

Тема лекции 15. Организация и управление процессами товародвижения

1. Понятие процесса товародвижения в торговле.

2. Каналы товародвижения.

3. Организация и управление процессами товародвижения.

1. Товародвижение в торговле - это процесс перемещения товара от компании-производителя до конечного потребителя. Этот процесс является неотъемлемой частью деятельности всех торговых предприятий. Для того, чтобы грамотно организовать товародвижение от начального этапа до завершающего, необходимо уметь решить множество вопросов, как экономического, так и организационного характера.

По сути своей, товародвижение - это немалый сегмент области логистики. Потому что основной частью процедуры является физическое перемещение товара со склада фирмы-изготовителя до склада розничной компании.

Чтобы процесс товародвижения проходил гладко, необходимо тесное взаимодействие всех звеньев цепи на всех его этапах. Доставка товара до потенциального покупателя должна проходить точно в срок, обозначенный в свое время производителем. Для того, чтобы продукция пользовалась спросом, производителем была проведена обширная рекламная кампания. А если не обеспечить достаточное количество продукта на торговых стойках из-за задержки поставок по тем или иным причинам, конечный потребитель вполне возможно обратит свой взор на аналогичный товар конкурирующей фирмы.

Обработка заказов. Это то, с чего начинается товародвижение товара на предприятии. Заказы, полученные фирмой-производителем их различных каналов (интернет, телефон, торговые представители), обрабатываются специализированным отделом и вносятся в базу данных для формирования накладных. Это могут быть различные программные комплексы, такие как 1С. Далее данные передаются в бухгалтерию, которая формирует по ним платежные документы: счета-фактуры.

Вся документация и информация по заказу в дальнейшем поступает на склад, где товар готовится к отгрузке, согласно указанным в заказе наименованиям и в нужном количестве. В наше время развитых технологий этот процесс происходит быстро, и от момента заказа до готовности его к отгрузке может пройти не больше одного дня. Это значительно экономит время и минимизирует возможные издержки.

Складирование. Для своевременного обеспечения покупателей необходимой продукцией у производителя должна быть четко налажена система складского хранения и учета. Чем крупнее оборот предприятия, тем больше у него может быть складов. Чем больше у него складов, тем быстрее товар будет доставлен в розницу. Помимо количества складских помещений,

производителю так же стоит учесть и скорость работы на их территориях. Сейчас все больше организаций переходят на высокотехнологичные автоматизированные склады с современными погрузчиками, управляемыми в основном только лишь программой, которая в автоматическом режиме, согласно поступившему заказу, дает машинами сигнал, какой товар нужен и в каком количестве. Товар собирается по складу и помещается на торговые платформы. Такие системы сейчас не по карману некрупным организациям, но со временем все новое становится доступным как по цене, так и по возможности приобретения. Старый добрый человеческий труд, конечно, никто не отменял, но времени на работу, таким образом, затрачивается больше. К тому же, автоматизированные склады минимизируют риски получения травм при работе с тяжелым грузом.

Поддержание товарных запасов. Не меньшую роль, чем оборудованные склады, играет и рациональное поддержание товарных запасов на них. Расчет производится исходя из регулярного спроса, сезонности, праздничных дат и еще немало количества других факторов. Если склад будет перетарен, у товара, к примеру, попросту начнет истекать срок годности (если речь идет о скоропортящемся продукте). К тому же перенасыщенность товаром на складах увеличивает затраты на его содержание: производителю приходится задействовать новые складские площади для хранения вновь привезенного товара при том, что на полках еще в большом количестве лежит старый. Если же продукции на складе наоборот не хватает, это значит, что предприятие не может должным образом удовлетворить потребности покупателей. Как минимум, это чревато потерей клиентуры, а также возрастанием расходов связанных со срочностью дополнительного производства и доставки.

Транспортировка. Выбор вида транспорта играет чуть ли не ключевую роль в товародвижении. От скорости доставки, ее стоимости и качества зависит, в том числе и конечная цена товара, которая, как известно, зачастую играет определяющую роль в принятии решения о покупке.

Существует пять возможных видов транспорта, которым может быть доставлена продукция:

Автомобильный транспорт. Хорош тем, что выбор среди компаний-перевозчиков сейчас большой, соответственной, и ценовая политика в этой области достаточно гибкая. Плюс еще в том, что грузовые перевозки могут совершаться достаточно часто и по различным маршрутам, в отличии, например, от железнодорожных. Минус чем короче маршрут, тем безопаснее поездка.

- Железнодорожные перевозки. Рентабельны, когда речь идет о дальних расстояниях и определенных видах груза: сельхоз продукция, сыпучие материалы, топливо, продукты лесной промышленности. Минус - сроки доставки.

- Водные виды транспорта. Хорош в населенных пунктах, где есть прибрежные воды или развиты воднотранспортные пути. Привлекателен большой грузоподъемностью, но очень медленный и его передвижение зависит от погодных условий.

- Трубопроводный транспорт. Предназначен для перегона сырых топливных продуктов: газ, нефть. По стоимости занимает промежуточное место между железнодорожными перевозками и водным транспортом.

- Воздушный транспорт. Самый дорогой вид перевозок, но при этом самый быстрый. Высокой грузоподъемностью не отличается, но очень рекомендован для доставки товара на дальние расстояния.

2. Каналы и схема товародвижения

Каналы товародвижения - это путь, по которому товар проходит от производителя к конечному потребителю. В зависимости от масштабов производства и характеристики продукции, различают прямые каналы товародвижения и косвенные. В первом случае товар идет напрямую от производителя в магазин. Во втором присутствуют промежуточные звенья: дистрибьюторские компании, посредники. Договоренность о поставках может быть как в устной форме, так и оформленная договорными отношениями. Чем больше предприятие, тем больше бумаг.

Если говорить простым языком, то схема товародвижения может выглядеть следующим образом:

- ✓ Прямые каналы: производитель - магазин.
- ✓ Косвенные каналы: производитель-дистрибьютор-магазин; производитель-дистрибьютор-розничная сеть-магазин.

Существует два параметра каналов товародвижения: длина товародвижения и его ширина. Первое означает количество звеньев цепи, отвечающих за движение товара. Второе - количество участников процесса в каждом звене.

Компания-производитель вправе пользоваться услугами неограниченного числа посредников, дабы расширить возможности сбыта продукции. В некоторых случаях посредникам дается эксклюзивное право предлагать определенный товар. Обычно это оформляется эксклюзивным соглашением. Почему выгодно иной раз перепоручить посредникам продажу продукции в розницу? Да очень просто. Таким образом компании расширяют рынок сбыта и минимизируют затраты на складское хранение.

3. Организация и управление товародвижением

Сам процесс движения товаров представляет собой нехитрую последовательность:

- перемещение товаров от производителей на склад оптовых организаций.
- складское распределение товара.
- снабжение продукцией розничные торговые точки.
- продажа товара непосредственно покупателю.

Все этапы процесса важны как и в совокупности, так и каждый в отдельности. Неграмотно организованная работа хотя бы на одном из них может негативно повлиять на работу всей цепочки в целом. Поэтому основой товародвижения всегда было, есть и будет тесное взаимодействие представителей всех проходимых инстанций. Процесс должен проходить бесперебойно и безошибочно.

Формы товародвижения

В зависимости от масштабов производства и характера выпускаемой продукции, выделяют две формы движения товаров:

- Транзитная. Эта форма подразумевает собой доставку товара со склада компании-производителя напрямую в розничные торговые точки. К такой продукции относятся, например, хлебобулочные изделия, молочные продукты, колбасные изделия, а также продукты крупного производства: мебель, бытовая техника, автомобили.

- Складская. Данная форма наиболее распространена, так как большинство продукции, приобретаемой покупателями, состоит именно из товаров, имеющих широкую сеть распространения и нуждающихся в дополнительных складских помещениях, а также в организациях-посредниках, помогающих производителю реализовать большие объемы товаров.

Управление товародвижением

Контролировать процесс товародвижения на всех его стадиях - задача не из легких. Еще на этапе производства необходимо продумать, как именно будет происходить процесс: обусловлено ли производство возрастанием спроса, необходимо ли задействовать сторонние организации для помощи в реализации выпускаемой продукции, какие затраты потребуют логистические процессы.

К организации товародвижения должен предприниматься только комплексный подход. Все вышеописанное является почти прямой инструкцией к тому, с чего нужно начать продумывать процесс. Нюансов в управлении товародвижением очень и очень много: здесь может играть роль человеческий фактор, причем как положительную, так и отрицательную (например - нехватка человеческих ресурсов или неквалифицированность персонала). Можно ошибиться в выборе транспортной компании или самого вида транспортировки. Изучением возможных издержек должны заниматься экономические и аналитические отделы. И только потом, на основании результатов, полученных в результате проведения тех или иных исследований, стоит запускать сам процесс.

Анализ товародвижения

Заключительной частью почти всех экономических процессов является анализ его эффективности. Грамотно ли было построено управление товародвижением? Много ли ошибок было допущено при его организации? В чем их возможная причина? Каковы убытки? Дошел ли товар до конечного потребителя? И наконец, остался ли довольным покупатель?

Каждый этап нуждается в анализировании. Это поможет избежать в будущем допущенных ошибок и усовершенствовать технологию процесса. Анализ также необходим, чтобы выявить потребность в перемене схемы движения товаров. Например, изначально планировалось обойтись без участия посредников. Но впоследствии выяснилось, что склад розничной торговой точки перегружен, а продукцию хотят видеть на своих прилавках магазины другого региона, в котором у компании-производителя нет представительства. Наилучший выход - найти подходящего дистрибьютора.

Это обойдется гораздо дешевле, чем открывать филиал: не потребуются затрат на открытие офиса, складов, привлечения персонала.

Все данные, полученные в результате анализа, будут систематизированы и ясно покажут общую картину, которая даст четкое представление о правильности ли неправильности произведенных действий.

Контрольные вопросы:

1. Понятие процесса товародвижения в торговле.
2. Каналы товародвижения.
3. Организация и управление процессами товародвижения.