

РОЗНИЧНАЯ ТОРГОВЛЯ И ЕЕ ФУНКЦИИ**Хоанг Чонг Хый, Чиеу Дык Куан****Научный руководитель – Якимова Т.Б*****Томский политехнический университет***

Любой товар должен с минимальными издержками и как можно быстрее дойти до потребителя, наиболее полно удовлетворить потребности клиента- потребителя, обернуться в деньги, обеспечить прибыль предприятию, как залог его будущего процветания. Для того, чтобы слаженно действовал весь механизм товародвижения и извлечения максимальной прибыли на всех уровнях, необходимо, чтобы товар нашёл своего покупателя. Все это зависит от работы розничной торговли этого предприятия.

Розничная торговля – любая деятельность по продаже товаров или услуг непосредственно конечным потребителям для их личного некоммерческого использования. Розничная торговля влияет на развитие производства, обеспечивает его непрерывность и согласованность, дает возможность наиболее эффективно использовать материальные ресурсы для удовлетворения потребностей населения. Важную роль торговля играет в экономических связях между городом и деревней, между промышленностью и сельским хозяйством. В отличие от оптовой торговли - товар, купленный в системе розничной торговле, не подлежит дальнейшей перепродажа (согласно действующему законодательству), а предназначен для непосредственного использования. Субъектами процесса розничной торговли являются продавец и покупатель.

Функции розничной торговли и условия работы в ней определяются непосредственным контактом с конечным потребителем: розничный торговец должен предоставлять потребителям такую продукцию, которая лучше всего удовлетворяет их нужды и соответствует их вкусам. Следовательно, закупка товаров и формирование ассортимента представляют собой весьма нелегкую задачу для розничного торговца; он должен следить за запросами своих покупателей и угадывать их вкусы в момент размещения своих заказов. Производитель товаров получает сведения об изменении спроса именно через розничного торговца. Здесь важно верно истолковать желания покупателей, чтобы избежать ошибок, как в определении объема, так и его распределении по видам продукции.

В свою очередь розничный торговец должен учитывать рекламную деятельность производителей продукции, которая оказывает непосредственное воздействие на потребителей при выборе товаров. Сам торговец также информирует своих покупателей об особенностях и качестве продаваемых товаров; эта функция приобретает особую важность в современном обществе, поскольку все больше новых товаров появляется на рынке.

Возможности сбыта, которыми располагает розничный торговец, зависят, естественно, от того, насколько запас товаров, которые он может предложить покупателям, соответствует их запросам, формирующимся под воздействием рекламы. Однако эти возможности зависят и от других факторов, влияющих на выбор покупателями того или иного магазина. В своей совокупности они образуют то, что мы называем услугами, предоставляемыми покупателям. Эти услуги, которые представляют собой специфическую продукцию розничной торговли, имеют сложный состав; они включают в себя как элементы, относящиеся к самим товарам (продажная цена, качество, ассортимент), так и другие, не менее важные элементы, которые касаются условий продажи: место расположения магазина и удобная дорога к нему, наличие стоянки для автомобилей внутреннее оформление магазина и выкладка

товаров, часы работы, личные отношения покупателей с владельцем магазина или с продавцами и т.д. Подобного рода услуги не предоставляются всеми розничными торговцами единообразно, по одному образцу: одни делают ставку на привлечение покупателей доступными ценами, другие повышают качество предоставляемых услуг, третьи стремятся открывать магазины поближе к месту проживания покупателей.

Чтобы все это реализовать, розничная торговля должна обеспечивать выполнение следующих функций:

- исследует конъюнктуру, сложившуюся на товарном рынке;
- определяет спрос и предложение на конкретные виды товаров;
- осуществляет поиск товаров, необходимых для розничной торговли
- с учетом реальных потребностей формирует ассортимент товаров и оказываемых услуг, организуя поставки от широкого круга поставщиков;
- производит оплату поступивших товаров;
- осуществляет различные операции по приемке, хранению, маркировке товаров, устанавливает на них цены;
- оказывает поставщикам и покупателям транспортно-экспедиционные, консультационные, рекламные, информационные и другие услуги;
- участвует в продвижении товаров на рынок, что обеспечивается благодаря рекламе, стимулированию продаж, а также непосредственной работе работников торговли с покупателями.

В процессе коммерциализации любой экономики особую значимость приобретает такая важная форма реализации товаров как, розничная торговля. Экономическое значение розничной торговли состоит в ускорении движения и реализации товара, а так же сохранения его количества и качества на всем пути от производства до потребителя. Социальное значение розничной торговли заключается в удовлетворении материальных, социальных и бытовых потребностей всех слоев населения, повышении уровня жизни народа, создании благоприятных условий для всестороннего развития личности. Таким образом, сокращает затрат времени на приобретение товаров и приготовление пищи и создает необходимые условия для развития рыночной экономики, технического процесса, повышение производительности труда и эффективности общественного производства.

Список литературы

1. Т.С. Бронникова, А.Г. Чернявский. Маркетинг: Учебное пособие, Таганрог: Изд-во ТРТУ, 1999.
2. Брижашева О.В. МАРКЕТИНГ ТОРГОВЛИ. Учебное пособие. Ульяновск: УлГТУ, 2007.
3. Интернет-энциклопедия: Википедия