Организация коммерции по сферам применения 080300.62 «Коммерция», 080301.65 Коммерция (торговое дело) Институт международного бизнеса и экономики Царева В.Д., профессор кафедры маркетинга и коммерции

Сбытовая деятельность предприятия



Цель и задачи:

- Цель лекции: дать представление об организации коммерческой деятельности предприятия, показать современные формы организации сбытовой деятельности
- Задачи:
- показать сущность и задачи коммерческих служб современного предприятия
- дать представление о способах организации сбыта, используемых в современной сбытовой практике;
- рассмотреть влияние различных форма организации труда менеджеров на эффективность сбыта;
- Научить студентов правильно выбирать формы организации сбыта в зависимости от направления деятельности предприятий.



План лекции:

- 1. Роль и значение сбытовой деятельности
- 2. Функции сбытовой деятельности
- 3. Организация сбыта
- 4. Формы сбытовых систем



Ключевые понятия:

Сбыт - взаимодействие продавца и покупателя, связанное с передачей права собственности на готовую продукцию Задача сбыта - обеспечение совокупности функциональных действий по распределению, доведению до покупателей и реализации товаров в соответствии с заключенными договорами

Прямой сбыт – продажа продукции через собственные сбытовые отделы, филиалы, сбытовые конторы и базы Косвенный сбыт - использование производственным предприятием услуг различного рода торговых посредников Торговцы - это организации, предприятия и лица, осуществляющие перепродажу или продажу товаров и услуг промежуточным или конечным покупателям Простые посредники - это предприятия и лица, которые, не принимая на себя права собственности на товар, осуществляют посредничество или сделки между продавцом и покупателем



Сущность сбытовой деятельности:

В широком смысле под сбытом понимается распределение и движение товара от производителя до потребителя В узком, сбыт – это непосредственное взаимодействие продавца и покупателя, связанное с передачей права собственности на готовую продукцию



Структура сбытовой деятельности:

- Задачей сбыта для предприятия является обеспечение совокупности функциональных действий по:
- распределению;
- доведению до покупателей;
- реализации товаров в соответствии с заключенными договорами



Значение сбыта:

- Операции по сборке, доработке товара, упаковке, подсортировке, хранению способствуют сохранению и увеличению потребительной стоимости товара.
- Обеспечивает завершение маркетинговых действий по изучению рынка, разработке товара, планированию ассортимента и продвижения товара на рынок.
- Определяет конкурентные преимущества предприятия на рынке и результативность его взаимодействия с партнерами по сбыту.
- Итоги сбыта определяют конкретные экономические и финансовые результаты деятельности предприятия.



Структура сбытовых функций:

Функции

Организационно – коммерческие

Технологические



Организационно - коммерческие функции:



Технологические функции:





Структура и содержание функций		
По характеру		
По роли	орОсновные с	Дункцич ские
	коммерческие	-
Основные	Продажа и аренда:	Хранение:
	-установление контактов с	-разгрузка и погрузка
	последниками и покупа-	-внутреннее перемещение
	телями	-приемка
	-подготовка и заключение	укладка на хранение
	договоров	-непосредственное хранение
	-исполнение договорных	-сортировка и маркировка
	обязательств	-комплектация
		-упаковка и затаривание
		Распределение:
		-формирование партий поставки
		- отправка (отгрузка)
		<u>-транспортировка</u>
Вспомо-	Информационные функций:	Сервисное обслуживание:
гательные	-изучение покупателей и	-предпродажное обслуживание
	посредников	-послепродажное обслуживание
	-информационное обеспе-	-монгаж
	чение планирования произ-	-установка
	<mark>водственно-с</mark> бытовой дея-	-ремонт
	тельности	- поставка запасных частей
	Юридические функций:	
	-обоснование и оформле-	
	ние договоров	
	-правовая защита	ВГУЭС

Выбор целевого рынка:

Этапы деятельности

Анализ спроса и предложения на товар

Изучение конкурентной среды

Анализ конкурентоспособности товара

Определение своего сегмента

Позиционирование продукции на рынке

Отбор потенциальных потребителей



Методы выявления потенциальных покупателей:



Установление контактов с потенциальными покупателями:

- Направление твердой или свободной оферты.
- Подтверждение заказа покупателя.
- Предложение в ответ на запрос потенциального покупателя.
- Участие в торгах, выставках, ярмарках.
- Коммерческое письмо о намерениях.



Содержание оферты:



Классификация коммерческих договоров:





Характеристики договора поставки:

- Предпринимательский характер;
- Юридический статус участников;
- Несовпадение сроков заключения и исполнения;
- Сделка на оптовую поставку товара;
- Жесткие сроки исполнения и оплаты товаров;
- Расчеты в денежном эквиваленте;
- Жесткая исполнительская дисциплина и ответственность за исполнение договорных обязательств.

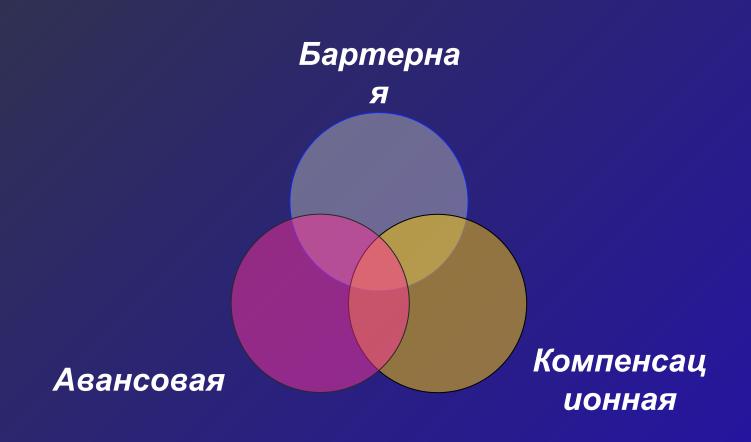


Особенности договора мены:

- Взаимная поставка товара;
- Отсутствие или частичное использование расчетов в денежном выражении;
- Запрет на участие государственных структур;
- Имеет множество разновидностей исполнения.



Разновидности меновых сделок:





Цели подписания коммерческого договора:

- Юридическое закрепление отношений между партнерами;
- Выполнение требований закона;
- Определение порядка, способа и последовательности выполнения партнерами своих обязательств;
- Определение последствий невыполнения партнерами возложенных на них обязательств.



Структура коммерческого договора:

- Реквизиты договора;
- Преамбула.
- Предмет договора;
- Срок действия договора;
- Права и обязанности сторон;
- Расчеты по сделке;
- Ответственность сторон;
- Разрешение споров;
- Заключительные положения;
- Юридические адреса и банковские реквизиты сторон;
- Подписи сторон.



Стветственность за нарушение договорных обязательств:



Методы сбыта:





Преимущества прямого сбыта:

- Полное управление сбытовой деятельностью;
- Координация хозяйственных связей и деловых отношений с потребителями на основе прямого непосредственного контакта;
- Возможность быстрой реакции на изменение потребностей рынка;
- Ускорение цикла реализации, обеспечивающее увеличение прибыли;
- Быстрая поставка товара покупателям;
- Экономия сбытовых издержек за счет отсутствия необходимости оплаты посреднических услуг



Проблемы прямого сбыта:

- Высокие затраты на создание собственной сбытовой сети;
- Отсутствие возможности проникновения на отдельные рынки;
- Высокие складские и транспортные расходы.



Условия применения прямого сбыта:

- Достаточно большие объемы производства и сбыта;
- Небольшое количество и высокая концентрация потребителей;
- Высокий и устойчивый спрос, ритмичность и высокие объемы потребления;
- Вертикальная структура рынка, при которой потребителей отличает технологическая зависимость от производителя.
- Устойчивые, длительные и относительно немногочисленные хозяйственные связи и деловые отношения;
- Наличие развитой инфраструктуры рынка, собственной сбытовой сети, складских, торговых, транспортных подразделений;
- Необходимость оперативных поставок и т. д.



Условия применения косвенного сбыта:

- Рынок разбросан географически,
- Необходимо создание разветвленной сети,
- Велики транспортные расходы;
- Значительное число потребителей товара;
- Осуществляется сбыт товаров широкого ассортимента массового спроса, относительно недорогих и стандартных;
- Отсутствует собственная сбытовая сеть, склады, транспортные структуры;
- Отсутствуют возможности прямых контактов с потребителями по политическим и правовым обстоятельствам;
- Недостаточны знания о рынке и условиях работы на нем.

Достоинства косвенного сбыта:

- Наличие и координация хозяйственных связей и деловых отношений со специализированными посредниками;
- Широкий охват и глубокое проникновение на рынок;
- Создание, эксплуатация и управление собственной системой (сетью);
- Ускорение окупаемости затрат за счет крупномасштабных, универсальных и специализированных операций;
- Доведение товара до целевого рынка в полном объеме;
- Развитие собственной функциональной деятельности по сбыту.



Формы сбытовых систем современных предприятий:

сбытовая система

Связанная сбытовая система – система сбыта, связанная с

производств енным предприятие м

посредничес кими соглашения производств енного предприятия

Независимая система сбыта – система сбыта, не связанная с

предприятие

М.



Задачи по формированию сбытовой сети:

- Определение структуры (числа, состава) и организационно правового статуса посредников;
- Определение функций посредников;
- Организация взаимодействия и взаимосвязей между посредниками и другими субъектами сбытовой деятельности;
- Организация управления всей сбытовой и посреднической деятельностью



Вопросы для самоконтроля:

- 1. Какую общественную роль выполняет сбытовая деятельность?
- 2. Покажите значение сбыта в жизни предприятия.
- 3. Какие функции выполняет сбытовая деятельность?
- 4. В чем проявляется сущность организационно-сбытовых функций?
- 5. Что включают в себя технологические функции сбыта?
- 6. В каких формах осуществляется сбытовая деятельность?
- 7. В чем состоят преимущества и недостатки прямого сбыта?
- 8. В каких случаях предприятия выбирают прямой сбыт?
- 9. Что представляет собой косвенный сбыт?
- 10. Какие задачи решает для предприятия косвенный сбыт?
- 11. В чем состоят преимущества и недостатки косвенного сбыта?
- 12. Перечислите составные части экономической результативности косвенного сбыта.

Рекомендованная литература:

- 1. Беркович Т.Н. и др. Организация коммерческой деятельности. Учебник для вузов/ Владивосток: Изд-во ТГЭУ, 2005.- 468с.
- 2. Виноградова И.Н. Организация коммерческой деятельности. Учебник/ М.: ТОО «Люкс-Арт», 2004. 320с.
- 3. Ефремова С.А. Управление сбытом. / М.: Альфа-Пресс, 2007 250 С.
- 4. Каплина С. А. Организация коммерческой деятельности. Учебное пособие для вузов / Ростов/ на Дону: Феникс, 2004.- 448с.



Использование материалов презентации:

Использование данной презентации, может осуществляться только при условии соблюдения требований законов РФ об авторском праве и интеллектуальной собственности, а также с учетом требований настоящего Заявления.

Презентация является собственностью автора. Разрешается распечатывать копию любой части презентации для личного некоммерческого использования, однако не допускается распечатывать какую-либо часть презентации с любой иной целью или по каким-либо причинам вносить изменения в любую часть презентации. Использование любой части презентации в другом произведении, как в печатной, электронной, так и иной форме, а также использование любой части презентации в другой презентации посредством ссылки или иным образом допускается только после получения письменного согласия автора.

