

Əmtəələrin pərakəndə satış üsulları

Əmtəələrin topdan və pərakəndə satışının təşkili və texnologiyası ticarət müəssisəsinin kommersiya və marketing fəaliyyətinin mühüm tərkib hissəsini təşkil edir.

Əmtəələrin topdan və pərakəndə satışını təşkil etməzdən əvvəl, bilavasitə işin marketing mərhələsi həyata keçirilir, bu isə konkret əmtəələr üçün satış bazarının tapılması ilə əlaqədardır. Bu iş bütöv kompleks üsulların vasitəsilə əhalinin tələbatının və ticarət konyukturunun öyrənilməsi yolu ilə bazar imkanlarının dərinədən tədqiq edilməsinə əsaslanır.

Əmtəələrin satışına marketing yanaşması bu prosesin dörd bölməsinin işlənilib hazırlanmasını nəzərdə tutur, əmtəənin özü, onun qiyməti, paylaşdırılması (yayılməsi) və həvəsləndirmə (stimullaşdırma).

«Əmtəələr» bölməsinə məqsədli bazarda təklif olunan və firma tərəfindən hazırlanmış əmtəə çeşidi və xidmətlər dəsti daxildir. Marketingin bu bölməsində müəyyən edilmiş qaydada qeydiyyatdan keçmiş əmtəə nişanına (fabrik, ticarət markası), əmtəə qablaşdırılmasına və markalaşdırılmasına mühüm yer ayrılır. Əmtəə nişanı firmanın işinin özünəməxsusluğunu, onun texniki və ticarət siyasətini əks etdirməli, firmaya populyarlıq qazanmağa kömək etməli və bununla da bazarda əmtəə satışını təmin etməlidir.

Əmtəələrin yayılması dedikdə, firmanın, məqsədli istehlakçıların əmtəə və xidmətlərlə təmin olunmasına yönəldilmiş müxtəlif fəaliyyəti başa düşülür. Bura əmtəə hərəkətinin təşkili, o cümlədən yüklərin səmərəli nəqliyyatlaşdırılması, anbar əməliyyatları, əmtəə ehtiyatlarının idarə olunması, topdan və pərakəndə satıcıların seçilməsi aiddir.

Həvəsləndirməyə firmanın öz əmtəəsinin üstünlükləri barədə məlumatların yayılması və məqsədli istehlakçıların onu almağa inandırmaq (əmin etmək) istiqamətində apardığı fəaliyyət aiddir. Bu vəzifələrin yerinə yetirilməsində əsas vasitə - reklamdır.

Əmtəələrin satışı üzrə kommersiya işini iki mərhələyə ayırmaq olar:

- ◆ əmtəələrin topdan satışı;
- ◆ əmtəələrin pərakəndə satışı.

Bu mərhələlərdə əmtəə satışı üzrə kommersiya fəaliyyəti marketing üsullarından istifadə olunmasına əsaslanaraq həyata keçirilməlidir.

Əmtəələrin topdan satışı topdan müəssisələr (bazalar, ticarət anbarları), topdan vasitəçilər, həmçinin topdan mal dövriyyəsinin təşkilatçıları tərəfindən həyata keçirilir.

Əmtəələrin topdan satışı topdan ticarət şəbəkəsinin fəaliyyəti üçün mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Belə ki, topdan müəssisələr tərəfindən lazımi mənfəətin əldə olunmasını, pərakəndə satış müəssisələrin və ayrı-ayrı tacirlərin əmtəələrə olan tələbatının ödənilməsini və ümumilikdə əhalinin əmtəə və xidmətlərə olan tələbatının ödənilməsini təmin edir.

Kommersiya funksiyalarından biri əmtəə satışını həyata keçirmək üçün topdan müəssisələr əmtəələrin reallaşdırılmasının təqribi göstəricilərini və istiqamətlərini təyin etməlidirlər və bunu pərakəndə mal dövriyyəsinin proqnozları ilə sıx uzlaşdırmalıdırlar. Bu göstəricilərin işlənilib-hazırlanmasının əsasını tələbat, tələb, bazar tutumu üzrə marketing tədqiqatlarının nəticələri, bazar şəraitinin təhlili, topdan müəssisənin bazardakı xüsusi çəkisinin təyin edilməsi təşkil edir. İnformasiya bazası kimi marketingin informasiya sistemindən istifadə olunması, hesablamalarda isə təhlilin müasir üsullarının tətbiq olunması və müasir hesablama texnikasının istifadə olunması vacibdir, belə ki, bu göstəricilərin çox variantlılığını təmin etməyə və planlaşdırılan marketing tədbirlərindən irəli gələn fəsadları nəzərə almağa imkan verir.

Hal-hazırda alıcıların mal göndərənlərə təhkim olunması sistemi ləğv olunduğu, əmtəələrin alqı-satqısının azad surətdə həyata keçirildiyi və mağazalar üçün əmtəə satanları sərbəst surətdə seçmək şəraiti yaradıldığı bir vaxtda, pərakəndə müəssisələrdə optimal təsərrüfat əlaqələri yaradılması istiqamətində aparılan kommersiya fəaliyyətinin əhəmiyyəti daha da artır.