

## ДОСЛІДЖЕННЯ ТОВАРНОГО РУХУ В МЕРЕЖАХ ЗБУТУ ПРИ РОЗПОДІЛІ ПРОДУКЦІЇ НА РИНКУ

Студ. Кірпіченко Ю.С.  
Наук. керівник доц. Яренко А.В.  
Київський національний університет технологій та дизайну

Мережі збуту утворюють роздрібні магазини, через які фірми продають свою продукцію, задовольняючи потреби споживачів. У внутрішньому середовищі фірми здійснюються наступні операції управління товарним рухом: обробка замовлень покупців; контроль якості виробів, отриманих від постачальника і відправлених на склади; підбор товарів на замовлення покупців і формування оптимальних транспортних партій вантажу; пакування товарів у відповідності з вимогами транспортних служб; оформлення митних документів та страховок при здійсненні експортних та імпорتنих операцій; відвантаження та контроль за рухом вантажів.

Товарний рух є не лише джерелом витрат. Це також потенційний засіб створення попиту. Вдосконалюючи систему товарного руху, можна пропонувати більш високий рівень обслуговування і тим самим розширювати коло клієнтів. Слід зазначити, що системи товароруху створюють канали, види яких відповідають видам каналів товароруху. Система товароруху забезпечує доставку товарів широкого вжитку до місць продажу, а для товарів виробничого споживання - до місць установки у визначений час з максимально можливими зручностями для споживачів. Тобто метою товароруху є забезпечення постачання потрібних товарів у певне місце у визначений час з мінімальними витратами. До факторів, які визначають рівень обслуговування клієнтів, можна віднести:

- оперативність виконання замовлень;
- можливість термінової доставки товару за спеціальними «гарячими» замовленнями;
- готовність прийняти і замінити поставлений неякісний товар у мінімальні терміни;
- забезпечення відвантажень різних за обсягом оптових партій;
- здатність вибирати для виконання замовлень найефективніші види транспорту;
- висока ефективність служби збуту;
- вартість надання послуг;
- раціональна складська мережа;
- достатній рівень запасів товарів, запасних частин;
- спроможність приймання нових замовлень;
- регулювання асортименту товарів;
- стабільність постачання;
- надання інформації про хід виконання замовлень.

Під стандартами товарного руху розуміють чітко визначені вимоги, що визначають рівень обслуговування замовника. Кожна фірма сама розробляє свої стандарти товарного руху. Наприклад, вони можуть бути наступними: протягом тижня виконувати щонайменше 95% отриманих заявок на постачання товару; виконувати отримані замовлення з точністю до 99%; на протязі трьох годин давати відповіді споживачам про стан справ щодо виконання їх замовлень; добиватися, щоб кількість ушкодженого в процесі доставки товару не перевищувала 1%.

Треба не забувати, що останнім часом особливу увагу працівників, які займаються товарним рухом, привертають питання правильної маршрутизації та сегментації клієнтів. Причина проста – зростання цін на паливо, та вартості доставки. Правильно складений маршрут для правильно підбраного розміру вантажівки, яка йде до відповідного типу клієнтів є дуже важливим питанням виходячи із теперішніх обставин на ринку.