

## Конкурентная торговая сделка

### Trade Guide #1

В основе торговли лежит понятие торговой сделки. А для торговых организаций соответственно важным становится схема реализации конкретной торговой сделки по продаже некоторого товара потребителю.

Основные субъекты торговой сделки: **покупатель** – лицо, имеющее потребность (комплекс потребностей) и желающий удовлетворить эту потребность путем приобретения некоторого товара; **товар** – объект способный удовлетворить потребность (комплекс потребностей), предлагаемый продавцом потребителю; **продавец** – лицо, предлагающее товар в обмен на денежные средства (или иные товары).

**Торговый обмен** – это непосредственный обмен товара на иной товар или деньги.

**Торговая сделка** – это процесс подготовки, осуществления и завершения торгового обмена сопровождающийся рядом условий, обеспечивающих реализацию такого процесса.

Торговая сделка всегда может расцениваться двунаправленно (свойство симметричности торговой сделки): продавец товара одновременно является покупателем денег (иного суррогатного товара). В условиях денежной сделки, с учетом универсальности денег (сверх ликвидного универсального ресурса), для продавца товара характеристика денег как приобретаемого товара является наилучшим, т.е. для него не существует иного товара способного удовлетворить лучше его потребность в сделке в обмен на его платеж по этой сделке в виде товара. В случае денежных сделок имеет смысл рассматривать только одно направление торговой сделки – от продавца с товаром к покупателю с потребностями.

Структура торговой сделки включает три элемента: товар, потребитель и процедура. Каждый из этих элементов рассмотрен далее подробно.

## ТОВАР

### Существование и сущность товара

*Товар должен быть доступен для торговой сделки и обладать определенными качественными характеристиками.*

**Наличие товара** (квантор существования товара).

Во-первых, товар должен фактически существовать, т.е. он должен быть произведен или сконструирован и технологически отработан в производстве (работа или услуга должны быть технологически и функционально формализованы). Во-вторых, товар должен быть произведен и находится в месте продажи (или в месте хранения) или товар должен быть готов к немедленному производству. [Производство, Технология]

**«Упаковка» товара** (готовность к отгрузке/транспортировке/употреблению).

Включает: готовность к непосредственной «отгрузке» покупателю, т.е. товар должен быть упакован, промаркирован, включать инструкцию и т.п.; способ его предоставления покупателю и доставки покупателем до места потребления, а также формализацию способа его потребления (использования).

**Атрибуты продажи товара** (ценник, нахождение в зоне внимания, соответствие логики визуального выбора и т.п.)

Товар обладает дополнительными необходимыми для торговой сделки атрибутами, которые определяют публичные и особые условия его обмена, в том числе: товар должен иметь формализованный ценник; товар должен находиться в месте, где покупатель его может увидеть, идентифицировать и выбрать из ряда других; товар должен показывать особенности его приобретения.

К атрибутам продажи товара относятся иные характеристики товара, не относящиеся к его потребительским свойствам.

## Существование и сущность потребительских характеристик товара

*Товар должен обладать ценными для торговой сделки потребительскими характеристиками.*

### **Наличие потребительских характеристик.**

Товар обладает определенными характеристиками (конструкция, функционал, правила использования), определяющей его свойства и методы ценные с точки зрения потребителя (способные удовлетворить его потребности).

### **Проявление потребительских характеристик.**

Товар обладает определенной функциональностью, с помощью которой потребитель способен «удовлетворить» свои потребности. Здесь понимается не наличие, а способность товара через его определенным образом установленное использование удовлетворить потребности клиента.

### **Атрибуты потребительских характеристик.**

Потребительские характеристики товара должны обладать удовлетворяющими пользователя атрибутами, т.е. быть понятными, удобными, эффективными, эргономичными и т.д.

## Существование и сущность контракта продавца

*Возможность продажи из наличия – условия торгового обмена, предлагаемые продавцом, должны быть приемлемыми для покупателя.*

**Наличие возможности продавца совершить торговый обмен, а также наличие самих условий торгового обмена.**

Может ли товар быть продан покупателю немедленно или в течение срока, оговоренного условиями сделки, имеет ли право продавец продать этот товар, какие условия для продавца существуют касательно сделки и иные вещи, связанные с фактической возможностью и готовностью продавца осуществить сделку и в частности провести торговый обмен.

### **Формализация условий торгового обмена продавца.**

Насколько условия продавца формализованы и адекватны сделке, представляются ли они потребителю понятными, обоснованными, регулируемые, бесспорными и т.д.

### **Управляемость условий торгового обмена.**

Может ли продавец непосредственно изменить или детализировать условия торгового обмена с учетом их взаимозависимости, взаимного исключения и дополнения, изменение во времени. Может ли покупатель каким-либо образом изменить условия торгового обмена и насколько он имеет представление об управляемости условий обмена.

## ПОТРЕБИТЕЛЬ

### Существование и сущность потребителя

*Потребитель должен быть доступен для торговой сделки.*

**Наличие потребителя в месте совершения сделки** (квантор существования потребителя).

Потребитель должен присутствовать в месте и во время осуществления сделки, это означает, что должно быть лицо имеющее определенные потребности, это лицо должно осознавать возможность удовлетворения своих потребностей, осознавать себя потребителем и о нем должно быть известно продавцу (известно может быть, как конкретное лицо – продажи под клиента или известны обобщенные атрибуты профиля покупателя – продажи на рынке).

**Готовность к сделке** (наличие у потребителя явного или скрытого намерения совершить сделку).

Потребитель должен быть готов осуществить торговую сделку, он должен иметь потребности и понимать, что потребности можно удовлетворить с помощью предлагаемого товара.

**Атрибуты потребителя** (платежеспособность, личные характеристики, влияющие на совершение сделки и т.п.)

Потребитель готовый к сделке, т.е. имеющий удовлетворяемые товаром потребности должен обладать рядом иных сопутствующих обязательных или рекомендуемых атрибутов для совершения сделки, к которым можно отнести: платежеспособность, личные особенности выбора товара, личные особенности потребления, способ взаимодействия с продавцом, ответственность, роль и функции в осуществлении покупки и др.

## Существование и сущность потребностей покупателя

*Потребитель должен понимать или ощущать смысл потребностей и иметь представление о способе их удовлетворения, посредством некоторого товара или услуги.*

### **Существование реальных потребностей в основе приобретения товара.**

У потребителя должны присутствовать базовые потребности, которые он стремится удовлетворить, причем это должны быть реальные потребности, которые толкают покупателя к совершению сделки.

### **Формализация активных потребностей.**

Базовые потребности потребитель должен трансформировать в осознаваемые активные потребности (потребности, которые явно или опосредованно принимаются покупателем как те, которые он удовлетворяет приобретаемым товаром), которые принуждают его думать, с помощью чего удовлетворить их.

### **Атрибуты активных потребностей.**

Потребности покупателя должны обладать рядом специфичных атрибутов, которые непосредственно влияют на торговую сделку, это актуальность, своевременность, сила, зависимость от других потребностей, осознанность, очевидность для удовлетворения (понимание того что потребность можно удовлетворить и как это сделать), позиция в рамках системы личностных ценностей и иные.

## Существование и сущность контракта потребителя

*Возможность приобретения по наличию – условия торгового обмена, ожидаемые покупателем, должны быть приемлемыми для продавца.*

Наличие возможности потребителем совершить торговый обмен, а также условия торгового обмена.

Потребитель должен иметь возможность совершить сделку, т.е. он должен знать о наличии товара и наличии продавца, быть готовым в данный момент или в течение некоторого срока сделки совершить обмен, иметь понимание о собственных условиях торгового обмена.

### **Формализация условий торгового обмена потребителя.**

Потребитель должен понимать на каких условиях он готов совершить торговый обмен, какие это условия и что они означают для сделки (например, в зависимости от его условий, ухудшится ли товар или условия сделки со стороны продавца).

### **Управляемость условий торгового обмена.**

Может ли покупатель непосредственно изменить или детализировать условия торгового обмена, может ли продавец каким-либо образом изменить условия торгового обмена и насколько он имеет представление об управляемости условий обмена (включая их взаимозависимость, взаимное исключение и дополнение, изменение во времени).

## ПРОЦЕДУРА СДЕЛКИ

### Встреча товара с покупателем

Контакт объектов торговой сделки обусловлен следующим.

**Фактическая встреча продавца, имеющего товар и покупателя, обладающего потребностями** (квантор существования сделки).

Непосредственная встреча продавца и покупателя, т.е. встреча товара от продавца и потребностей от покупателя характеризуемая местом, временем, наличием представителей, совершением события.

**Ожидания от встречи** (намерения продавца и потребителя).

Цели, которые поставлены продавцом и потребителем перед сделкой, их достижимость, измеримость, релевантность.

**Потенциал торговой сделки** (готовность к переговорам и уступкам).

Процедуры и правила которые продавец и покупатель готовы применить во время сделки (т.е. они о них знают, умеют ими пользоваться в той или иной степени), вариативность и взаимосвязь таких процедур (процессов), важность их применения (ритуал продажи/покупки), последовательность.

### Совмещение потребительских свойств товара с потребностями покупателя

Контакт потребительских атрибутов объектов торговой сделки обусловлен следующим.

**Сопоставление свойства товара и потребностей.**

Процедура поиска взаимосвязи между характеристиками товара продавца и потребностями покупателя, насколько они соответствуют друг другу или превосходят, есть ли дополнительные характеристики, не учтенные продавцом или покупателем, насколько такое сопоставление преимущественно для стороны в заданных условиях торговой сделки.

**Оценка результатов сделки каждой из сторон на основе «конечных» получаемых ценностей.**

Предсказуемость и приемлемость результатов торговой сделки в части удовлетворения товаром потребностей покупателя в оценках продавца и покупателя.

**Управляемость в части совмещения (сопоставления) свойств товара с потребностями покупателя.**

Процедуры и правила которые продавец и покупатель применяют во время сделки в части удовлетворения потребностей покупателя.

### Совмещение условий торгового обмена и сам обмен

Совмещение контрактов и непосредственная сделка обуславливаются следующим.

**Сопоставление предлагаемых контрактов.**

Процедура поиска взаимосвязи между условиями сделки со стороны продавца и со стороны покупателя, насколько они соответствуют друг другу или превосходят, есть ли дополнительные условия, не учтенные продавцом или покупателем, насколько такое сопоставление преимущественно для заданной торговой сделки.

**Оценка результатов сделки каждой из сторон на основе контрактных условий обмена.**

Предсказуемость и приемлемость результатов торговой сделки в части условий торговой сделки в оценках продавца и покупателя.

#### **Управляемость контрактов в части сопоставления условий обмена.**

Процедуры и правила которые продавец и покупатель применяют во время сделки в части предъявления, формализации, соблюдения и корректировки условий сделки.

Обозначенные кванторы существования (товара, потребителя и торговой сделки) являются обязательными для осуществления торговой сделки. Если иные элементы структуры (сущность торговой сделки) оказывают влияние на сделку своим существованием и сущностью, то без кванторов существования сделка в принципе невозможна.

### ТРИ СЛОЯ

Для понимания структуры торговой сделки и для анализа конкретных сделок важно понимать наличие трех слоев структуры.

**Фактический слой** – прямое значение структурных элементов равно так, как расшифровано в структуре торговой сделки.

**Слой целей** – постановка и достижение целей в рамках элементов структуры, т.е. постановка, планирование, измерение, взаимное соотношение, достижение формализуемых целей по элементам структуры торговой сделки.

**Слой информации** – информация характерная для каждого из элементов структуры торговой сделки, которой может обладать продавец, покупатель или третье лицо, оказывающее влияние на сделку.

### ТРИ МАРКЕТИНГА

Типы маркетинга торговой сделки в зависимости от управляемости элементов структуры торговой сделки.

**Простой сбыт** – основные усилия управления в рамках системы продаж (реализации) продавец направляет на товар и всё, что с ним связано.

**Маркетинг продаж** – основные усилия в рамках системы продаж (реализации) продавец направляет на товар и процедуру сделки, а также сопутствующие вещи, которые с ними связаны.

**Тотальный маркетинг** – продавец управляет всеми элементами торговой сделки, включая воздействие на потребителя вне места продаж.

### ПОДСИСТЕМЫ БИЗНЕСА

Различные подсистемы бизнеса задействованы в подготовке, осуществлении и завершении торговых сделок. Соответственно для каждой из них могут быть обозначены зоны ответственности, сформулированы цели, подобраны ресурсы и выстроена эффективная система управления.

Очевидная взаимосвязь некоторых подсистем бизнеса и элементов структуры обозначена в следующей таблице.

Взаимосвязь элементов торговой сделки и подсистем бизнеса	Производство	Технология	Маркетинг	Логистика	Мерчандайзинг	Конструирование	Продажи	Реклама	PR
<b>ТОВАР</b>									
Наличие товара	+	+							
«Упаковка» товара			+	+					
Атрибуты продажи товара			+		+				
Наличие потребительских характеристик			+			+			
Проявления потребительских характеристик	+		+			+			
Атрибуты потребительских характеристик	+	+				+			
Наличие возможности у продавца совершить обмен (условия обмена)	+			+					
Формализация условий обмена продавца			+				+		
Управляемость условий обмена продавца			+				+		
<b>ПОТРЕБИТЕЛЬ</b>									
Наличие потребителя в месте совершения сделки			+	+				+	
Готовность к сделке			+					+	
Атрибуты потребителя			+						+
Существование потребностей			+					+	+
Формализация потребностей			+			+		+	
Атрибуты активных потребностей			+					+	+
Наличие возможности у потребителя совершить обмен (условия обмена)			+	+				+	
Формализация условий обмена потребителя			+				+	+	
Управляемость условий обмена потребителя			+				+		
<b>ПРОЦЕДУРА СДЕЛКИ</b>									
Фактическая встреча продавца и покупателя							+		
Ожидания от встречи			+				+	+	
Возможность торговой сделки							+		
Сопоставление свойств товара и потребностей			+				+		
Оценка результатов сделки каждой из сторон							+		
Управляемость ожиданиями от сделки							+		
Сопоставление предлагаемых контрактов сделки			+				+		
Оценка результатов сделки на основе контрактных условий							+		
Управляемость контрактами сделки							+		