

Dystrybucja międzynarodowa

Różnice w systemach dystrybucji na rynkach zagranicznych

dotyczą:

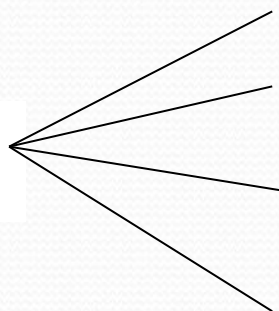
- poziomu ich skomplikowania
- struktury form handlu
- zwyczajowych kanałów dystrybucji danego produktu
- rodzajów pośredników i ich funkcji
- kosztów dystrybucji (marż pośredników)

Pośrednicy w obrocie międzynarodowym

- **pośrednicy handlowi**
 - na rynku krajowym (w eksporcie pośrednim)
 - na rynku zagranicznym (w eksporcie bezpośrednim)
- **pośrednicy logistyczni**

Pośrednicy na rynku krajowym

Krajowy zawodowy eksporter



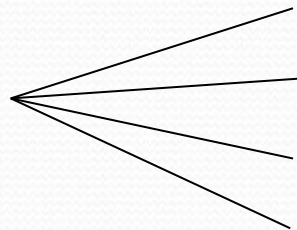
Krajowy kupiec

Krajowy agent

Spółdzielnia lub spółka zrzeszająca producentów-eksporterów

Eksportowa firma usługowa

Krajowa filia zagranicznego importera /międzynarodowej firmy handlowej



Zagraniczny dom towarowy

Firma importowa

Zagraniczne biuro zakupów

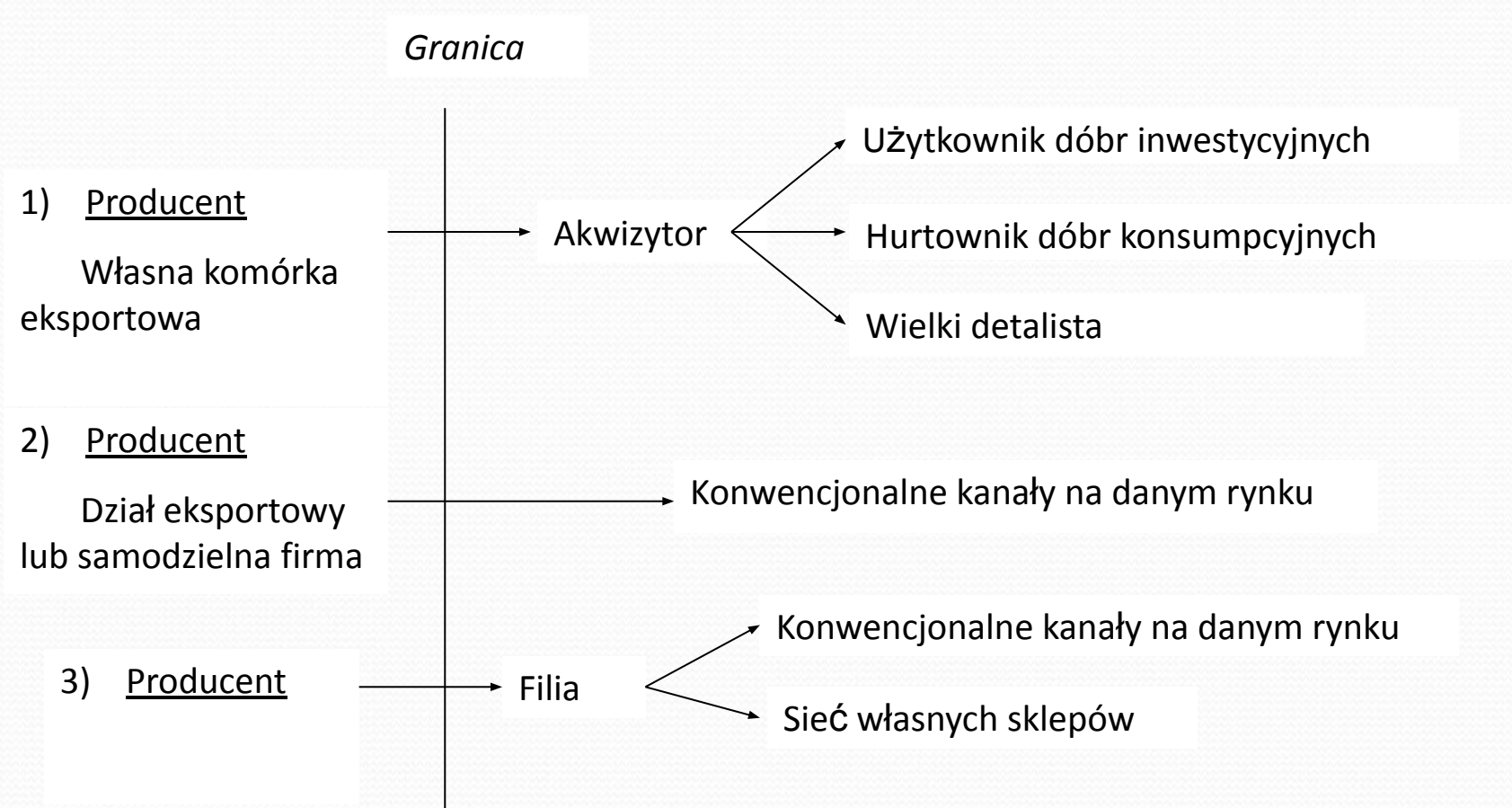
Filia

Sprzedawca komplementarny (inny krajowy producent)



Piggybacking

Stopnie bezpośredniej organizacji dystrybucji za granicą

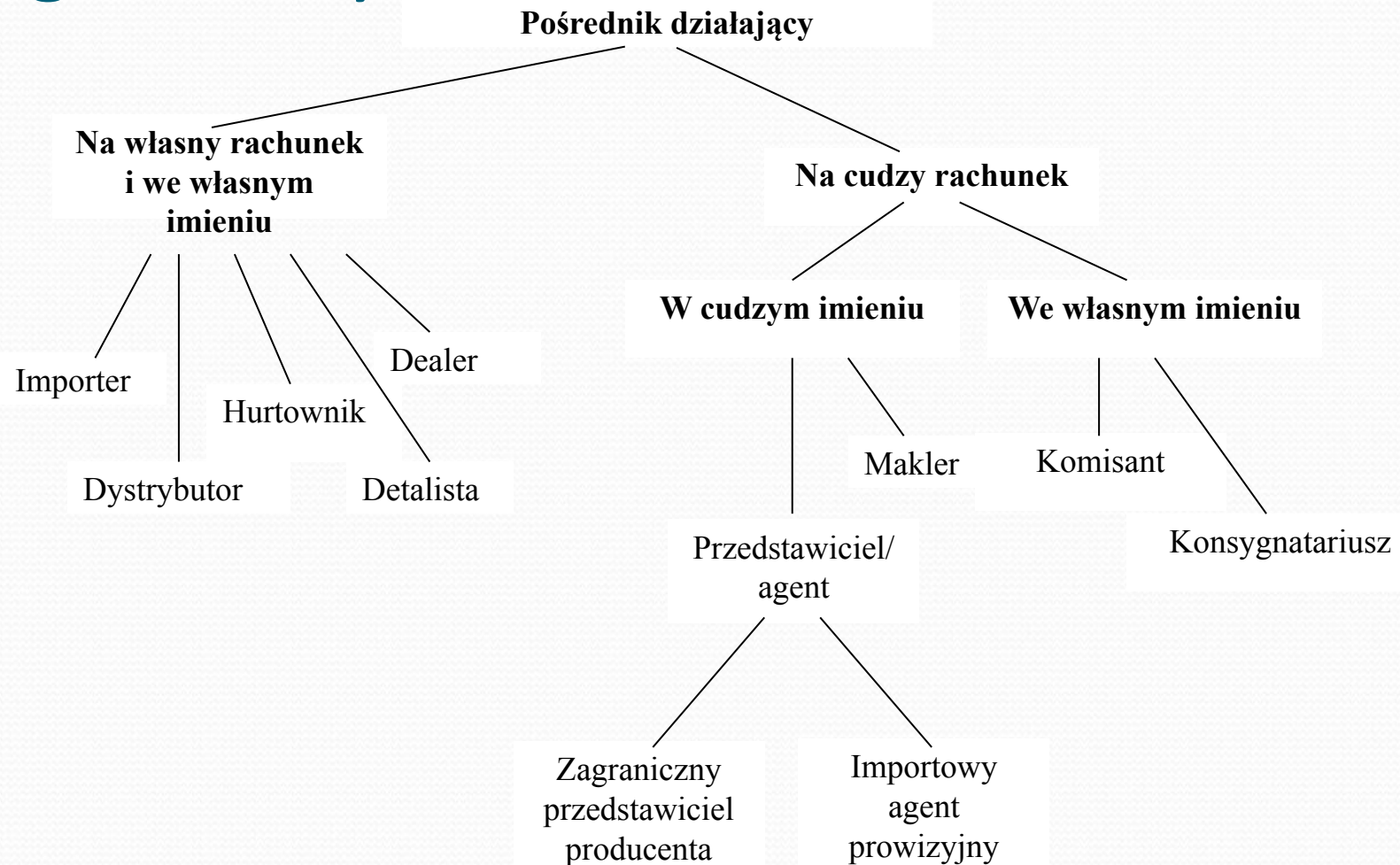


Filia za granicą – formy organizacyjno-prawne

- oddział za granicą
- joint-ventures
- spółka – córka

Filia (zagraniczna, handlowa), oddział, biuro zbytu, delegatura, reprezentacja

Rodzaje pośredników na rynku zagranicznym



Pośrednicy o specjalnych funkcjach

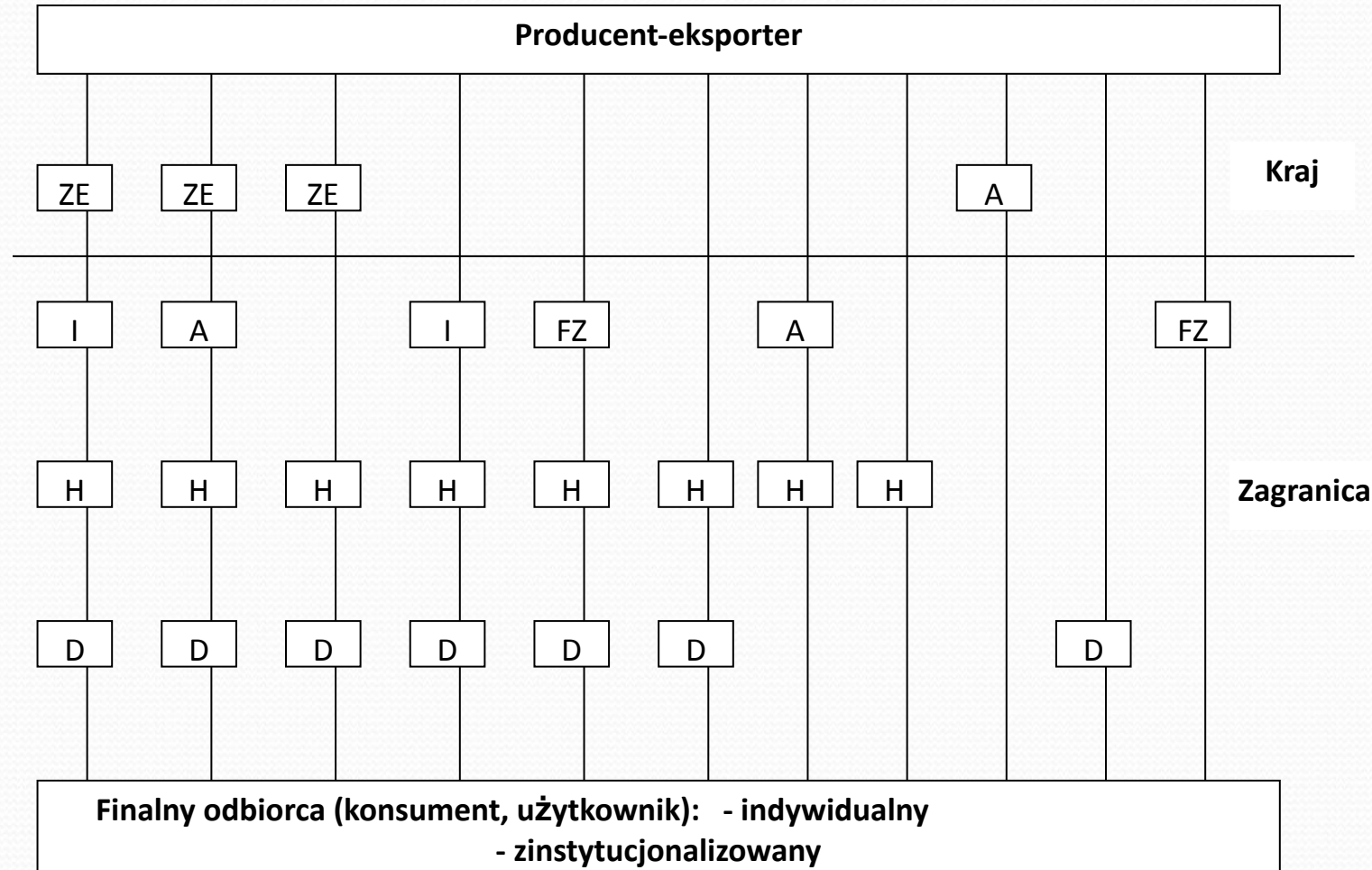
- **faktor**

(Kanada, handel tekstyliami)

- **komprador**

(rynki Azji Wschodniej)

Kanały marketingowe w eksporcie



Charakterystyka kanałów dystrybucji na rynkach zagranicznych

- forma własności (własny, obcy, mieszany)
- długość kanału
- szerokość kanału (stopień intensywności dystrybucji)
- formy współpracy uczestników kanału (stopień integracji)

Strategie dystrybucji ze względu na stopień intensywności

- dystrybucja intensywna
- dystrybucja selektywna
- dystrybucja ekskluzywna (wyłączna)

Rodzaje kanałów dystrybucji ze względu na stopień integracji

- kanały konwencjonalne
- kanały zintegrowane pionowo

kanały administrowane

kanały kontraktowe

kanały korporacyjne

Czynniki określające wybór kanałów dystrybucji

● Czynniki wewnętrzne:

- wielkość przedsiębiorstwa
- stopień zaangażowania działań za granicą
- cele przedsiębiorstwa
- specyfika produktu
- potrzeba sprawowania kontroli nad dystrybucją

● Czynniki zewnętrzne:

- wymagania finalnych nabywców
- system dystrybucji na danym rynku
- ogólny poziom rozwoju gospodarczego danego kraju
- przepisy prawne
- poziom rozwoju technologii

Kryteria oceny systemów dystrybucji (reguła 6C)

- **niezbędne wymogi kapitałowe** (*capital requirements*)
- **koszty** (*costs*)
- **zakres kontroli** (*control*)
- **zakres rynkowy** (*coverage*)
- **spójność** (*consistency*)
- **ciągłość** (*continuity*)

Pośrednicy logistyczni

- spedytory międzynarodowi
- agenci celni
- przedsiębiorstwa składowe
- operatorzy logistyczni (np. DB Schenker)

Koszty fizycznej dystrybucji w skali międzynarodowej

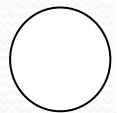
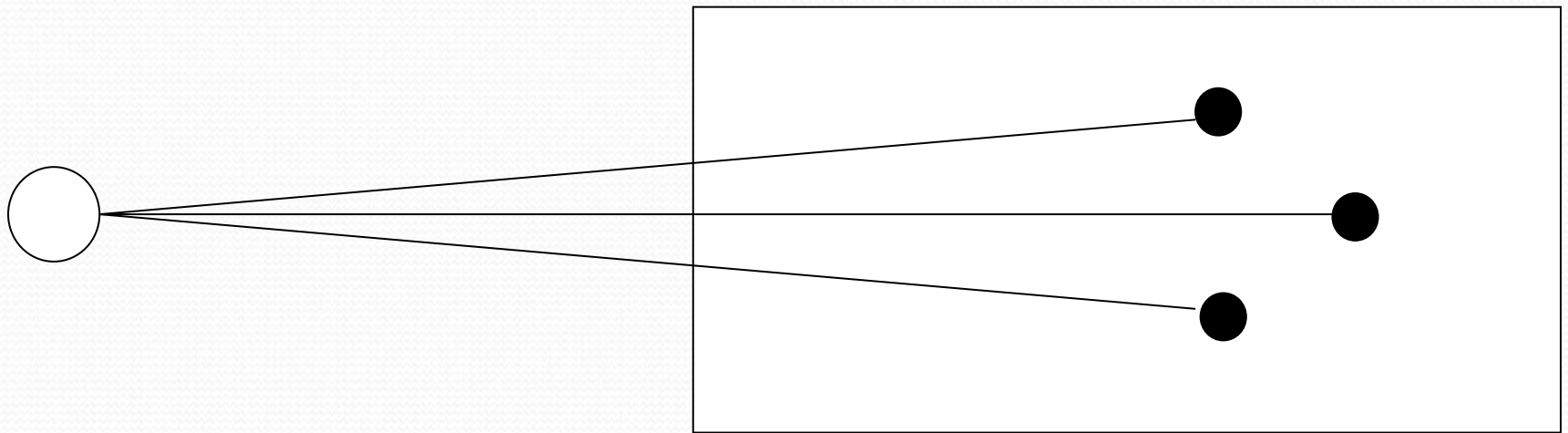
- 8-10% ceny dostarczonego towaru w ramach handlu na terenie jednego kontynentu
- 20-30% ceny dostarczonego towaru w ramach handlu obejmującego różne kontynenty

Międzynarodowe systemy fizycznej dystrybucji

- System bezpośredni
- System tranzytowy
- System klasyczny
- System regionalny

System bezpořredni

Rynek zagraniczny



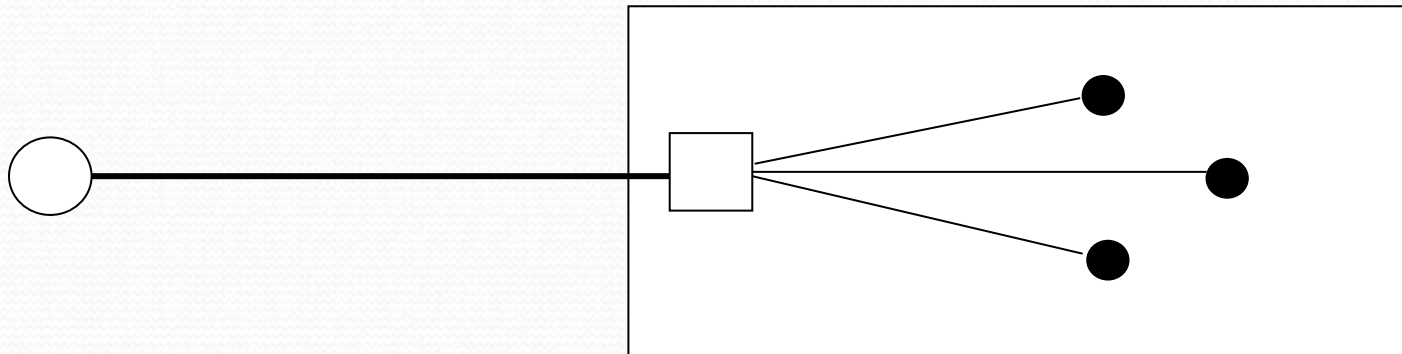
eksporter



- zagraniczny klient

System tranzytowy

Rynek zagraniczny



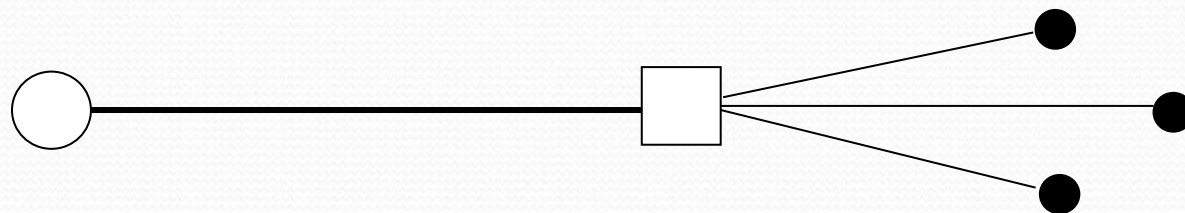
○ - eksporter

● - zagraniczny klient

□ - terminal przeładunkowy

System klasyczny

Rynek zagraniczny

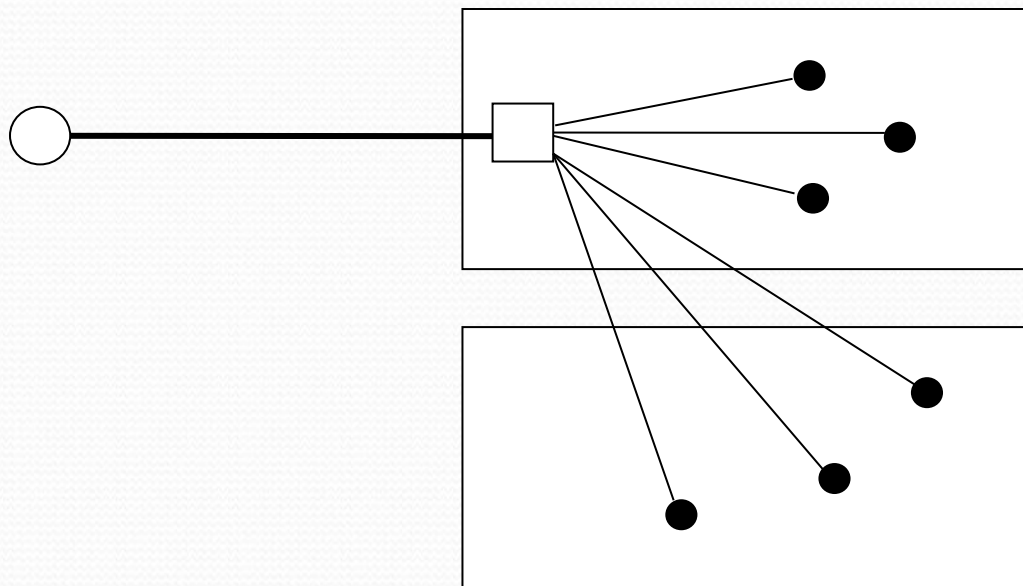


○ - eksporter

● - zagraniczny klient

□ - magazyn

System regionalny



Rynek
zagraniczny

Rynek
zagraniczny

- - eksporter
- - zagraniczny klient
- - centrum dystrybucji

Czynniki wyboru międzynarodowego systemu dystrybucji

- Specyfika zagranicznego klienta
- Wielkość eksportu
- Stosunek wartości produktu do jego wagi lub rozmiaru
- Wymagania klienta dotyczące realizacji zamówienia

Tendencje rozwojowe w dystrybucji międzynarodowej

- franchising dystrybucyjny
- dystrybucja wielokanałowa
- handel elektroniczny