

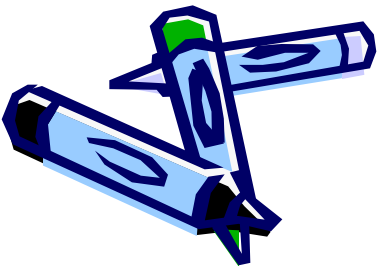
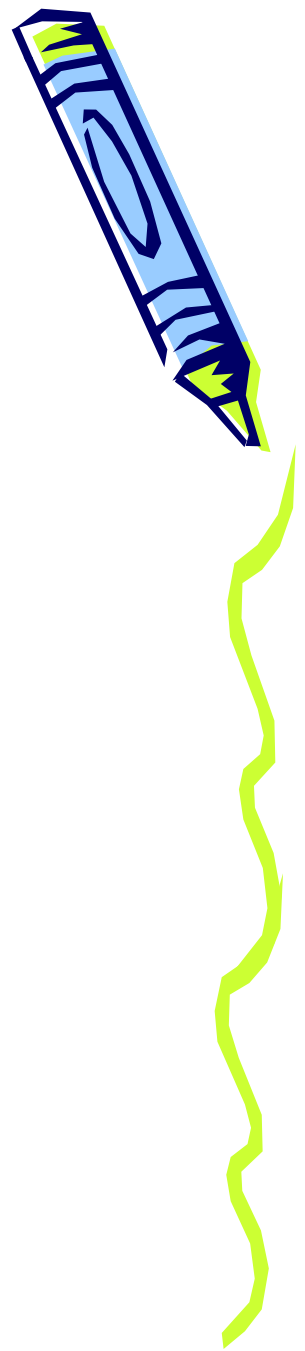


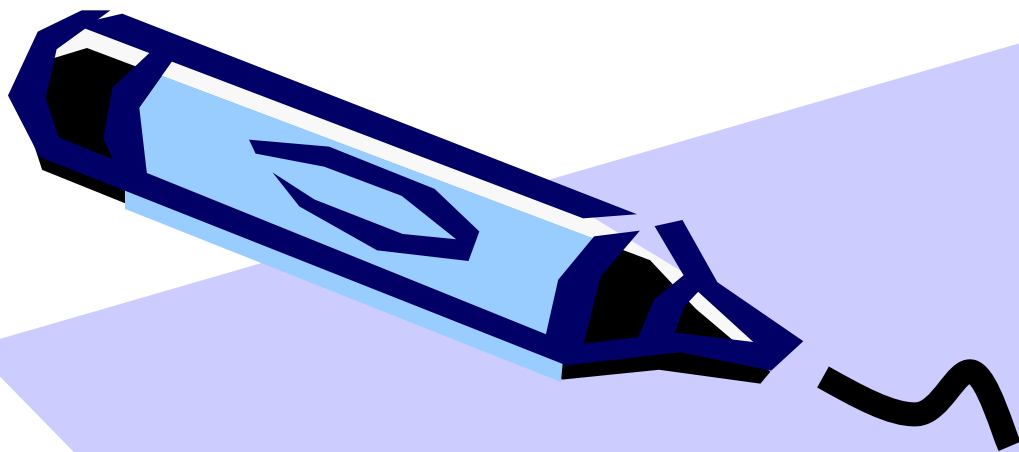
СбыТОВАЯ ПОЛИТИКА



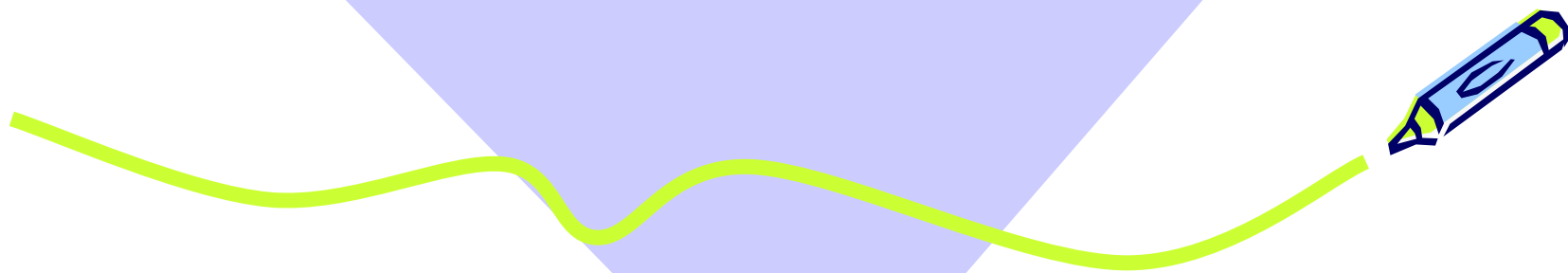
Учебные вопросы

- Каналы распределения
- Оптовая торговля
- Розничная торговля





Вопрос 1. Каналы распределения



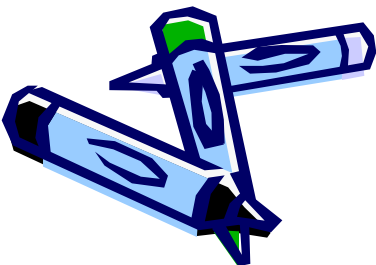
Дистрибьюция

деятельность предприятия по доведению продукта до целевого потребителя.

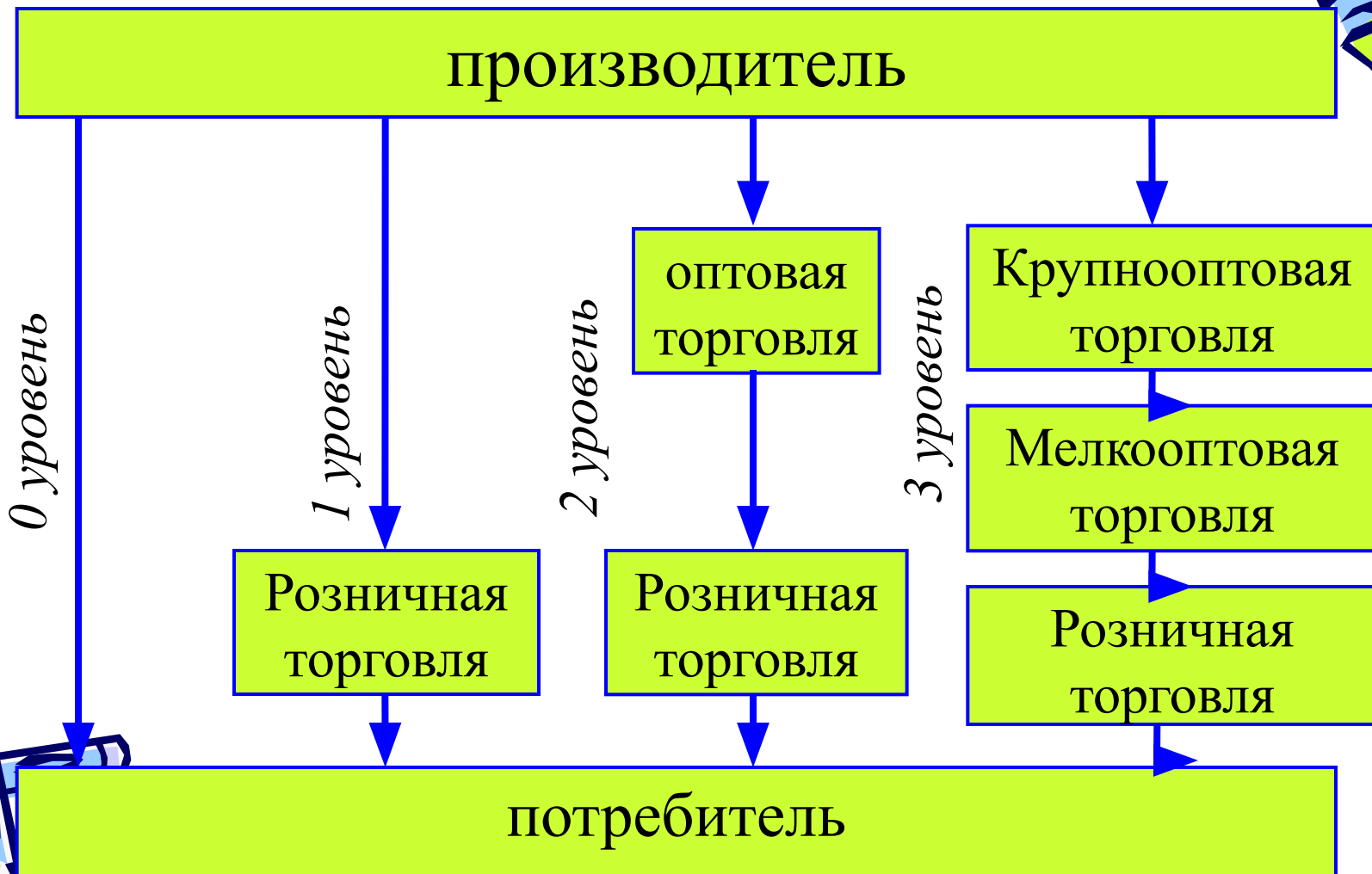
Включает в себя выбор канала распределения, выбор маркетинговых посредников, а также решение вопросов складирования, транспортировки и создания запасов.

Канал распределения — это совокупность предприятий, организаций и отдельных лиц, включаемая в процесс доставки продукта потребителям.

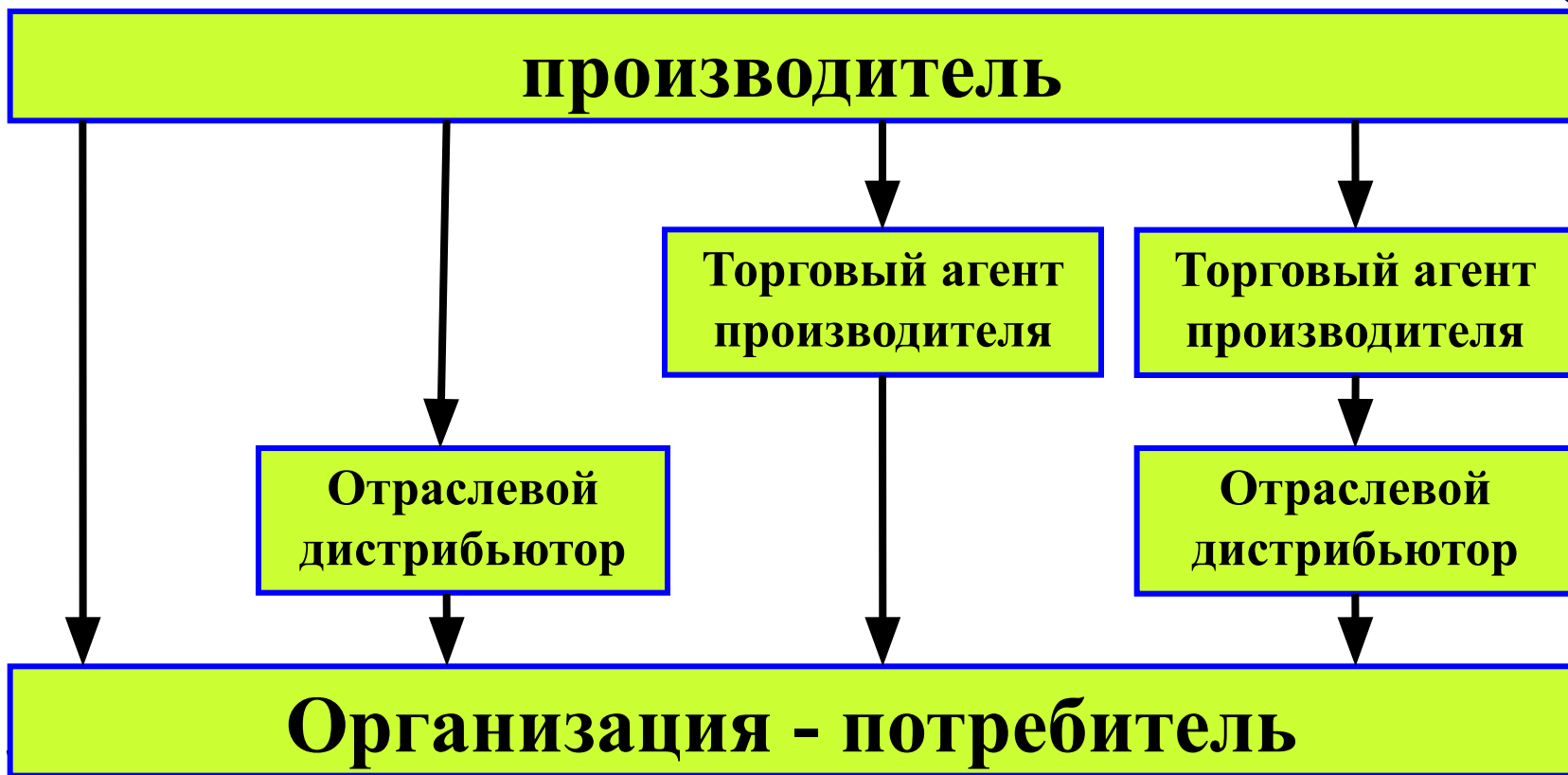
- *Длина канала* – число уровней канала
- *Ширина канала* – число посредников на одном уровне.



Пример каналов распределения для потребительских товаров



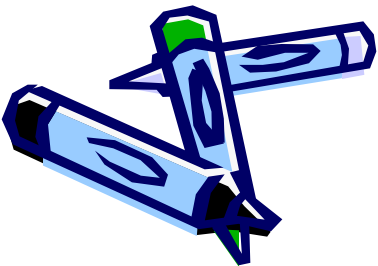
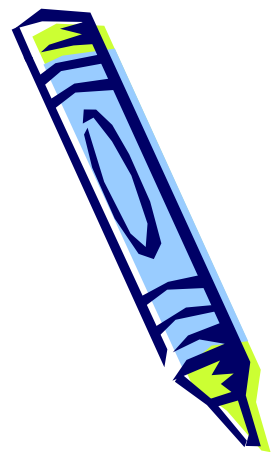
Пример каналов распределения для промышленных товаров



Классификация каналов распределения

*С организационной точки зрения
выделяют*

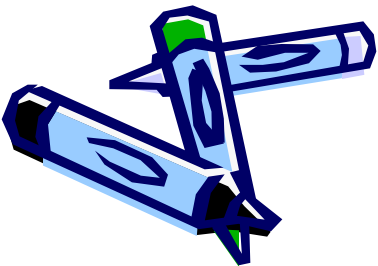
- Обычные каналы распределения*
- Вертикальные маркетинговые системы*
- Горизонтальные маркетинговые системы*



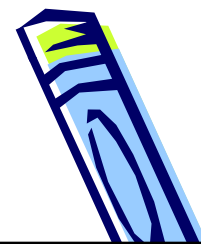
Вертикальные маркетинговые системы



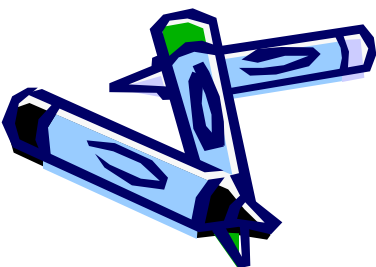
- Корпоративные ВМС.
- Договорные ВМС.
 - I. Добровольные цепи розничных торговцев под эгидой оптовиков.
 - II. Кооперативы розничных торговцев.
 - III. Организации держателей прав.
- Управляемая ВМС.



Сравнительные характеристики каналов распределения

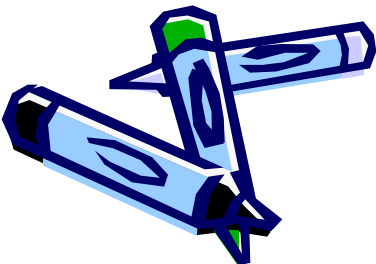


| Тип канала | прямой | с независимыми посредниками | с зависимыми посредниками |
|---------------------------------|--------------------|-----------------------------|---------------------------|
| рынок | вертикальный | горизонтальный | вертикальный |
| объем сбыта | небольшой | большой | средний |
| издержки | высокие | малые | малые |
| отчетность | высокое | низкое | низкое |
| возможности обслуживания | высокие | низкие | средние |
| ценовая политика | Очень гибкая | гибкая | не достаточно гибкая |
| право собственности | у производителя | у посредника | у производителя |
| тип товара | дифференцированный | стандартизированный | и тот и другой |



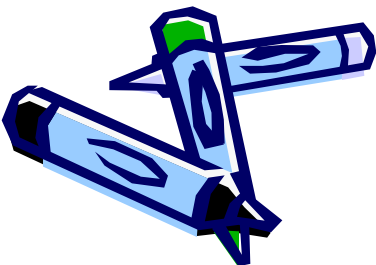
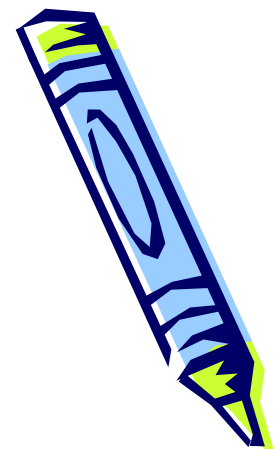
Критерии оценки эффективности каналов сбыта

- Прибыльность каналов.
- Степень их соответствия требованиям потребителей.
- Управляемость, т.е. возможность дальнейшего контроля за движением товаров и ценами.
- Уровень конкуренции за возможность работы с каналом.
- Перспективность каналов с точки зрения долгосрочных тенденций.



Методы сбыта:

- *Интенсивный*
- *Избирательный (селективный)*
- *Исключительный (эксклюзивный)*

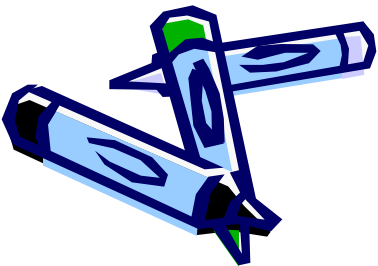
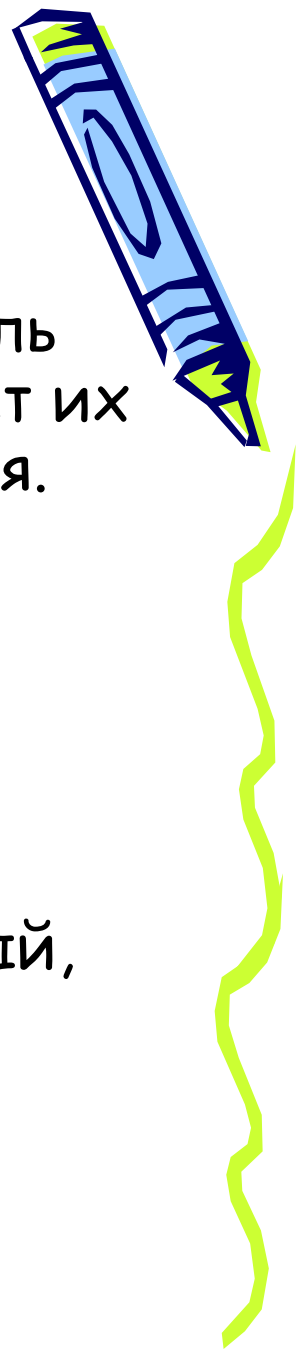


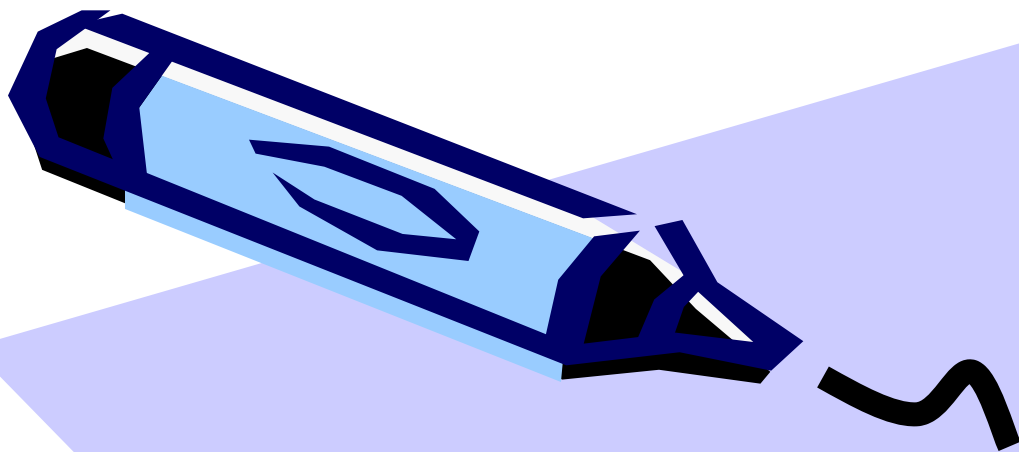
Товародвижение

это планирование, осуществление и контроль физического перемещения товаров от мест их происхождения к местам использования.

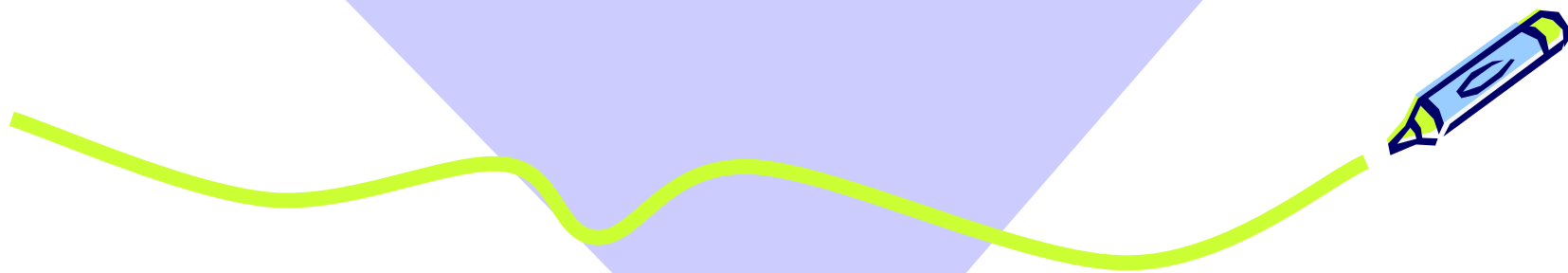
Этапы:

1. Обработка заказов
2. Складирование
3. Поддержание запасов
4. Транспортировка (воздушный, автомобильный, железнодорожный, водный, трубопровод)

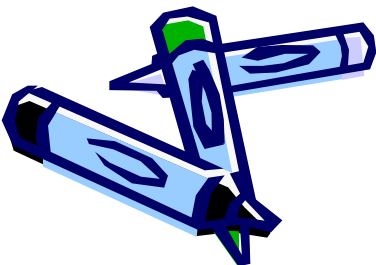
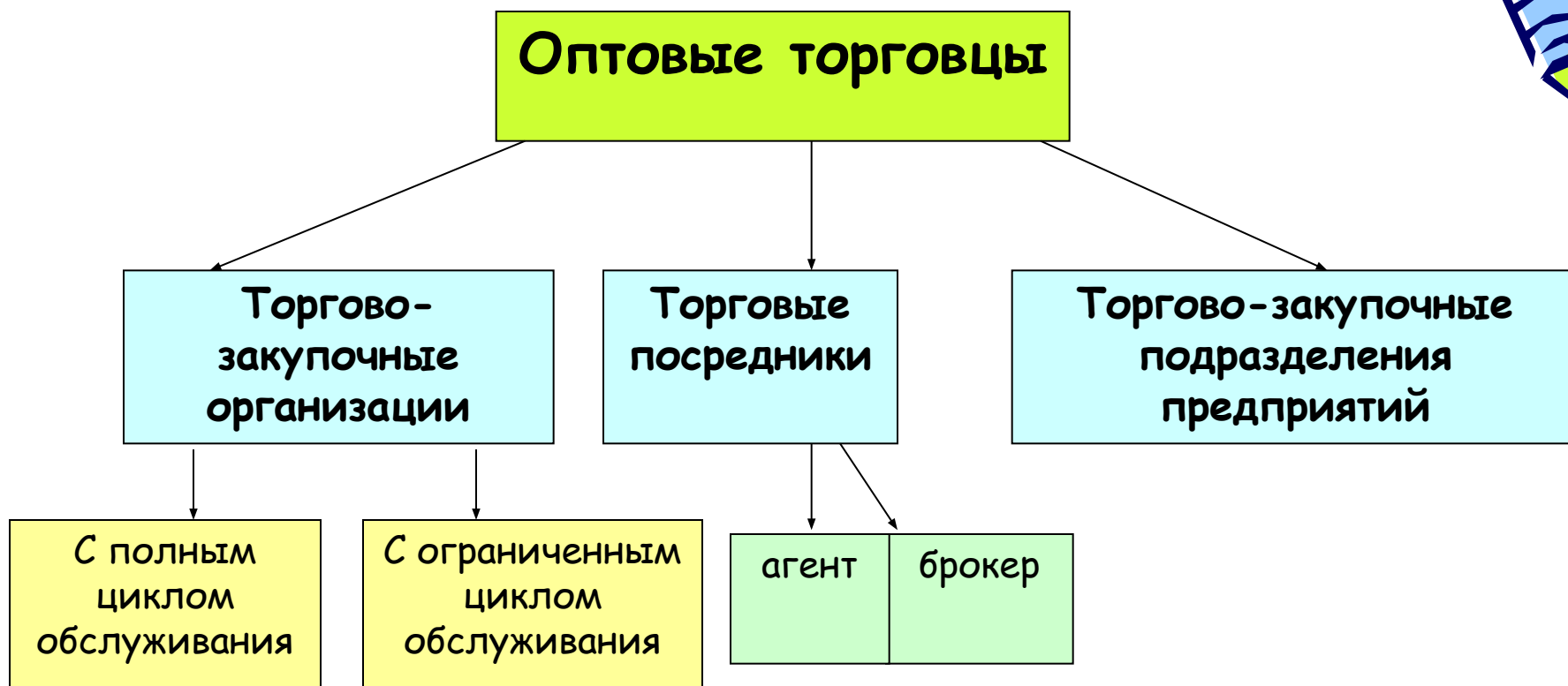
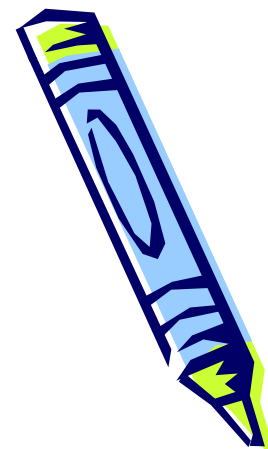




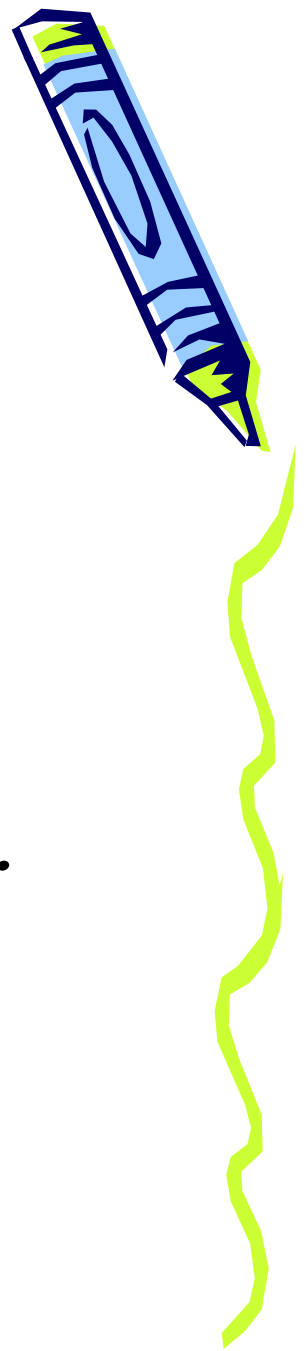
Вопрос 2. Оптовая торговля



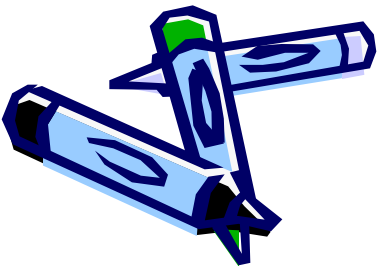
Разновидности оптовиков

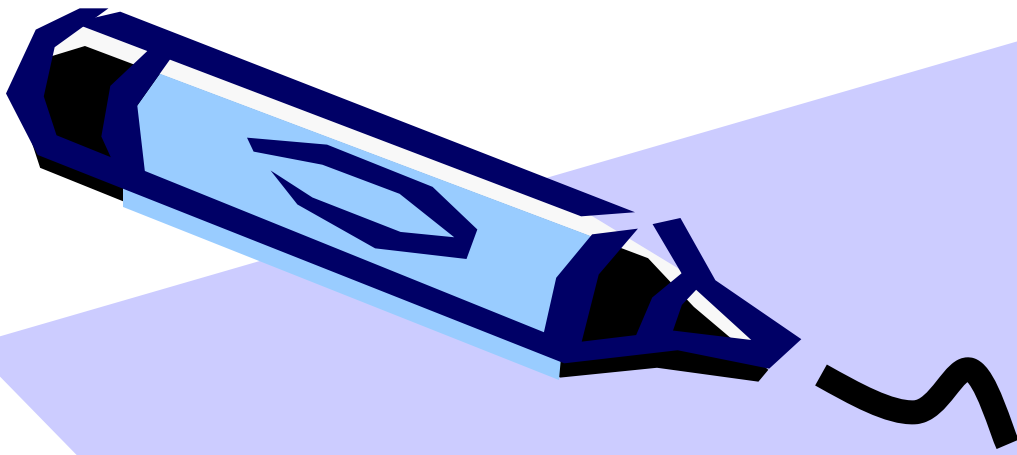


Маркетинговые решения ОПТОВИКА

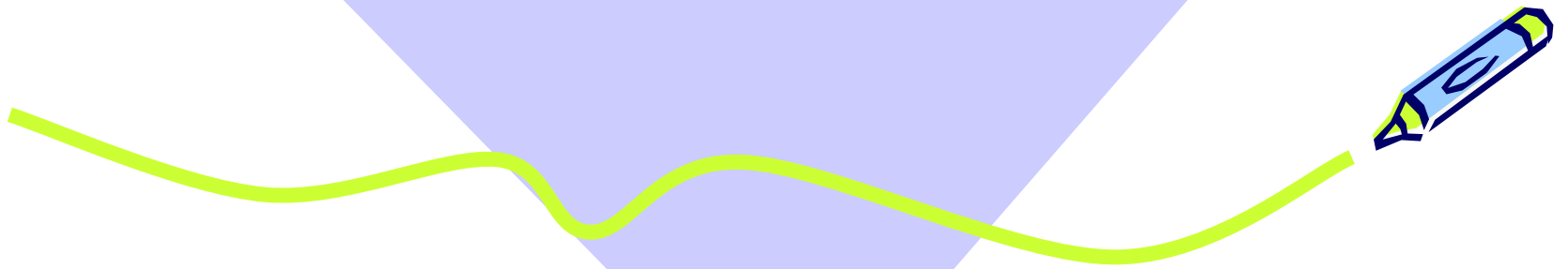


- Решение о целевом рынке.
- Решение о товарном ассортименте и комплексе услуг.
- Решение о ценах.
- Решение о методах стимулирования.
- Решение о месте размещения предприятия.





Вопрос 3. Розничная торговля

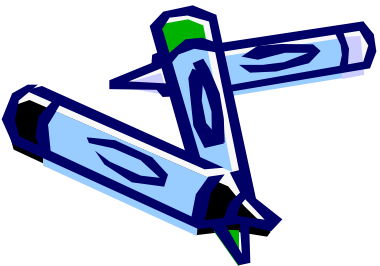


Виды розничной торговли

- Магази́нная



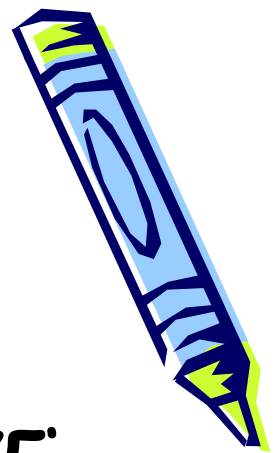
- Внемагази́нная



Классификации магазинной торговли

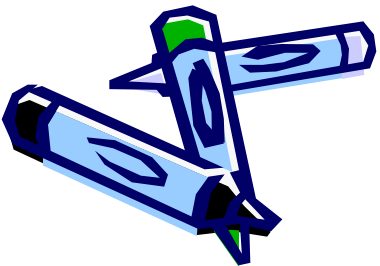
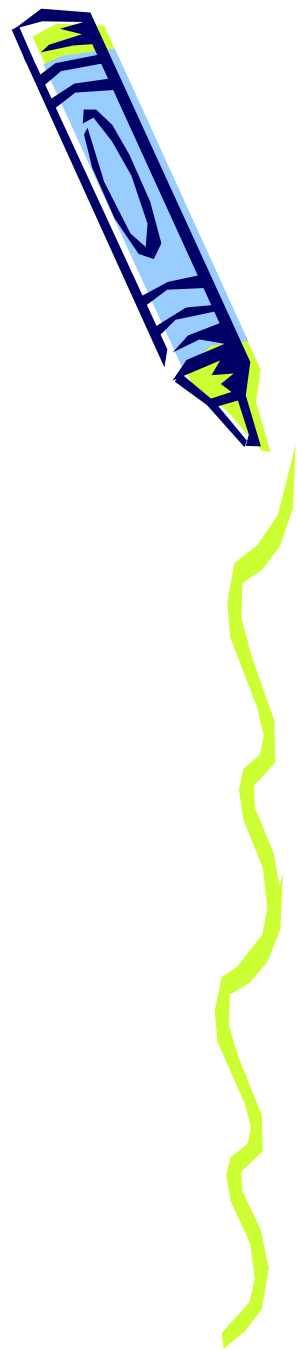
По уровню предоставляемых услуг:

- магазины самообслуживания,*
- магазины с ограниченным обслуживанием,*
- магазины с полным обслуживанием.*



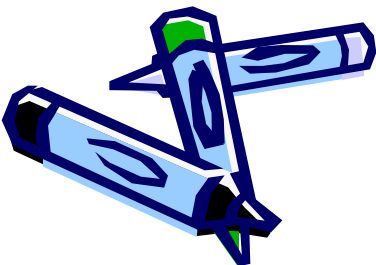
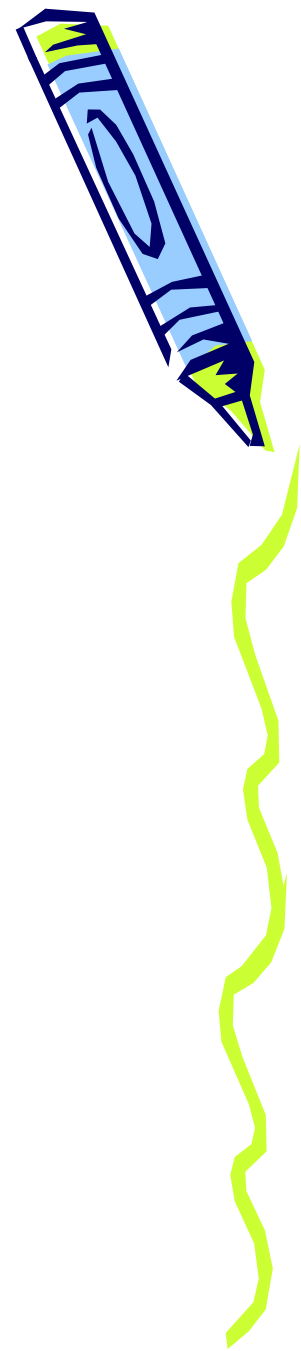
От предлагаемого ассортимента

- Специализированные магазины
- Универмаги
- Супермаркеты
- Дежурные магазины
- Супермагазины
- Комбинированные магазины
- Гипермаркет



От уровня цен

- магазин- сниженных цен
- склад-магазин
- магазины - демонстрационные залы





Внемагазинная торговля

- **Прямой маркетинг** (по почте («директ мейл»); маркетинг по каталогам; маркетинг по телефону; телевизионный маркетинг; электронная торговля)
- **Прямая продажа**
- **Продажа через автоматы** позволяет экономить заработную плату торговых работников.





Спасибо за внимание

