

ОРГАНІЗАЦІЯ І ТЕХНОЛОГІЯ ТОВАРОЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗДРІБНИХ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

ПЛАН

1. *Сутність товаропостачання.*
2. *Вплив факторів на організацію товаропостачання.*
3. *Вимоги до організації товаропостачання.*
4. *Ефективні форми і методи товаропостачання.*

1. Сутність товаропостачання

Товаропостачання – це комплекс комерційних і технологічних операцій, спрямованих на доведення товарів до роздрібної торговельної мережі в кількості і асортименті, відповідних попиту населення. Товаропостачання роздрібних торговельних підприємств є необхідною передумовою виконання однієї з найважливіших функцій торгівлі – доведення товарів від виробництва до кінцевого споживача.

У товаропостачанні роздрібної торговельної мережі виділяють такі основні стадії:

- визначення потреби в товарах;
- встановлення раціональних схем постачання;
- укладення договорів на постачання товарів;
- оперативний контроль за виконанням договорів постачання;
- вибір форм товаропостачання;
- визначення найбільш раціональної частоти доставки та оптимальних партій завезення товарів;
- організація доставки товарів у магазин;
- приймання, зберігання і підготовка товарів до продажу.

Раціонально організоване товаропостачання забезпечує необхідну повноту і стабільність асортименту товарів на роздрібних торговельних підприємствах, а відповідно, високий рівень задоволення попиту населення.

2. Вплив факторів на організацію товаропостачання

На організацію товаропостачання суттєво впливають об'єктивні і суб'єктивні фактори. Об'єктивні фактори можна об'єднати в три групи: виробничі, транспортні і торговельно-організаційні.

До виробничих факторів належать розвиток і розміщення виробництва, його спеціалізація, сезонність, наявність сировинної бази. Розвиток виробництва, розширення його асортименту сприяють поліпшенню постачання магазинів товарами. Розміщення роздрібної торговельної мережі поблизу виробничих підприємств, що випускають товари простого асортименту, дозволяє значно здешевити процес їх товаропостачання.

До транспортних факторів належать: стан доріг, наявність транспортних зв'язків між магазинами та джерелами постачання.

До торговельно-організаційних факторів належать: чисельність і склад роздрібної торговельної мережі, її розміщення на території районів, обсяги товарообігу підприємств, площі торговельних залів і складських приміщень, рівень організації торговельно-оперативних і технологічних процесів, структура й особливість асортименту товарів. Так, при наявності чисельної, територіально зосередженої торговельної мережі, що включає різноманітні типи невеликих магазинів організація товаропостачання значно ускладнюється. У цих умовах виникає необхідність частого завезення товарів у магазини в розукрупненому, підсортованому вигляді, невеликими партіями.

На організацію товаропостачання суттєво впливають і суб'єктивні фактори, основним з яких є: рівень управління процесом товаропостачання; кваліфікація робітників, що визначають потребу в товарах; достовірність комерційної інформації.

Раціонально організоване товаропостачання роздрібної торговельної мережі може бути організоване тільки з урахуванням дії цих факторів та застосуванням наукових методів управління процесами товаропостачання. Оскільки безперервна зміна процесів товарообігу має певний кількісний взаємозв'язок, створюються умови для організації високоефективної саморегулюючої автоматизованої системи товаропостачання, в основу якої повинен бути закладений принцип безперервного відновлення і регулювання товарних запасів у магазинах.

3. Вимоги до організації товаропостачання

Раціональна організація товаропостачання ґрунтується на дотриманні таких основних вимог:

- завезення товарів у роздрібні торговельні підприємства повинно здійснюватися відповідно до обсягу і структури попиту населення та встановлених змін у кон'юктурі ринку;

- товари в роздрібну торговельну мережу повинні надходити ритмічно в широкому асортименті і необхідній кількості;
- кількість товарів і частота їх завезення повинні визначатися типом і потужністю підприємства;
- джерела постачання і найбільш ефективні форми і методи товаропостачання повинні визначатися з урахуванням складності асортименту, обсягами випуску товарів та територіальною віддаленістю від постачальників;
- величина партій завезення повинна визначатися залежно від наявних товарних запасів, обсягів односторонньої реалізації і встановленої періодичності завезення;
- система товаропостачання повинна забезпечувати мінімальні затрати на завезення і зберігання товарів у роздрібній торговельній мережі.

Раціональна організація товаропостачання роздрібною торговельною мережею з урахуванням вищеперерахованих вимог повинна базуватися на таких принципах: плановість, безперебійність, ритмічність і економічність.

Плановість постачання вимагає, щоб товари в магазин завозились за графіками, що визначають частоту, періодичність доставки окремих товарів і оптимальні розміри партій, які підлягають завезенню в торговельні підприємства.

Безперебійність постачання передбачає регулярну доставку товарів у пункти продажу в кількості й асортименті, які забезпечують постійну наявність у магазинах необхідних товарів.

Ритмічність завезення товарів передбачає періодичне поповнення запасів за певних умов: за рівномірного попиту товари завозяться через рівні проміжки часу; за дискретного попиту – при досягненні певного мінімуму запасів.

Раціональність товаропостачання передбачає мінімізацію коштів на його організацію, тобто економічність товаропостачання.

4. Ефективні форми і методи товаропостачання

Товаропостачання роздрібною торговельною мережею може здійснюватися з різних джерел: виробничих підприємств, оптових баз, комерційних посередників тощо.

Залежно від порядку завезення товарів у роздрібну торговельну мережу розрізняють дві форми товаропостачання магазинів – транзитну і складську.

Транзитна форма товаропостачання передбачає завезення товарів безпосередньо в роздрібну торговельну мережу, минаючи склади оптових баз. Транзитна форма товаропостачання застосовується головним чином для товарів простого асортименту, які не потребують додаткового підсортування.

З використанням транзитної форми товаропостачання магазинів прискорюється просування товарів, скорочуються витрати на навантажувально-розвантажувальні роботи, зменшуються розміри втрат товарів. Однак транзитна форма не завжди є економічно виправданою, тобто магазини повинні приймати від підприємств промисловості великі партії товарів у вузькому виробничому асортименті в невідсортованому вигляді.

Складська форма передбачає товаропостачання магазинів зі складів оптових баз. За цією формою постачання склади оптових баз, отримуючи великі партії товарів від різних спеціалізованих виробничих підприємств, забезпечують їх зберігання і здійснюють усі необхідні операції з підбиранням асортименту товарів до роздрібною торговельною мережі. При постачанні невеликих неспеціалізованих магазинів товарами складного асортименту часто найбільш прийнятною є складська форма товаропостачання.

Товаропостачання магазинів може здійснюватися різними методами: децентралізованим (самовивіз) і централізованим.

Децентралізований метод передбачає виконання транспортно-експедиційних операцій силами і засобами роздрібних торговельних підприємств, тобто всі операції із завезення товарів, починаючи з пошуку транспорту, роздрібні підприємства виконують самостійно.

Централізована доставка товарів здійснюється силами і засобами постачальників або транспортних підприємств за замовленнями магазинів у передбачені графіком терміни. При цьому всі транспортно-експедиційні операції виконуються, як правило, централізовано, без участі представників роздрібною торговельною мережі.

Централізовану доставку застосовують за складською і транзитною формами товаропостачання торговельною мережею. Вона може здійснюватися підприємствами промисловості, оптовими базами чи транспортними підприємствами.

Прогресивний характер централізованої доставки товарів полягає в забезпеченні планового постачання магазинів за встановленими графіками.

Централізована доставка здійснюється відповідно до поточних замовлень магазинів, в яких на

спеціальних бланках вказується: номер магазину, його адреса, асортимент і кількість товарів, що підлягають завезенню, фактично відпущена кількість.

Доставка товарів за централізованим завезенням товарів здійснюється за завчасно складеними графіками і маршрутами.

Графік доставки – це розклад, в якому вказується, в які дні і години товар буде доставлятися в магазин.

На основі замовлень і графіків складаються маршрути доставки товарів у роздрібну торговельну мережу.

Маршрут – це шлях руху транспортного засобу, який визначає послідовність завезення товарів у магазини, розроблений з урахуванням мінімальних транспортних витрат.

У практиці торгівлі розрізняють два види маршрутів: маятниковий і кільцевий.

За маятниковим маршрутом товар на повністю завантаженому автомобілі доставляється в один магазин, після цього автомобіль повертається до постачальника, завантажується і направляється в інший магазин.

За кільцевим маршрутом повністю завантажений автомобіль доставляє одним рейсом товари в кілька магазинів, що знаходяться на шляху його руху.

Доцільність вибору того чи іншого виду маршруту визначається необхідністю максимального зниження витрат на доставку товарів.

Важливою умовою підвищення ефективності товаропостачання роздрібної торговельної мережі є створення інформаційно-диспетчерських служб у роздрібних торговельних підприємствах та на оптових базах. Основними завданнями ІДС є: оперативний контроль за забезпеченістю магазинів товарами; організація ритмічного завезення товарів відповідно до договорів, замовлень і графіків; підвищення відповідальності працівників магазинів, оптових баз, підприємств за організацію товаропостачання торговельної мережі.

ІДС дозволяють значно поліпшити організацію торгівлі, більш раціонально використовувати наявні товарні ресурси, вживати своєчасних заходів щодо завезення недостатніх товарів, ефективніше використовувати робочий час працівників торгівлі.