

СБЫТ И ЕГО ОРГАНИЗАЦИЯ

1. Сбыт: понятие, задачи, структура.
2. Каналы сбыта: понятие, функции, виды, уровни.
3. Типы и системы сбыта.
4. Оптовая торговля: функции, способы организации и тенденции развития.
5. Розничная торговля: функции, способы организации и тенденции развития.
6. Маркетинговые решения, принимаемые в торговле.

СБЫТ И ЕГО ОРГАНИЗАЦИЯ

- Важнейшей составной частью маркетинга является сбыт и его организация в определенном месте, (*третье "P" маркетинга, place*).
- **Сбыт** – это деятельность, осуществляемая производителями по формированию товарных потоков и направлению их потребителям.
- Сбыт начинается тогда, когда товар готов к продаже или поставке и заканчивается тогда, когда *конечный* потребитель получает товар.
- Иными словами, **сбыт - это перемещение товара в экономическом, юридическом и физическом пространстве.**

Задачами сбыта

являются:

- 1) транспортировка товаров;
- 2) хранение и защита товаров;
- 3) накопление, сортировка и размещение продукции;
- 4) совершение сделок;
- 5) осуществление передачи прав собственности и владения товаром;
- 6) проведение маркетинговых исследований

Решение этих задач требует затрат, порой весьма высоких

Каналы сбыта

- **Канал сбыта** – это путь, по которому товары движутся от производителей к потребителям. Он включает в себя всех физических и юридических лиц, связанных с передвижением товаров и их обменом.
- Отношения между участниками каналов сбыта могут строиться как на устном соглашении между производителем и продавцом, так и на детальном письменном контракте между ними.

Функции каналов сбыта

- 1) **исследовательская** (сбор информации, необходимой для осуществления успешной реализации продукта, прежде всего, о потребителях);
- 2) **стимулирующая** (создание и распространение сведений о товаре, активизирующих покупки);
- 3) **контактная** (налаживание и поддержание связей с реальными и потенциальными покупателями);
- 4) **приспосабливающая** (приспособление товара, “подгонка” его под требования покупателей);
- 5) **переговорная** (проведение переговоров между производителями и продавцами по согласованию цен и прочих условий продажи);
- 6) **организационная** (организация товародвижения, т.е. транспортировки, складирования и хранения продукции);
- 7) **финансовая** (изыскание и использование средств для покрытия издержек по функционированию канала);
- 8) **рисковая** (принятие ответственности за функционирование канала).

Типы каналов сбыта: *прямые и косвенные*

Прямые каналы связаны с перемещением товаров и услуг от производителей к потребителям *без использования независимых посредников.*

Схема прямого канала проста:

производитель → потребитель.

Прямой канал называется также каналом *нулевого уровня.*

Уровень канала сбыта – это количество независимых посредников, которые последовательно стоят между производителями и потребителями.

Косвенные каналы сбыта

связаны с перемещением товаров и услуг от производителя к независимому участнику товародвижения, а затем – к потребителю

Типичные схемы косвенных каналов таковы:

а) канал первого уровня:

производитель → розничный торговец → потребитель;

б) канал второго уровня:

производитель → оптовый торговец → розничный торговец → потребитель;

в) канал третьего уровня:

производитель → оптовый торговец → мелкооптовый торговец → розничный торговец → потребитель.

.

Измерение каналов сбыта

Каналы сбыта измеряются *длиной* и *шириной*.

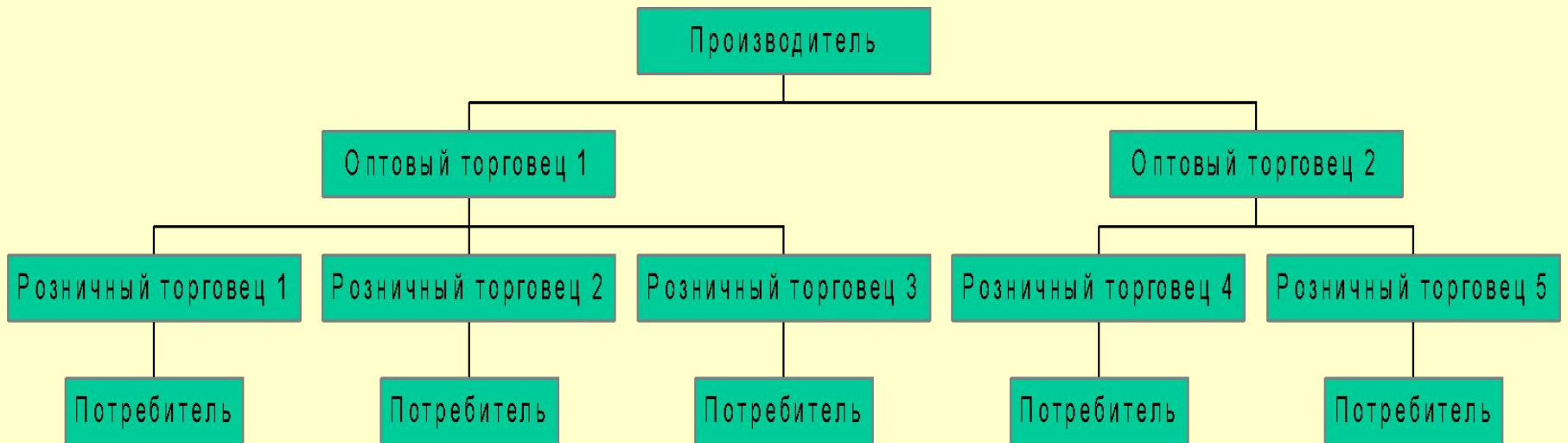
Длина канала – это общее число независимых посредников в последовательной цепочке.

Ширина канала – это количество независимых посредников на том или ином уровне.

Каналы нулевого и первого уровней называются *короткими*, а каналы второго и всех последующих уровней – *длинными*.

Каналы, имеющие на каждом уровне более двух посредников, называются *широкими*, двух и менее посредников – *узкими*.

Ширина канала сбыта



Типы сбыта

Тип сбыта - это избранная фирмой совокупность каналов сбыта

Известны следующие типы сбыта:

- **ЭКСКЛЮЗИВНЫЙ**
- **СЕЛЕКТИВНЫЙ**
- **ИНТЕНСИВНЫЙ**

Выбор канала сбыта

зависит от трех основных факторов:

- 1) *потребителей;*
- 2) *товара;*
- 3) *эффективности (затратоотдачи).*

Под экономической эффективностью канала сбыта подразумевается соотношение издержек, связанных с функционированием канала (**C**) и прибыли (**P**), которую он приносит. Это соотношение носит название **затратоотдачи (R)** и измеряется по формуле:

$$R=P/C \text{ (в \%)}.$$

Чем выше затратоотдача, тем эффективнее канал сбыта.

Системы сбыта

1. Традиционная (конвенциональная) система сбыта.
2. Вертикальная система сбыта.
3. Горизонтальные система сбыта
4. Многоканальные системы сбыта

Сравнительная характеристика видов транспорта

Вид транспорта	Скорость	Цена за <i>т/км</i>	Надежность и точность следования графику	Способность к перевозке различных грузов	Проникаемость в различные пункты назначения
Автомобильный	4	2	4	3	5
Водный	2	5	2	3	2
Воздушный	5	1	1	2	3
Железнодорожный	3	3	3	4	4
Трубопроводный	1	4	5	1	1

Оптовая торговля

Оптовая торговля – это звено в системе сбыта, связанное с закупками *партий* товаров непосредственно у производителей или торговцев с целью их дальнейшей *перепродажи* другим торговым посредникам.

Оптовая торговля не связана с конечным потребителем за исключением случаев реализации продукции производственного назначения. Поэтому товар здесь может перепродаваться два, три и более раз, в отличие от розничной торговли, где товар продается конечному потребителю всего один раз.

Формы организации оптовой торговли

- Оптовая деятельность производителей (через сбытовые конторы и/или филиалы);
- Коммерческая оптовая деятельность;
- Агенты и брокеры.

Агенты, брокеры, дилеры (2)

- **Дилеры** – это независимые посредники, действующие от собственного имени и *за свой* счет.

Дилеры приобретают товар у производителей со всеми правами на него и перепродают его другим посредникам, а иногда и конечным покупателям. Доходы дилеров образуются из разницы цен покупок и продаж

Формы оптовой торговли

- биржевая торговля
- аукционы
- ярмарки

Товарная биржа

- **Товарная биржа** – это постоянно действующий *оптовый* рынок, на котором реализуются по образцам массовые партии так называемых *биржевых товаров* (леса, угля, нефти, зерна, шерсти, хлопка, металлов и т.п.). Таких товаров всего 60-70 наименований.
- Характерной особенностью биржевого товара является его *однородность* и *неспецифичность* (обезличенность).
- Существуют *специализированные* и *универсальные* биржи. На специализированных обращается лишь один вид биржевого товара, на универсальных – различные их виды.

Розничная торговля

Розничная торговля – это продажа продукции потребительского назначения конечным потребителям.

Розничная торговля замыкает сбытовую цепочку.

Функции розничной торговли:

- отбор товара, его сортировка и составление необходимого ассортимента;
- предоставление покупателям информации о товарах;
- хранение, маркировка товаров;
- установление цен на товары;
- оплата товаров, принятых от поставщиков;
- предоставление покупателям различных услуг (кредит, доставка и т.п.).

Структура расходов в российской розничной торговле

- Модернизация и обновление оборудования - 33%
- Реклама - 30%
- Маркетинговые исследования - 24 %
- Увеличение торговых и складских помещений - 9%
- Создание филиалов - 4 %

Виды розничной торговли

По способам организации торговли:

организованная и
неорганизованная

Организованная торговля

- а) стационарная* (через магазины, палатки, киоски, автоматы);
- б) передвижная* (через автолавки, вразнос, продажа на дому);
- в) посылочная* (через почту, по каталогам).

Основные виды магазинов

- *Универсамы (супермаркеты)*
- *Гипермаркеты*
- *Дежурные магазины*
- *Универмаги*
- *Специализированные магазины*
- *Магазины разнообразного ассортимента (мини-универмаги).*
- *Магазины сниженных цен (в т.ч. second hand).*

Методы розничной торговли

- Традиционная торговля (торговля с прилавка).
- Продажа с открытым доступом к товару:
 - а) по выставленным образцам;
 - б) самообслуживание.



Формы передвижной торговли:

- **Прямые продажи.** Это торговля по принципу "от двери к двери". Ее ведут торговые агенты, посещающие покупателей на дому.
- **Торговля вразнос.** Продавец со своим товаром путешествует по определенному маршруту. Так реализуется мороженое, газеты, некоторые виды сладостей и т.п. Один из самых древних видов торговли (коробейники). В современных условиях этот вид торговли чаще всего представлен *разъездной торговлей* через *автолавки*, которые добираются до самых дальних и глухих населенных пунктов.

Формы посылочной торговли:

- **Торговля по каталогам.**
- **Торговля по почте.**
- **Торговля через компьютерные сети.**

Неорганизованная розничная торговля

- торговля на базарах;
- торговля на стихийных рынках;
- торговля на толкучках.

Здесь покупатель и продавец встречаются лицом к лицу, а цены на товар, как и прочие условия сделки, устанавливаются по взаимной договоренности сторон.

Основные маркетинговые решения, принимаемые в оптовой и розничной торговле

- **Выделение своего целевого рынка**, т.е. покупателей, с которыми торговцы будут работать. Отбор ведется с использованием маркетинговых исследований.
- **Решение о товарном ассортименте**. Это отбор наиболее выгодных для себя товарных групп и выделение комплекса услуг, на которые имеется наибольший спрос со стороны клиентов. Услуги могут быть: *предпродажные, послепродажные, дополнительные*.
- **Решение о ценах**.
- **Решение о размещении предприятия**.
- **Решение по стимулированию сбыта** (использование льгот, скидок, купонов и т.п.).