

# 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.

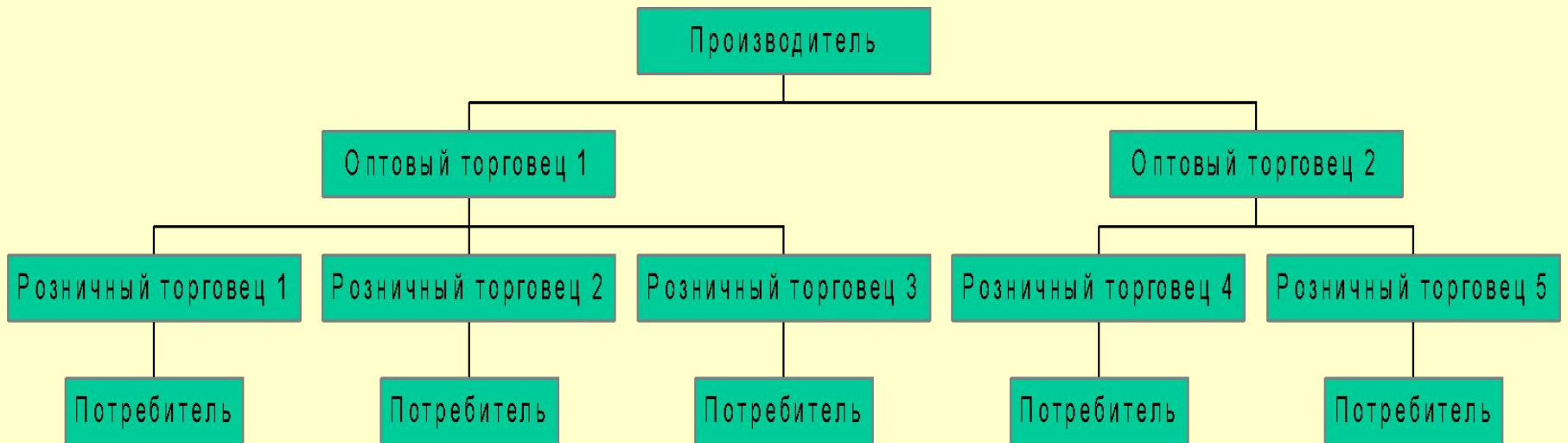
**Ширина канала** – это количество независимых посредников на том или ином уровне.

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.).