

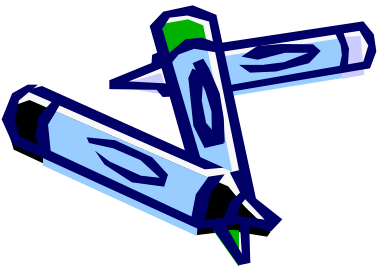
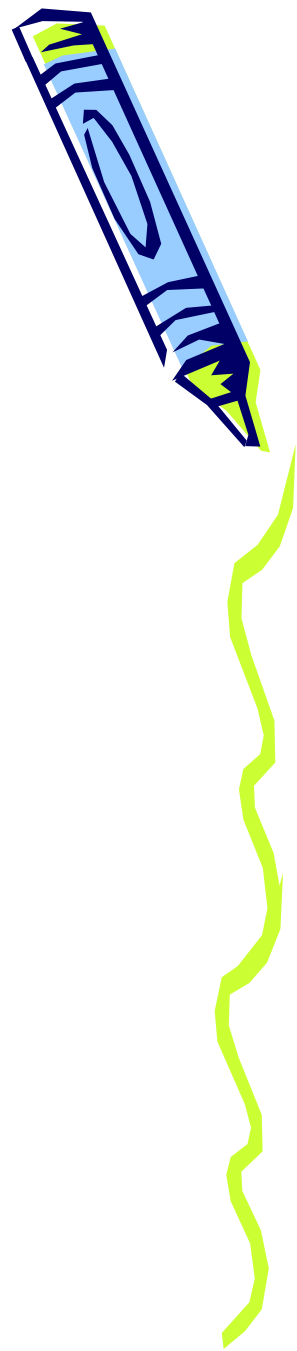


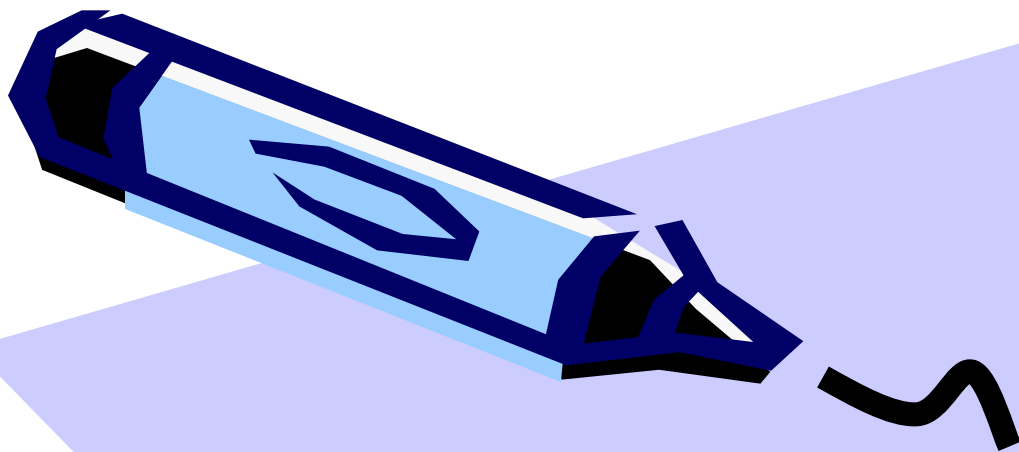
СбыТОВАЯ ПОЛИТИКА



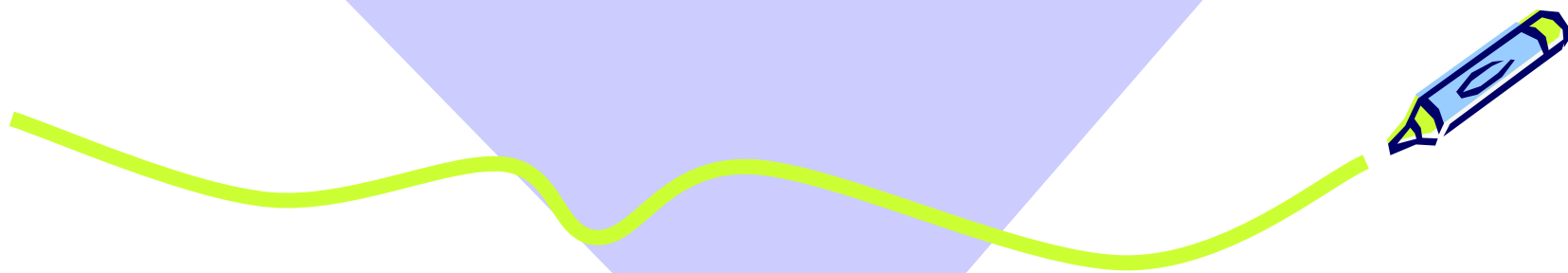
Учебные вопросы

- Каналы распределения
- Оптовая торговля
- Розничная торговля





Вопрос 1. Каналы распределения



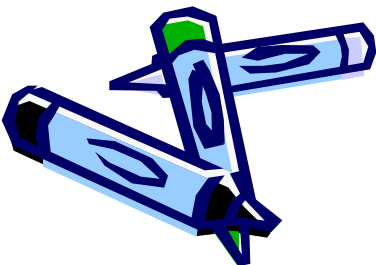
Дистрибьюция

деятельность предприятия по доведению продукта до целевого потребителя.

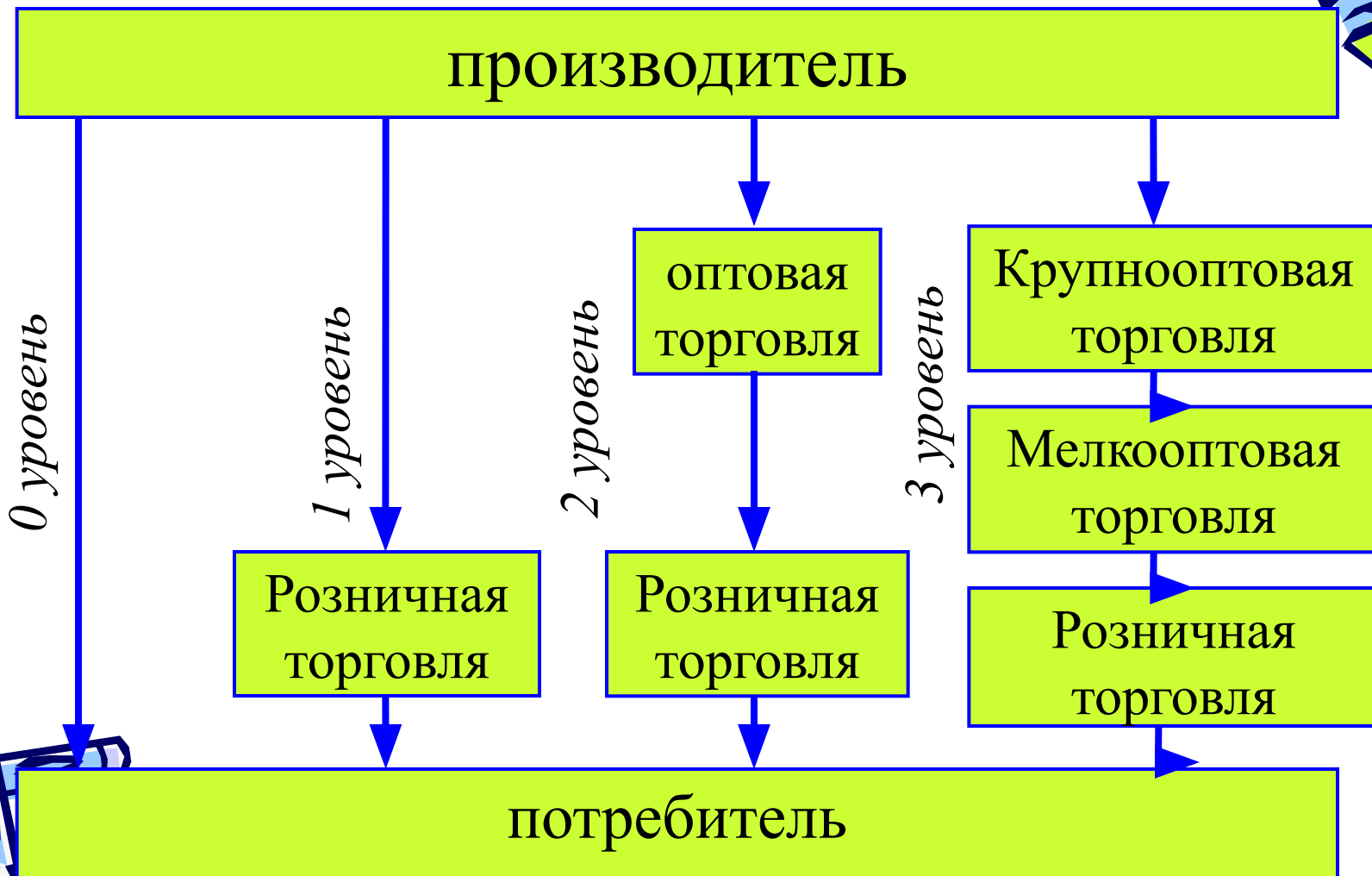
Включает в себя выбор канала распределения, выбор маркетинговых посредников, а также решение вопросов складирования, транспортировки и создания запасов.

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

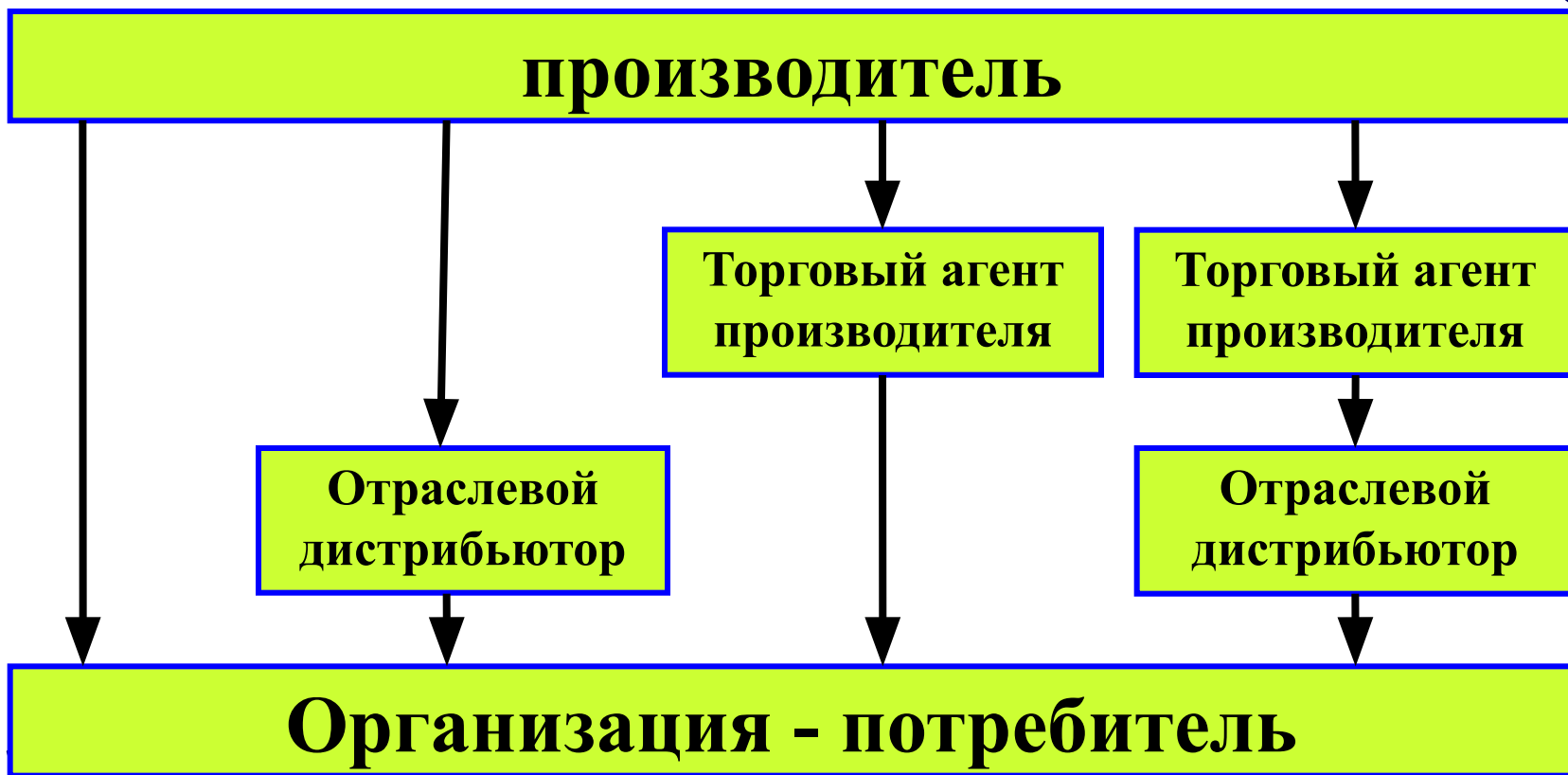
- *Длина канала* – число уровней канала
- *Ширина канала* – число посредников на одном уровне.



Пример каналов распределения для потребительских товаров



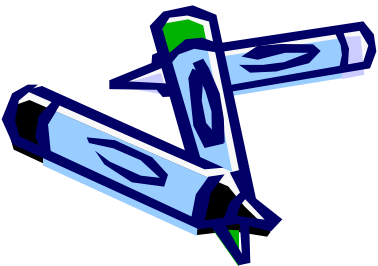
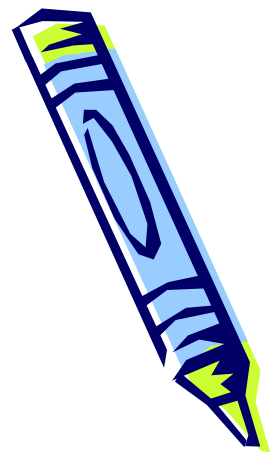
Пример каналов распределения для промышленных товаров



Классификация каналов распределения

*С организационной точки зрения
выделяют*

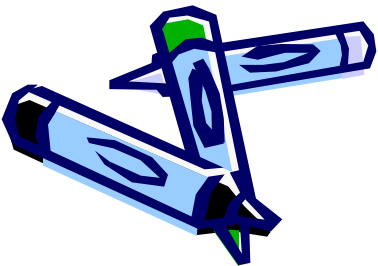
- *Обычные каналы распределения*
- *Вертикальные маркетинговые системы*
- *Горизонтальные маркетинговые системы*



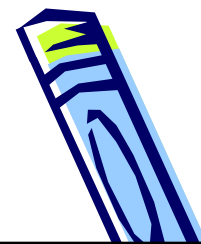
Вертикальные маркетинговые системы



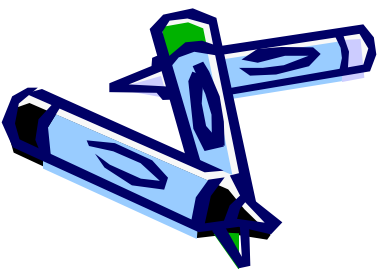
- Корпоративные ВМС.
- Договорные ВМС.
 - I. Добровольные цепи розничных торговцев под эгидой оптовиков.
 - II. Кооперативы розничных торговцев.
 - III. Организации держателей прав.
- Управляемая ВМС.



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



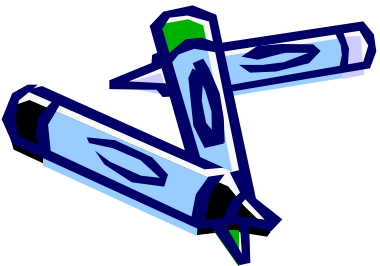
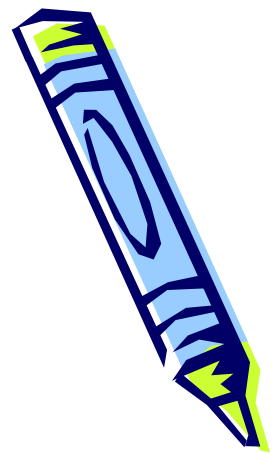
Критерии оценки эффективности каналов сбыта

- 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)*

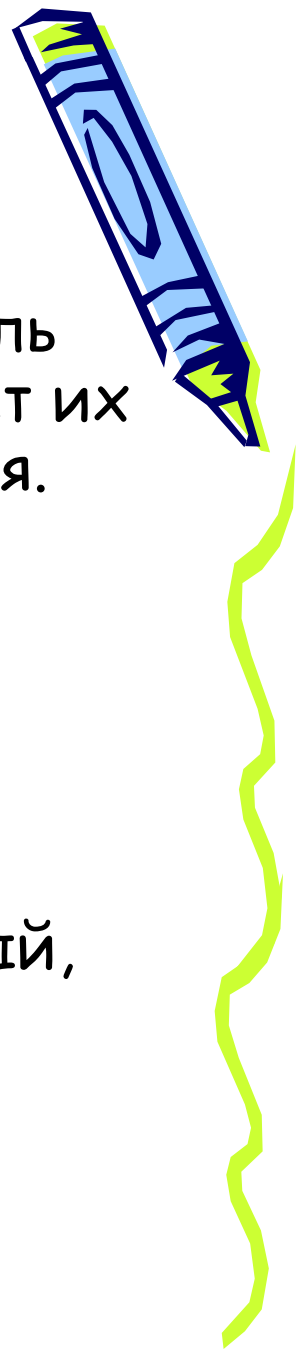


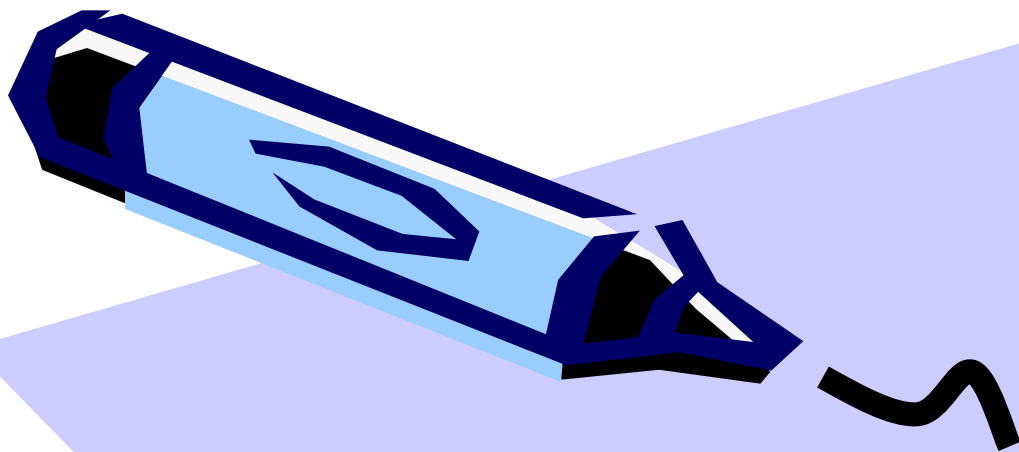
Товародвижение

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

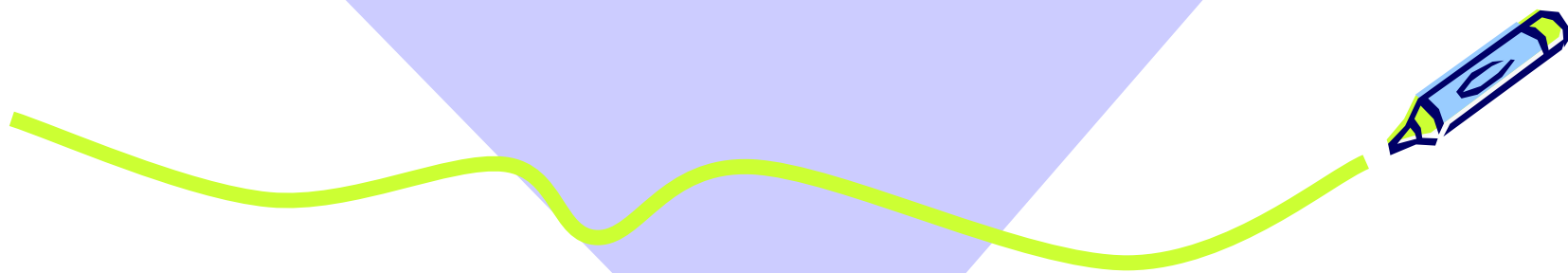
Этапы:

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

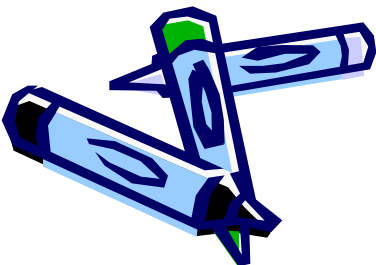
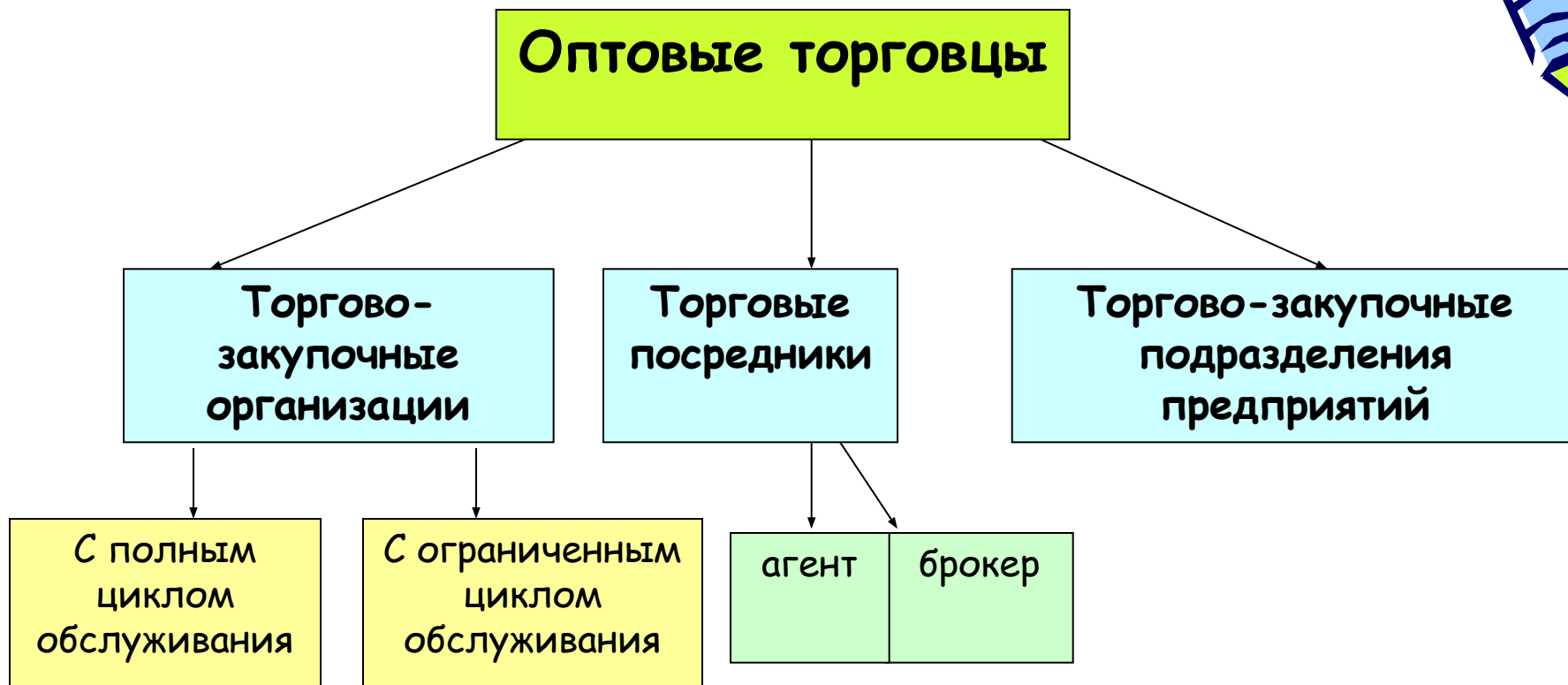
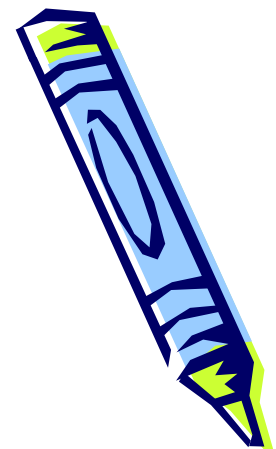




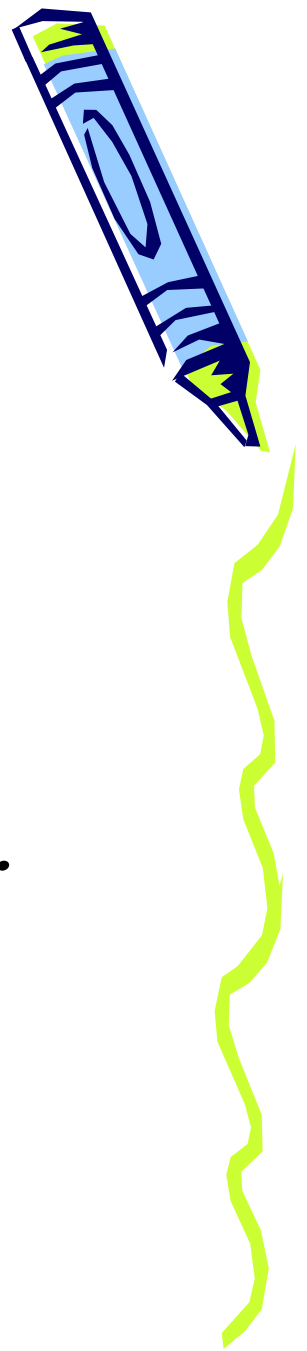
Вопрос 2. Оптовая торговля



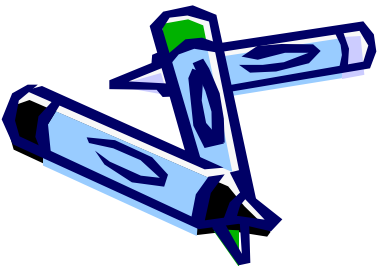
Разновидности оптовиков

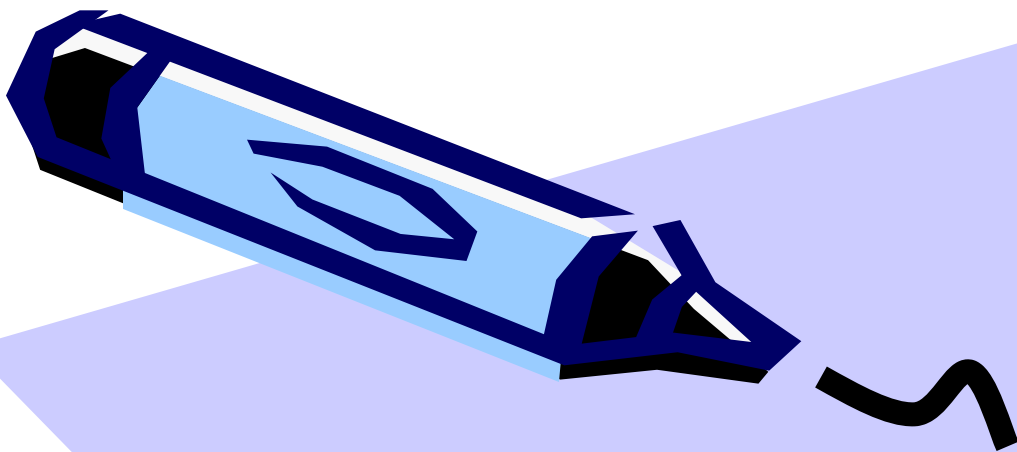


Маркетинговые решения ОПТОВИКА

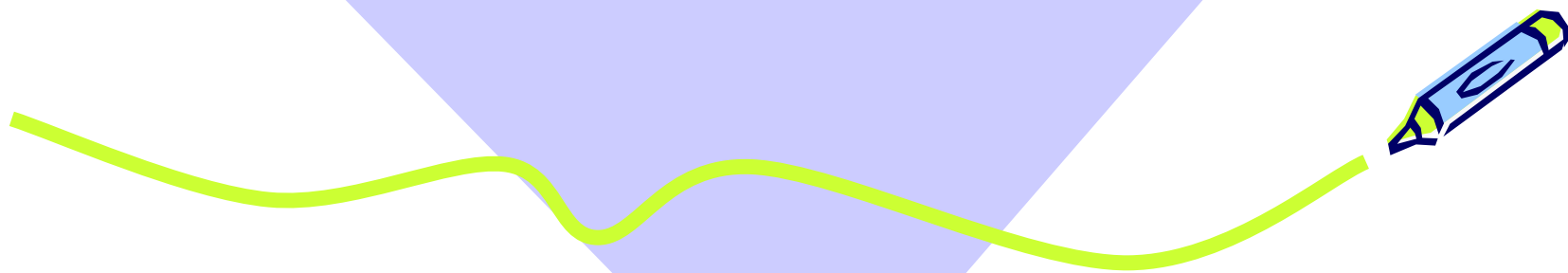


- Решение о целевом рынке.
- Решение о товарном ассортименте и комплексе услуг.
- Решение о ценах.
- Решение о методах стимулирования.
- Решение о месте размещения предприятия.





Вопрос 3. Розничная торговля

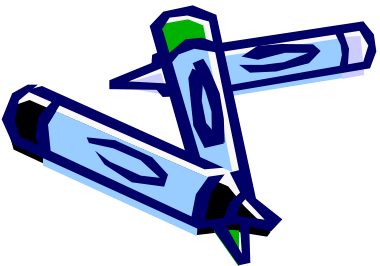


Виды розничной торговли

- Магази́нная



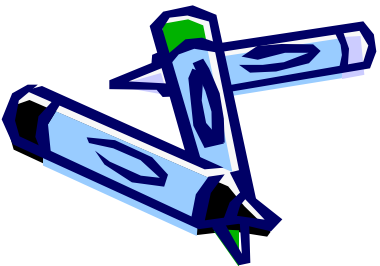
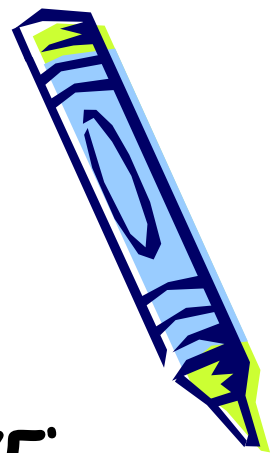
- Внемагази́нная



Классификации магазинной торговли

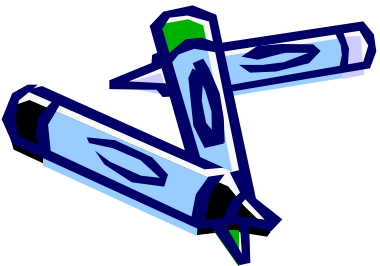
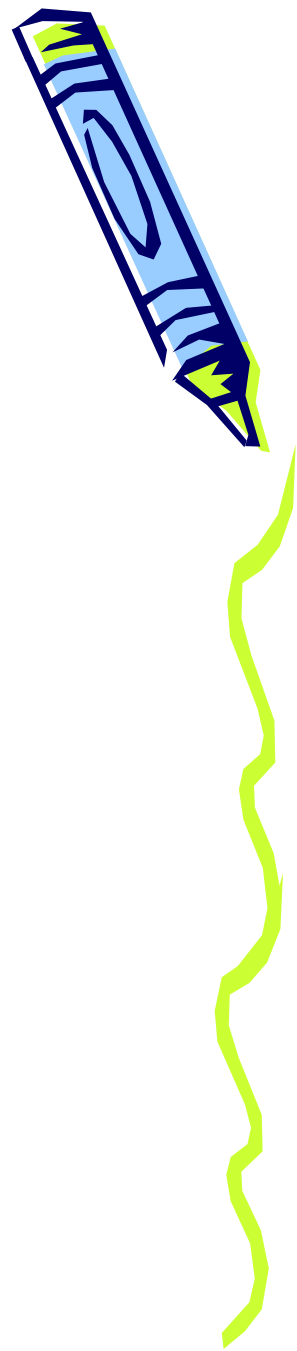
По уровню предоставляемых услуг:

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



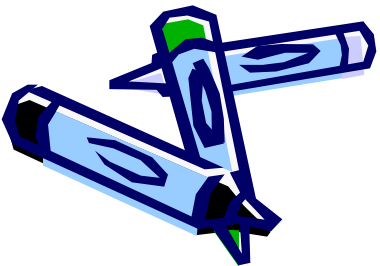
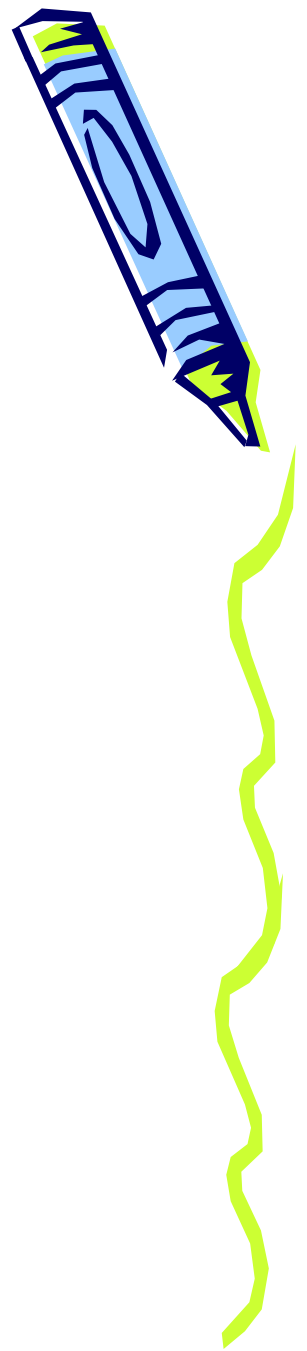
От предлагаемого ассортимента

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



От уровня цен

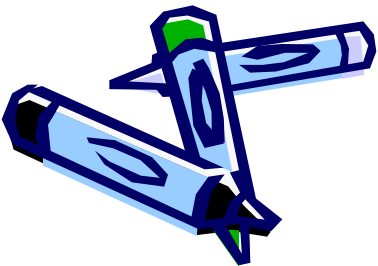
- магазин- сниженных цен
- склад-магазин
- магазины - демонстрационные залы





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

