



## КУРС ЛЕКЦИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ «МАРКЕТИНГ»

### ЛЕКЦИЯ

#### МОДУЛЬ 3. РАЗРАБОТКА КОМПЛЕКСА МАРКЕТИНГА

#### Тема 3.3. Распространение товаров

#### Вопросы:

1. Каналы распределения товаров, их основные функции.
2. Структура, уровни, классификация и характеристика каналов распределения.
3. Товародвижение: сущность и элементы.
4. Вертикальные, горизонтальные и многоканальные маркетинговые системы.
5. Торговые посредники: роль, критерии, возможности, права.
6. Классификация посредников.

**Вопрос 1.**

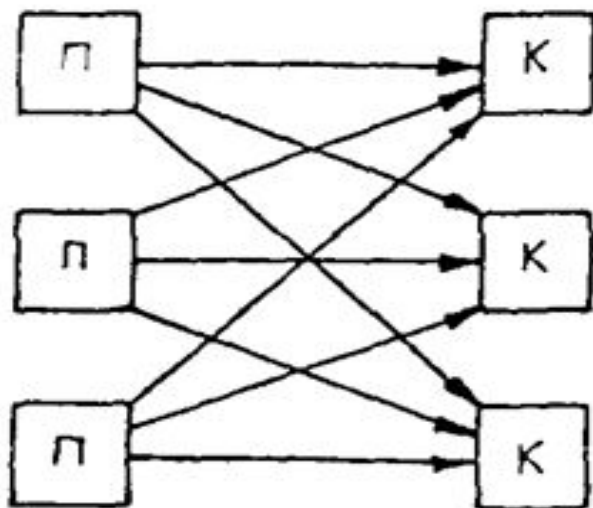
**Каналы распределения товаров, их основные функции.**

## **Канал распределения**

**- совокупность фирм или отдельных лиц, которые принимают на себя или помогают передать кому-то другому право собственности на конкретный товар или услугу на их пути от производителя к потребителю.**

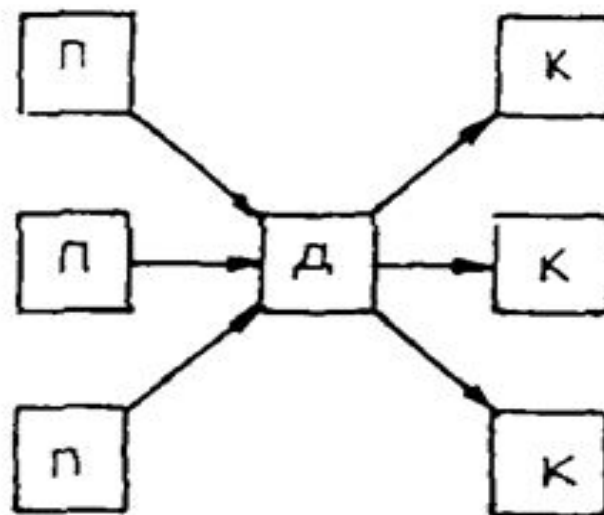
**путь (маршрут) передвижения товаров от производителей к потребителям.**

# Количество контактов при различных вариантах распределения товаров



П – производитель    К – клиент    Д – дистрибьютор

А. Число контактов  
( $П \times К = 3 \times 3 = 9$ )



Б. Число контактов  
( $П + К = 3 + 3 = 6$ )

## Выгоды производителей от использования каналов распределения

- 1) экономия финансовых средств на распределение продукции,
- 2) возможность вложения сэкономленных средств в основное производство,
- 3) продажа продукции более эффективными способами,
- 4) высокая эффективность обеспечения широкой доступности товара и доведения его до целевых рынков,
- 5) сокращение объема работ по распределению продукции.

# Функции участников канала распределения

- 1. Исследовательская работа.*
- 2. Стимулирование сбыта.*
- 3. Установление контактов.*
- 4. Приспособление товара.*
- 5. Проведение переговоров.*
- 6. Организация товародвижения.*
- 7. Финансирование.*
- 8. Принятие риска.*

## **Вопрос 2.**

**Структура, уровни, классификация и  
характеристика каналов распределения**

## Структура каналов распределения

- Прямые
- Косвенные
- Смешанные

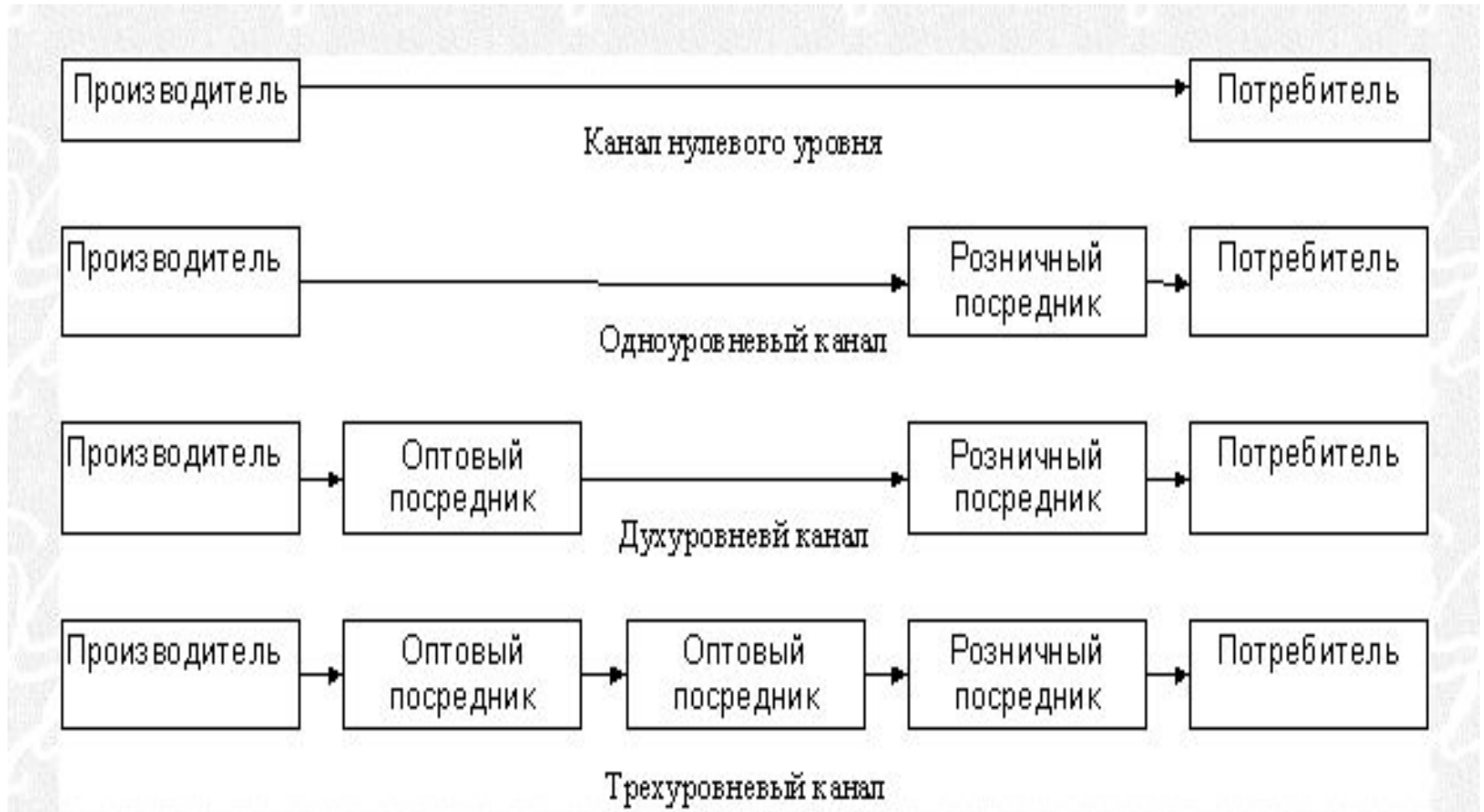
## Уровень каналов распределения

это любой посредник, который выполняет ту или иную работу по приближению товара и права собственности на него к конечному покупателю.



# Маркетинговые каналы распределения

## Уровень каналов распределения



**Протяженность канала** определяется числом имеющихся в нем промежуточных уровней.

**Ширина канала** - количество посредников на каждом уровне, участвующих в распространении продукции.

## Зависимость интенсивности распределения от характеристик продукции

<b>Интенсивное распределение</b>	<b>Избирательное распределение</b>	<b>Эксклюзивное распределение</b>
Недорогие, часто приобретаемые потребительские товары	Потребительские товары длительного пользования	Товары производственного или потребительского назначения, требующие сервиса или поддержания

# Три фактора выбора канала распределения

охвате рынка

допустимых издержках

контроль

## Управление каналом

1. *Отбор участников канала.*

2. *Мотивирование участников канала.*

3. *Оценка деятельности участников канала.*

**Вопрос 3.**

**Товародвижение: сущность и элементы.**

## Система товародвижения

- это деятельность, связанная с перемещением товаров с места производства до места продажи или потребления

**В общем смысле система товародвижения** - совокупность функций обработки заказов, погрузки-разгрузки, создания запасов, хранения и транспортировки.

**Цель системы** – обеспечить своевременную отгрузку товаров и надежность поставки, т. е. поставку товаров на регулярной основе, нужной форме, требуемого качества и количества.

# Основные элементы системы товародвижения

1. Обработка заказов.

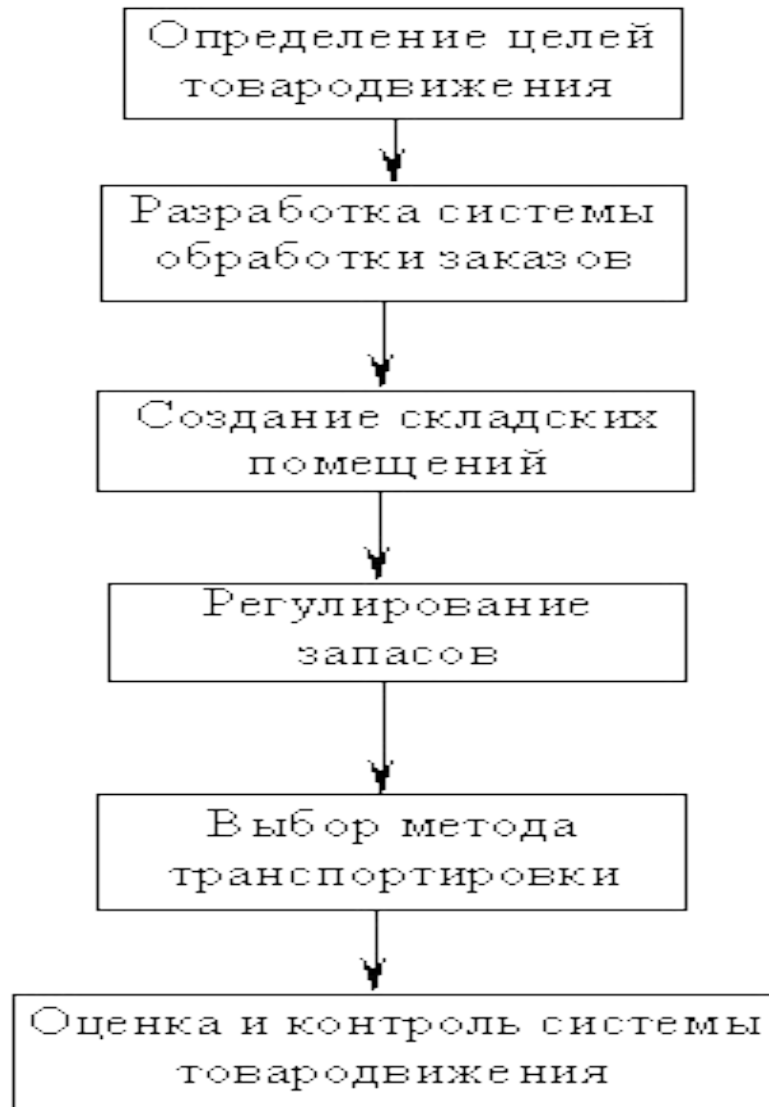
2. Обработка грузов

3. Транспортировка.

4. Оценка эффективности проведения операций.



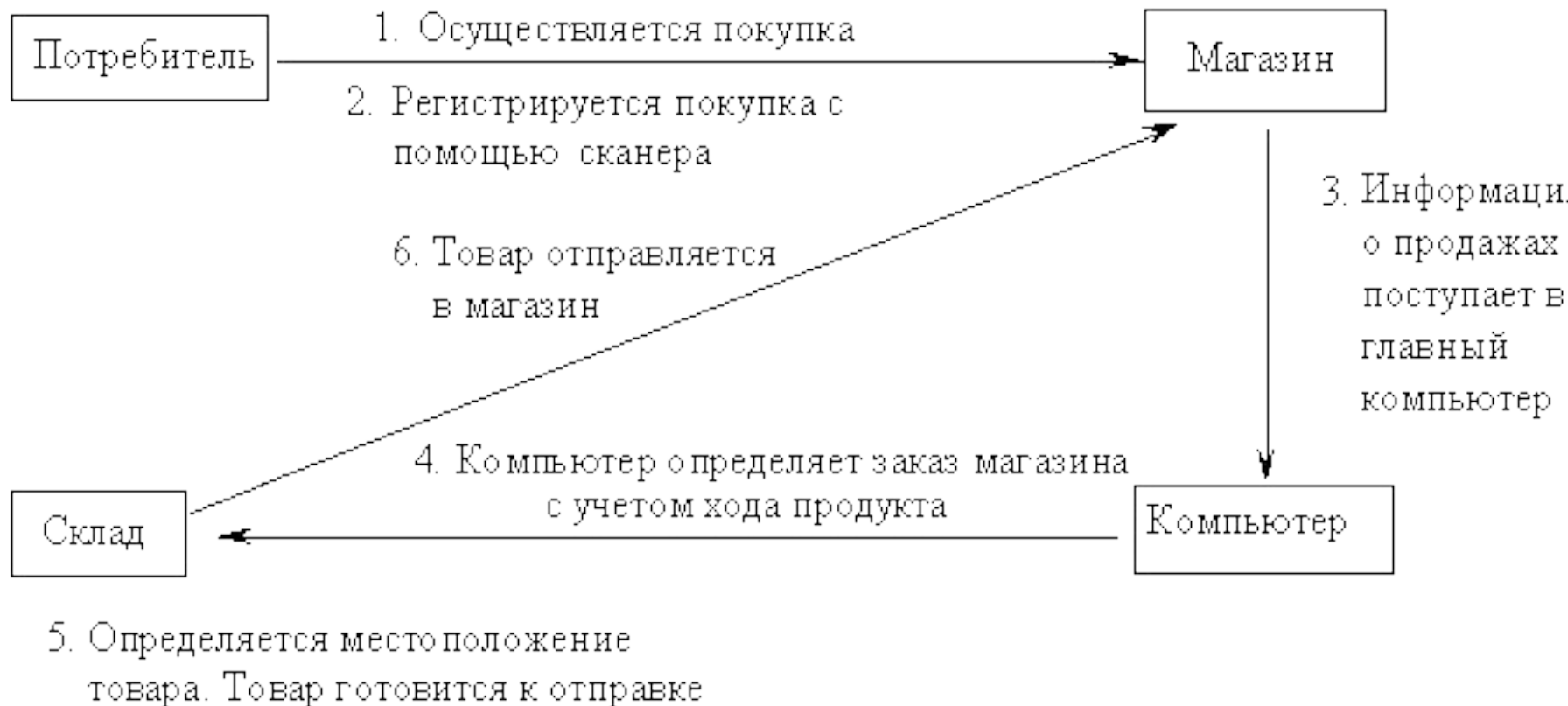
## Основные этапы системы товародвижения



## Элементы системы товародвижения

### 1. Обработка заказов.

#### Автоматизированная система обработки заказов

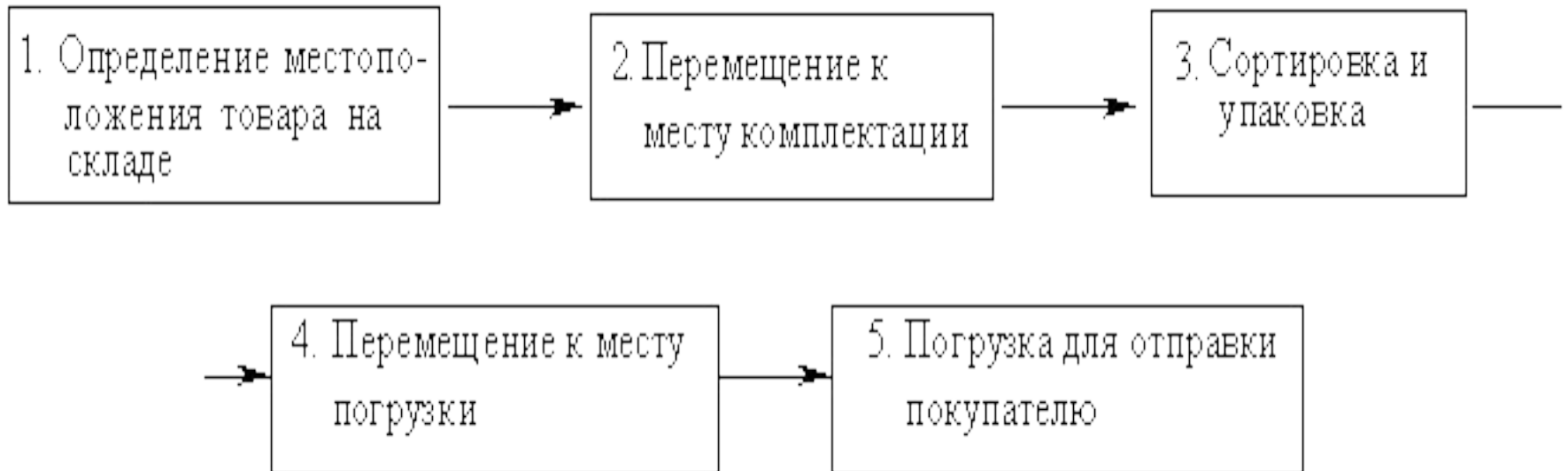


# Элементы системы товародвижения

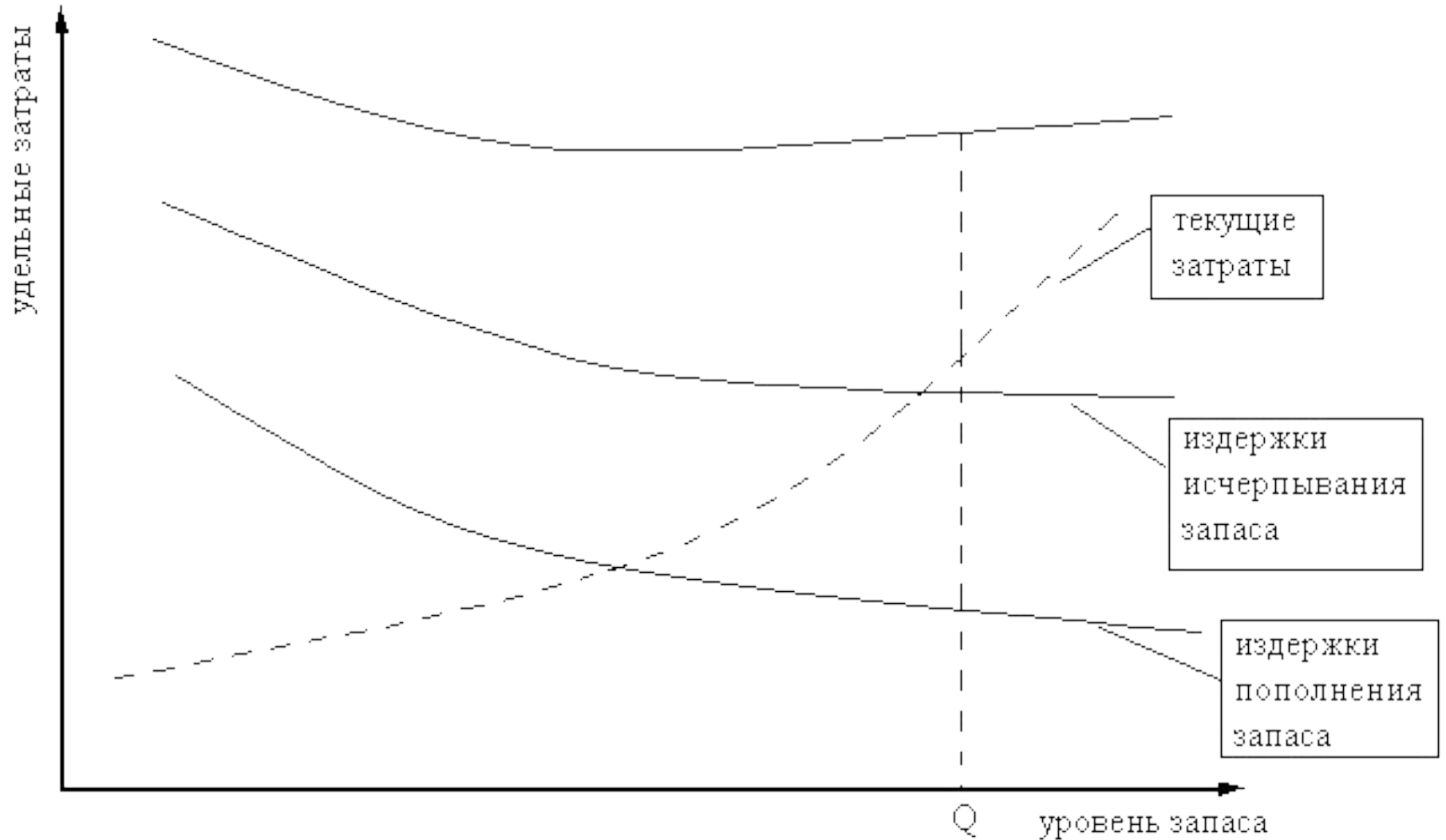
## 2. Обработка грузов

Обработка грузов – это определение местоположения товара на складе, его доставка к месту комплектования, где товары сортируют и укладывают для отгрузки, перемещение товара на погрузочную площадку и погрузка в транспортное средство.

### Последовательность этапов обработки грузов



# Основные издержки хранения товаров



# Элементы системы товародвижения

## 3. Транспортировка.

### Характеристика различных видов транспорта

Вид транспорта	Преимущества	Недостатки
1. Автомобильный	Быстрота, своевременность, разнообразие маршрутов, часты отгрузки	Высокая стоимость, небольшой размер партий, зависимость от погодных условий
2. Железнодорожный	Разнообразие маршрутов, крупные партии, разнообразие перевозимых товаров	Медленность, ограниченная гибкость, ограниченная частота отгрузки
3. Воздушный	Быстрота, частые отгрузки, снижение риска порчи товаров	Высокая стоимость, ограниченность маршрутов, зависимость от погодных условий
4. Водный	Низкая стоимость, крупные партии, разнообразие товаров	Медленность, ограниченные маршруты и частоты перевозок
5. Трубопроводный	Низкая стоимость, .....своевременной доставки, частые отгрузки	Ограниченное разнообразие товаров и ограниченные маршруты

4. Оценка эффективности проведения операций.

- 1) время обработки одного заказа (мин., час., сут.);
- 2) время выполнения одного заказа (мин., час., сут.);
- 3) время нахождения товара в запасе (час., сут., мес.);
- 4) издержки товародвижения в % к продажам (%);
- 5) доля грузов, получивших повреждение при транспортировке;
- 6) доля случаев несвоевременной доставки грузов.

**Вопрос 4. Вертикальные, горизонтальные и многоканальные маркетинговые системы.**

## Горизонтальные каналы

### распределения

**Горизонтальные каналы распределения** – это типичный традиционный канал распределения, состоит из независимого производителя, одного или нескольких оптовых торговцев и одного или нескольких розничных торговцев.



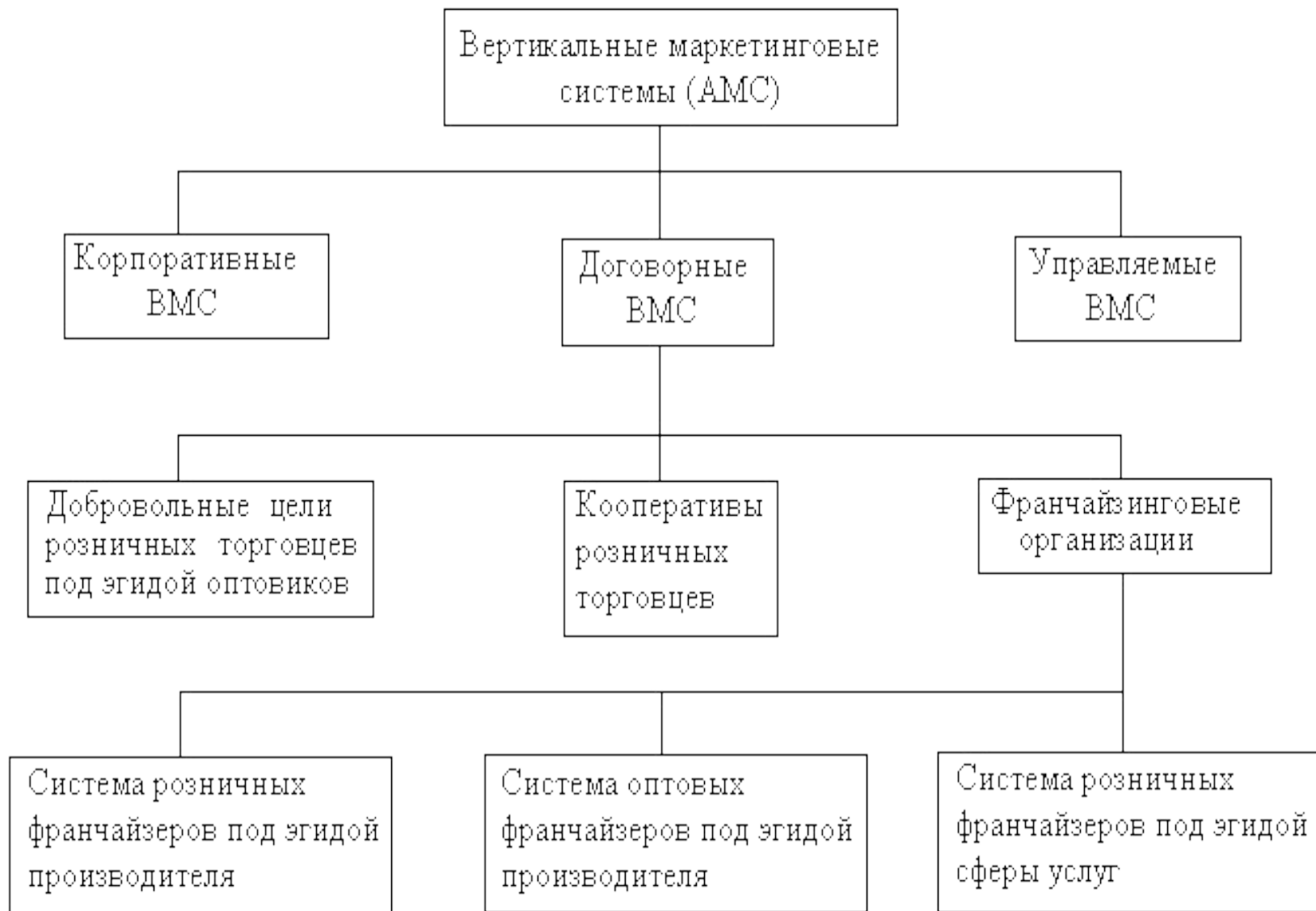
## Вертикальные каналы распределения

*Вертикальная маркетинговая система* состоит из производителей, оптовых и розничных торговых фирм, функционирующих как единая система.



# Основные типы вертикальных маркетинговых систем

СИСТЕМ



# вертикальные маркетинговые системы

## КОРПОРАТИВНЫЕ .

последовательные этапы производства и распределения находятся в единичном владении.

## ДОГОВОРНЫЕ.

состоит из независимых фирм, связанных договорными отношениями и координирующих программы своей деятельности для совместного достижения большей экономии и/или больших коммерческих результатов, чем это можно было бы сделать в одиночку.

## УПРАВЛЯЕМАЯ

координирует деятельность ряда последовательных этапов производства и распределения не из-за общей принадлежности одному владельцу, а благодаря размерам и мощи одного из ее участников.

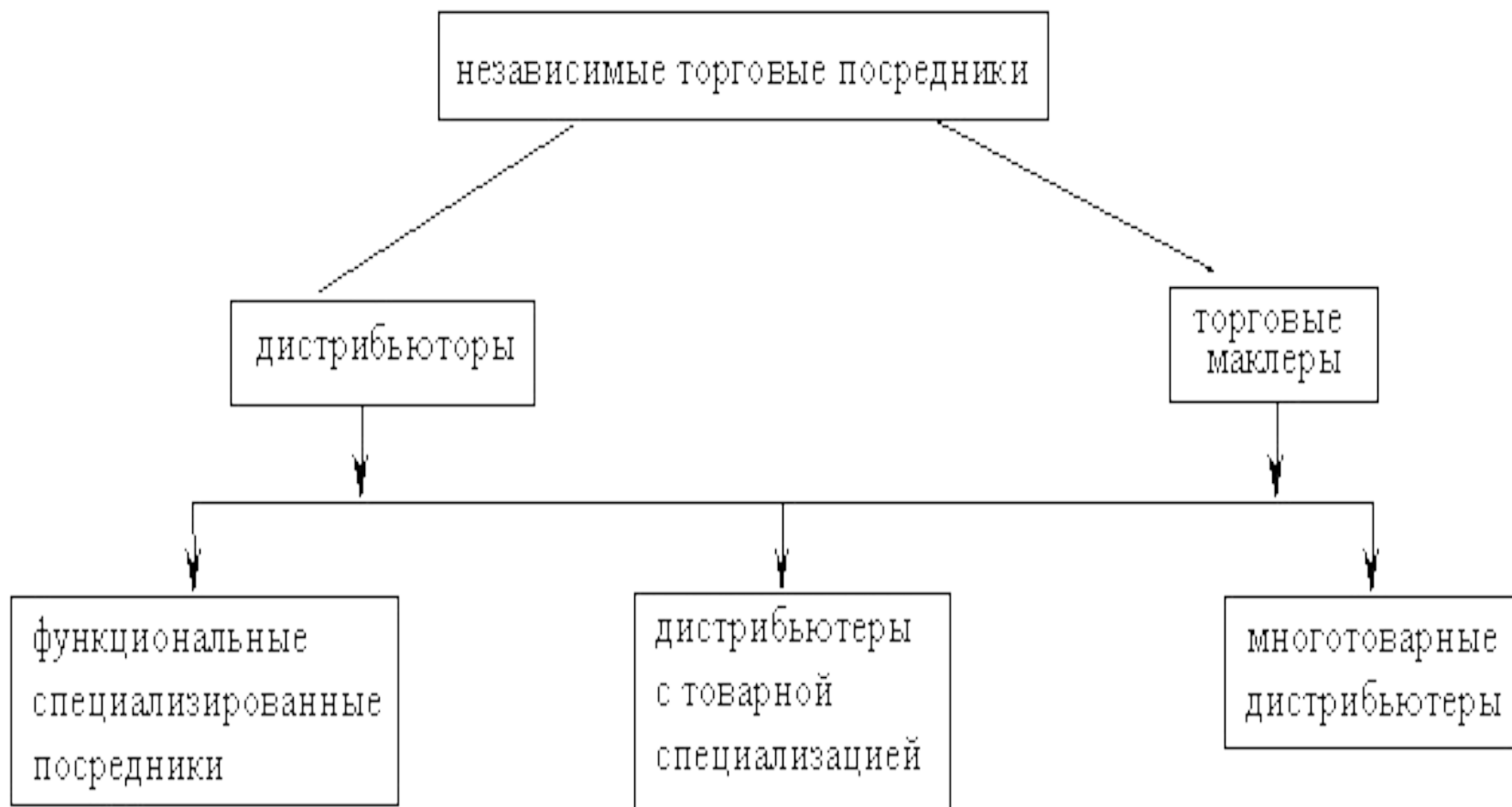
*Добровольные  
цепи розничных  
торговцев под  
эгидой оптовиков*

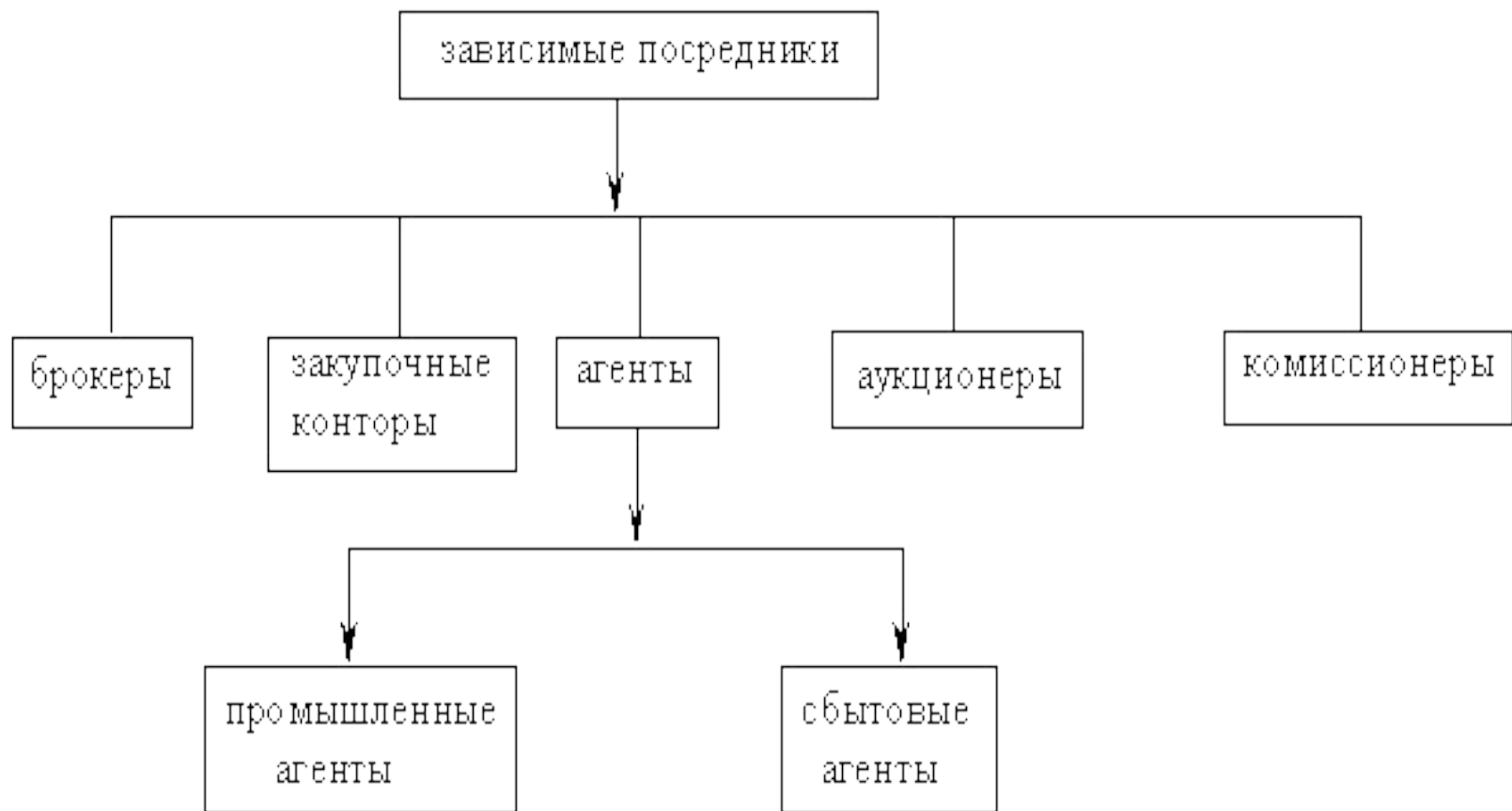
*Кооперативы  
розничных  
торговцев*

*Организация  
держателей  
привилегий*

## Типы посредников в каналах распределения

Тип посредника	Признак классификации
Дилер	От своего имени и за свой счет
Дистрибьютор	От чужого имени и за свой счет
Комиссионер	От своего имени и за чужой счет
Агент, брокер	От чужого имени и за чужой счет





# Сравнительные характеристики каналов сбыта

Характеристика канала сбыта	Каналы товародвижения			
	Прямые	Косвенные		Смешанные
		оптовые фирмы	сбытовые агенты	
Рынок Объем сбыта Контакты с изготовителями Издержки сбыта	Вертикальный Небольшой Очень тесные Самые высокие	Горизонтальный Большой Незначительный Средние	Вертикальный Средний Малые Самые низкие	Любой Большой Средние Оптимальные
Политика цен	Очень гибкая быстро учитывающая конъюнктуру рынка	Гибкая, оперативно учитывает изменения на рынке	Недостаточно гибкая, требуется согласования изменения цен с изготовителями	В целом гибкая, удовлетворяющая потребителя и изготовителя
Знание предмета сбыта	Отличное	Удовлетворительное	Хорошее	Оптимальное
Зона действия	Узкая, в месте концентрации потребителей	Широкая, по всему рынку	Узкая, по несколько агентов охватывают весь рынок	Наиболее полная
Право собственности на изделие в процессе сбыта	У изготовителя	У посредника	У посредника	Нормальное
Финансовое состояние изготовителя	Сильное	Слабое, среднее	Слабое	Нормальное
Возможности технического обслуживания изделий	Самые высокие	Низкие	Средние	Нормальные
Норма прибыли	Высокая	Низкая	Низкая	Средняя
Уровень стандартизации	Низкий	Высокий	Высокий, средний	Любой
Качество отчетности	Высокое	Низкое	Самое низкое	Нормальное

## Смешанные каналы

