

УДК 351. 82: 658.6 (574)

Кенжебаева Гаухар Жумашевна – к.т.н., доцент (г. Алматы, Казахская академия транспорта и коммуникаций им. М.Тынышпаева)

Мадиева Айгерим Нурбеккызы – магистрант (г. Алматы, Казахская академия транспорта и коммуникаций им. М.Тынышпаева)

СИСТЕМА РАСПРЕДЕЛЕНИЯ ТОВАРОВ В ТОРГОВЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ ПО Г. АЛМАТЫ

Правильно построенная система распределения товаров позволяет оптимизировать процесс товародвижения от производителя к потребителю.

Одним из наиболее сложных решений, на основе которых базируется управление распределением товара, является выбор канала распределения. Под каналом распределения понимают совокупность звеньев логистической цепи, с помощью которой реализуется доставка товара от поставщика к потребителю.

Эффективная система распределения товаров использует максимальное количество каналов распределения. Это делает структуру торгового предприятия более гибкой и расширяет его возможности. Среди каналов распределения выделяют три вида: прямые; косвенные; смешанные.

Для прямых каналов распределения характерно непосредственное сотрудничество между поставщиком и заказчиком. Чаще всего их используют представители малого и среднего бизнеса, не работающие через сеть посредников.

Управление распределением товара через косвенные каналы базируется на работе через сеть посредников, что позволяет повысить конкурентоспособность поставляемых товаров. Такая схема подходит для крупных торговых сетей, которые хотят поднять уровень своего влияния в определенных рыночных сегментах, повысить товарооборот и качество обслуживания потребителей.

В смешанных типах гармонично соединены как прямые, так и косвенные каналы распределения товаров. Такие методы подходят для крупных товаропроизводителей, которые одновременно работают через посредников и собственных дистрибьюторов.

Основные преимущества канала распределения – возможность увеличивать долю прямых закупок у поставщиков через собственные распределительные центры, добиваясь более выгодных условий и, как результат, увеличивая показатели валовой рентабельности.

Предприятия «Interfood», «Скиф Трейд» и «Рамстор Казахстан» действующие в г. Алматы используют прямой канал распределения через распределительный центр, представленный на рисунке 1.

Прямой канал товародвижения предполагает перемещение товаров и услуг непосредственно от производителя к потребителю, минуя независимых посредников, т.е. прямо в магазины. Такая система позволяет контролировать весь процесс, обеспечивает тесный контакт с потребителем, а, следовательно, более полную информацию о его вкусах и привычках.

Поставщик и потребитель товаров представляют собой две микрологистические системы, связанные между собой логистическим каналом распределения.

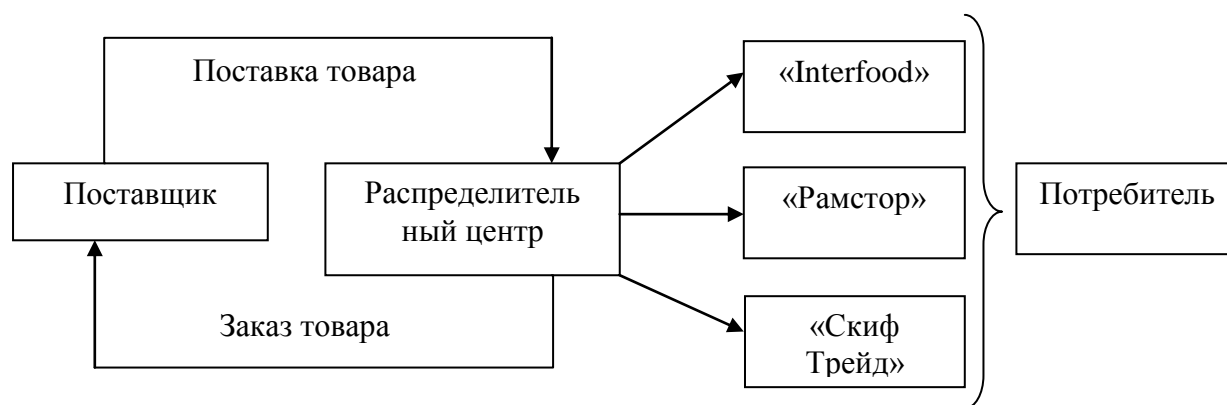


Рисунок 1 – Распределение товара в торговые предприятия г. Алматы

Процесс распределения как видно из рисунка 1 происходит следующим образом: поставщик привозит заказываемые товары на распределительный центр, из которого с помощью собственного транспорта осуществляется доставка в магазины [1].

После того как продукция поступит она проходит стадии товародвижения внутри магазина. Товародвижение представляет собой совокупность последовательных и взаимосвязанных операций, которые обеспечивают доведение товаров до конечных потребителей. Оно включает следующие операции, представленные на рисунке 2.

Закупочная деятельность оказывает существенное влияние на всю торговую деятельность магазина. Перед осуществлением закупки рассматриваются следующие вопросы:

- изучается потребительский спрос;
- определяются потребности в товарах;
- выявляются источники поступления товаров, и происходит выбор поставщиков;
- устанавливаются хозяйственные связи с поставщиками [2].

Из рисунка 2, можно увидеть, как процесс товародвижения берет начало с закупки товаров, то есть под ним подразумевается оформление договорных документов (договор на поставку товара, контракт на закупку), оформление заказа поставщику (планирование заказов, формирование заказа поставщику).

Контроль выполнения заказов - доставка товара на распределительный центр, выполнение заказов контролируется еженедельно отчетом «Анализ заказов», в котором содержится полная информация заказа (номер заказа, дата заказа, поставщик, дата поставки и номер накладной (если поставка произведена), артикулы и наименования товаров, участвующих в заказе, количество заказанного товара, количество поставленного товара, процент выполнения заказа по количеству, сумма заказанного товара, сумма поставленного товара, сумма недостачи, процент выполнения заказа по сумме. Следующий этап доставка и прием товара проверяется комплектность и правильность оформления сопроводительных документов (товарно-транспортная накладная, счет-фактура, сертификат, удостоверение качества). Менеджер по приему товара начинает приемку, только при наличии полного комплекта правильно оформленных документов. Если документация предоставлена в полном объеме и правильно оформлена, то приходной накладной оператор базы данных присваивает статус «принят на складе». Подпись и штамп о приеме товара ставятся на товарно-транспортную накладную. Принимаемый товар палетируется по видам товара (соответственно секциям) на дебаркадере. После того, как товар принят, документы передаются Оператору ввода данных для формирования приходной накладной в Торговой системе. Приходная накладная должна создаваться только на основании заказа. Спецификацию и цены необходимо заполнять автоматически из документа, являющегося основанием данной приходной накладной.

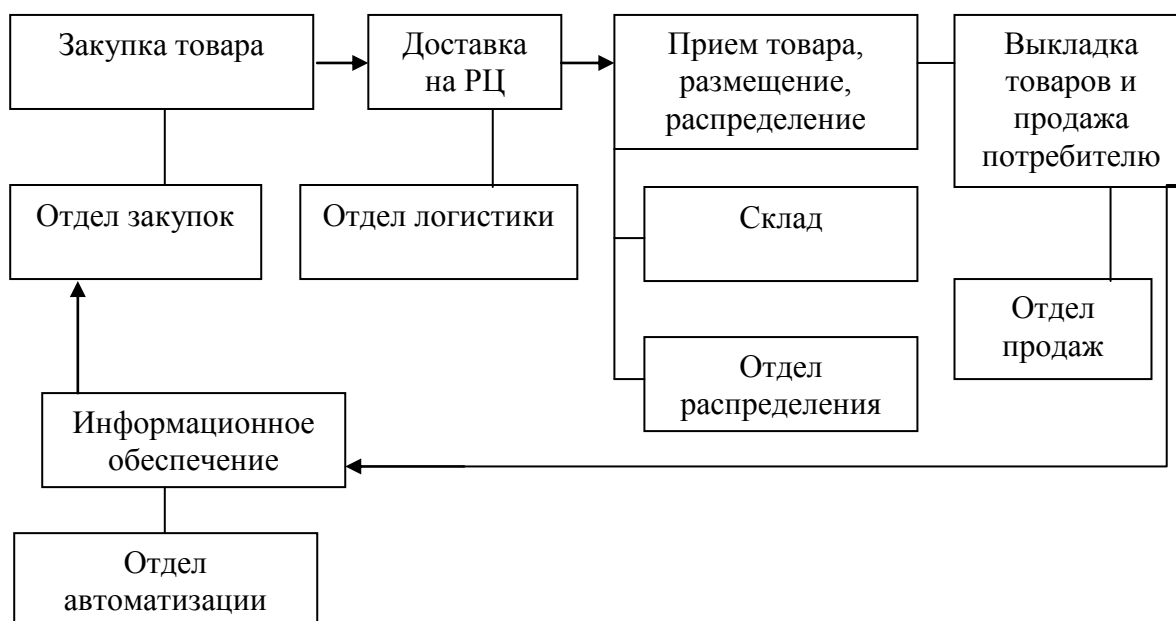


Рисунок 2 – Бизнес-процесс товародвижения на примере супермаркета «Interfood»

Оформленная приходная накладная должна быть переведена в статус «принят полностью». Перемещение товаров между торговыми объектами сети может быть инициировано менеджером торговой организации. Контроль над перемещением продукции собственного производства возлагается на начальников подразделений собственного производства. Каждый участник перемещения на своем этапе несет дисциплинарную ответственность.

Розничная реализация товара происходит через контрольно-кассовый аппарат, путем считывания штрих-кода товара. Кассиру запрещено идентифицировать товар любым другим способом, кроме как с помощью штрих-кода.

При принятии решения о снятии товара с реализации, заведующий секцией обязан организовать перемещение товара в специально отведенное место, недоступное для покупателя. В торговой системе оформляют накладную на перемещение из места хранения «Магазин» в место хранения «Склад возврата», с указанием количества товара, перемещаемого на «Склад возврата». Накладной на перемещение присваивают статус «отправлен». В накладной может быть любое сочетание товаров и от любого поставщика [3].

Товарооборот торговых предприятий за 2016 г. составляет (рис.3):

- ТОО СКГП «Interfood» - 55,8 млн. тг, что составляет 0,8% долю сегмента рынка;
- ТОО «Скиф Трейд» - 1235,8 млн. тг., что составляет 15,8% долю сегмента;
- ТОО «Рамстор Казахстан» - 2894,2 млн. тг., что составляет 36,9% долю сегмента

(рис.4).

Предприятия «Interfood» использует принцип «бережливой логистики», предполагающая вовлечение сотрудника и максимальную ориентацию на потребителя. Развитие инструментов «бережливой логистики» заключаются в высокоэффективном построении бизнес-процессов, распределение функционала и приоритетов логистики.

Например, каждый автомобиль компании «Interfood» оснащен современным оборудованием, таким как электронные самописные установки, GPS-навигация для водителя-экспедитора и для менеджеров по транспорту, отслеживающих передвижение груза. Внутри компании работа построена таким образом, что у каждого сотрудника есть свой собственный функционал, но при этом задачи перетекают из одной в другую.

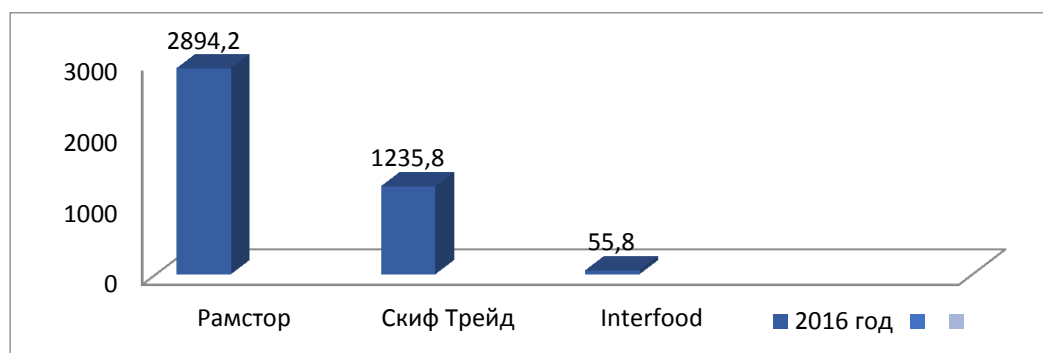


Рисунок 3 – Объем товарооборота торговых предприятий за 2016 год

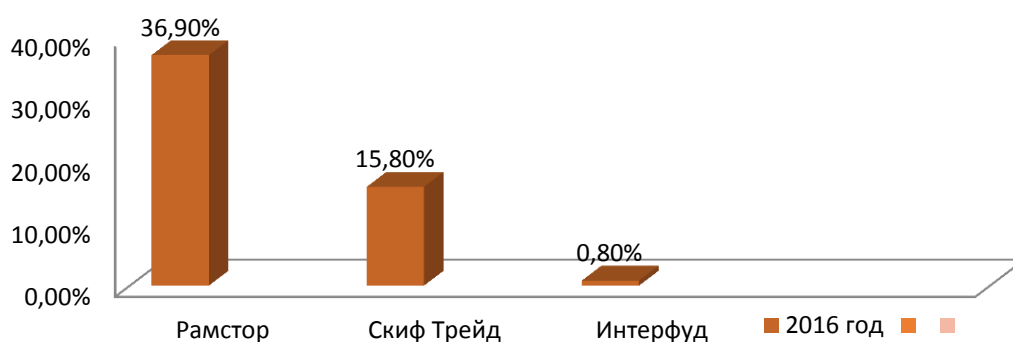


Рисунок 4 – Доля исследуемых предприятий в сегменте рынка

Так, если в течение суток в данном регионе не находится возможность загрузки автомобиля, то он передается в другую службу, которая ищет возможности загрузки у сторонних поставщиков, чтобы исключить простой транспорта. В одном автомобиле содержится продукция для нескольких магазинов, находящихся по пути следования и у каждого магазина водитель должен появиться в определенное время, указанное менеджером компании заранее [4].

В заключение, хотелось бы отметить, что необходимость применения системно-логистического подхода к торговой сфере связана с тем, что именно торговля в рыночных условиях регулирует хозяйственные отношения по всей цепочке поставок от производителей пищевых продуктов до их конечных потребителей.

Необходимость совершенствования функционирования логистических систем в сетевой розничной торговле обусловлена динамичным развитием торговли в последние годы: выручка торговых организаций демонстрирует один из самых высоких темпов роста, который составляет 24,2%, уступая только финансовым услугам, строительству и образованию.

ЛИТЕРАТУРА

1. Гаджинский, А. М. Логистика: учебник / А. М. Гаджинский. - 15-е изд., перераб. и доп. - М.: Дашков и К, 2012. - 472 с.
2. Канке А.А. Основы логистики: учебное пособие / А.А. Канке, И.П. Кошечкина. М.: КНОРУС, 2015. - 576 с.
3. Учет товародвижения в торговой организации [Электронный ресурс]. – Режим доступа. <https://delovoyumir.biz/uchet-tovarodvizheniya-v-torgovoy-organizacii.html>
4. Справка об основных проблемах развития торговли в РК и пути их решения [Электронный ресурс]. - Режим доступа. <http://gazit.ru/spravka-ob-osnovnih-problemah-razvitiya-torgovli-v-rk-i-puti-i.html>
5. Изтелеуова М.С. Транспортная логистика: учебник/ М.С. Изтелеуова. – Алматы, 2011. - 293 с.