**Реферат на тему:**

**Суть та елементи товароруху**

**Товарорух -** це система, яка забезпечує фізичне переміщення товарів і послуг від виробника до споживача, зокрема транспортування, зберігання, здійснення угод, передачу права власності, управління каналами збуту та сервісне обслуговування.

Політика фірми в галузі розміщення та збуту стосується завдань, що взаємозв'язані з тими каналами збуту, по яких товар надходить до кінцевого споживача. Головним завданням цієї політики є оптимальне формування системи розподілу. При цьому, йдеться перш за все про наступні рішення політики розподілу:

· визначення тих каналів збуту або напрямків продажу, по яких товар або послуга надходять до кінцевого споживача;

· рішення про маркетингову логістику, тобто про питання найкращого розподілу товарів (фізичний розподіл);

· визначити способи перевезення, засоби транспортування, місцезнаходження складів постачання та збуту.

Головними напрямками політики розподілу, що витікають з маркетингових цілей є:

· доля обігу, доля ринку;

· ступінь розподілу;

· витрати на розподіл;

· імідж каналу збуту.

Зусилля всіх учасників товароруху об'єднані загальним прагненням забезпечити легко доступність товарів і послуг на ринках збуту через ефективний розподіл та збут, заручитися лояльністю споживача й одержати відповідні прибутки.

   Система товароруху складається з ***внутрішніх*** (збутові підрозділи фірми; служба сервісу; фірмові магазини) та ***зовнішніх*** (фірми, що забезпечують перевезення; посередники та їх склади; збутова мережа (магазини) елементів.

**Основні функції внутрішніх елементів системи товароруху*:***

1. Оброблення замовлень покупця.

2. Технічний контроль виробів, одержаних від постачальників.

3. Формування партій товарів на замовлення покупців.

4. Зберігання продукції.

5. Формування оптимальних транспортних партій.

6. Упакування продукції відповідно до вимог транспортних і. складських служб.

7. Оформлення митних документів і страхування.

8. Відвантаження і контроль за рухом вантажів.

9. Обслуговування в процесі експлуатації.

**Основні елементи маркетингової політики розподілення і товарного руху.**

|  |  |
| --- | --- |
| **Елементи**  | **Коментарії**  |
| Термін поставки  | Час з моменту замовлення до моменти його виконання.  |
| Надійність поставки  | Здібність підтримувати необхідні для швидкого задоволення потреб клієнта, що виражається у товарних запасах.  |
| Точність виконання замовлення  | Ступінь відповідності отриманого клієнтом товару (специфікація замовлення).  |
| Доступність інформації  | Здатність фірми відповідати на запит щодо стану виконання замовлення і наявності товару.  |
| Пошкодження  | Вимірювач фізичного стану товару, який доставляється клієнту.  |
| Легкість  | Легкість організації замовлення, повернення, коректування, кредитування, виписки платіжних документів щодо товарів та послуг.  |
| Додаткові послуги  | Централізована доставка, інформування, упаковка товарів, комплектування партій.  |

  **Ефективність товароруху визначається такими чинниками:**

· швидкість виконання замовлення;

· можливість термінової поставки товарів на спеціальне замовлення;

· готовність прийняти поставлений товар при виявленні дефектів і заміна у найкоротші строки якісним;

· забезпечення різних за величиною партій відвантаження на бажання покупців;

· наявність ефективних транспортних засобів, служби сервісу, складської мережі;

· достатній рівень запасів;

· гнучкість цін, за якими надаються послуги товароруху покупцям.