по-разному в зависимости от применяемой формы снабжения розничной торговой сети.

Важное влияние на процесс товародвижения оказывают социальные факторы. Основными из них являются: плотность населения, расселение населения, национальный состав, уровень денежных доходов населения и др. При невысокой плотности населения организовать доставку товаров потребителям сложнее, чем в районах с высокой плотностью населения. В этих случаях приходится перевозить товары на большие расстояния. Товары проходят также через большое количество звеньев.