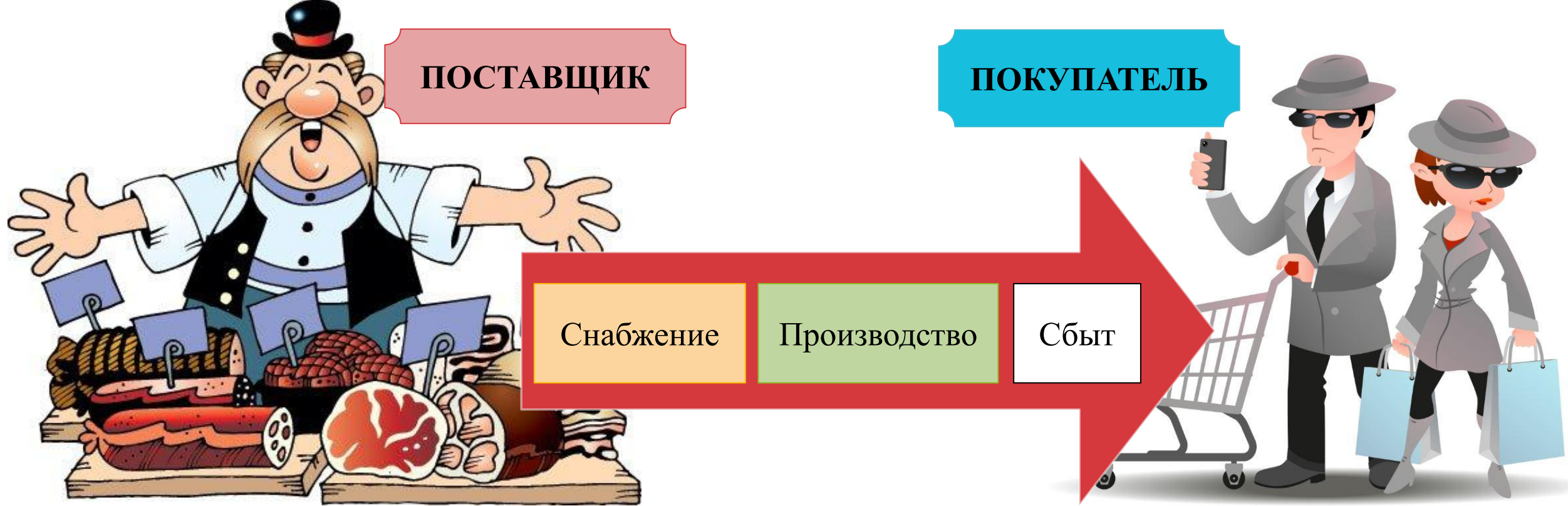


Система распределения и товародвижения в маркетинге

- ❑ Сущность сбытовой политики
- ❑ Каналы распределения, их виды и функции
- ❑ Виды посредников в каналах распределения
- ❑ Организация системы распределения





Фактически система сбыта товаров выступает завершающей стадией в хозяйственной деятельности производственного (коммерческого) предприятия. Собственно, именно здесь потребитель признает, были ли усилия предприятия по производству данной продукции полезными и нужными для себя и, соответственно, стоит ли приобретать эту продукцию.

Сбыт – это процесс продажи ранее выпущенных товаров с целью обеспечения перемещения товара от производителя к потребителю.

Все операции с момента выхода товара за пределы предприятия до момента передачи товара покупателю.

Реализация готовой продукции конечному потребителю.

Сбыт – система мероприятий, в которой находят свое отражение транспортировка, складирование, хранение, доработка, продвижение к оптовым и розничным торговым посредникам, предпродажная подготовка и продажа товара (Белоусова С.Н.)

Сбыт – система отношений в сфере товарно-денежного обмена между экономически и юридически свободными субъектами рынка сбыта (продавцами и покупателями), реализующими свои коммерческие потребности (Наумов В.Н.)

Сбыт – деятельность, направленная на распределение и продвижение продукции, передачу прав собственности на нее и последующая организация сервиса, а также контроль и регулирование данных процессов с целью удовлетворения потребностей покупателей и получения прибыли (Айрапетов О.Р.).



Цели логистики



продукт должен быть необходим
потребителю



продукт должен быть соответствующего
качества



продукт должен быть в необходимом
количестве



продукт должен быть доставлен в нужное
время



продукт должен быть доставлен в нужное
место



продукт должен быть доставлен с
минимальными затратами



продукт должен быть доставлен
конкретному потребителю

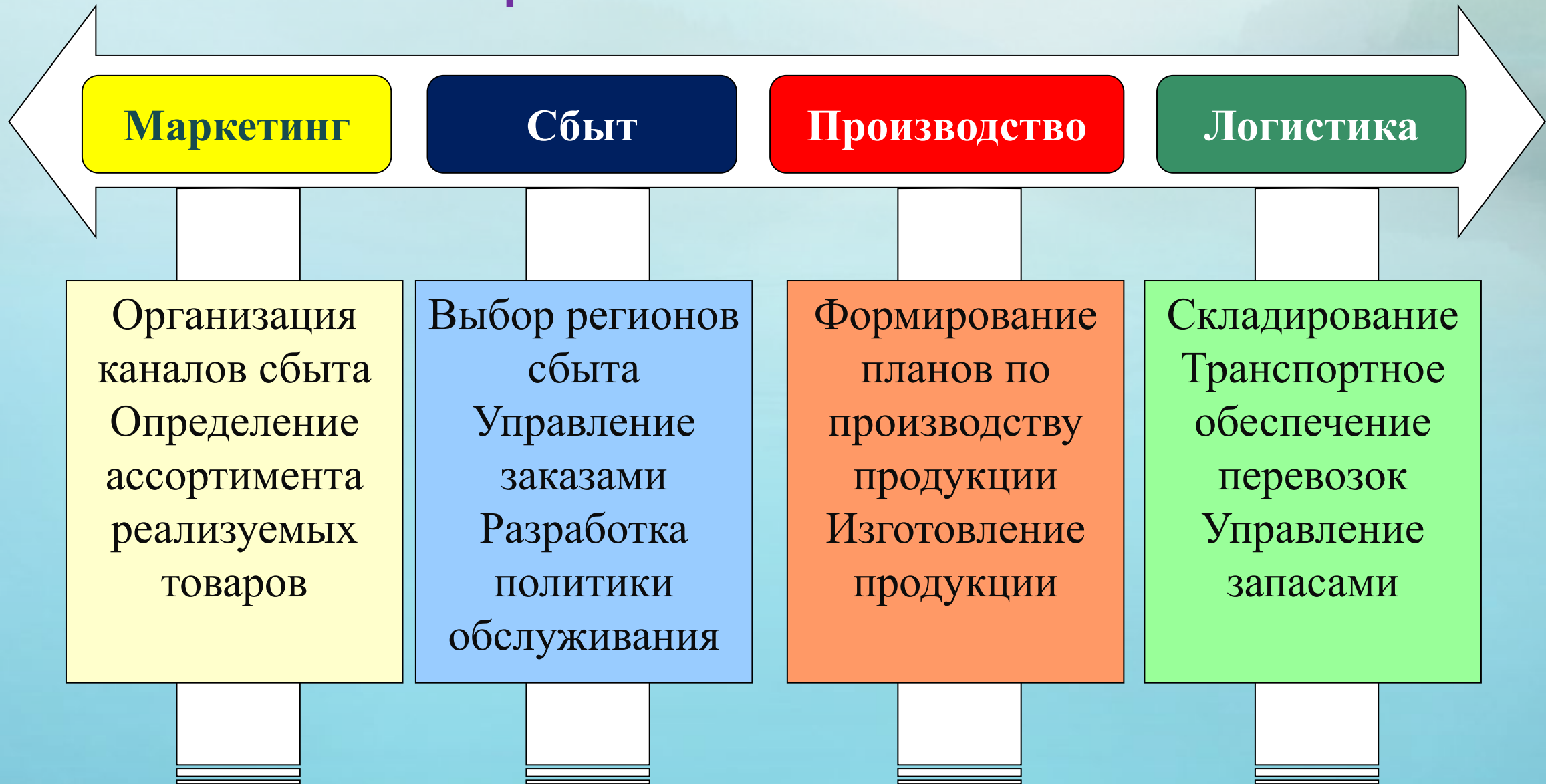


продукт должен быть
доставлен в нужном виде

продукт должен быть
доставлен с
необходимыми
документами



ВЗАИМОСВЯЗЬ СБЫТА И ДРУГИХ ФУНКЦИОНАЛЬНЫХ ОБЛАСТЕЙ



ЦЕЛЬ

обеспечение доставки нужных потребителю товаров в нужное место, в нужное время с минимальными затратами

организация получения и обработки заказа

выбор вида упаковки, организация отгрузки продукции

ЗАДАЧИ

выбор схемы распределения материальных потоков

определение оптимального места расположения складов на обслуживаемой территории

ОБЪЕКТ

поток товарно-материальных ценностей и сопутствующие ему информационные, финансовые, сервисные потоки

СУБЪЕКТ

участники системы товародвижения: производители, посредники, конечные потребители

Канал распределения – это структура, объединяющая внутренние подразделения организации с внешними агентами и дилерами, оптовыми и розничными торговцами, через которых осуществляется продажа товаров, продуктов или услуг

Производитель

Оптовый
посредник

Розничный
посредник

Потребитель

Уровень

Длина

Ширина

Мощность

СИСТЕМЫ РАСПРЕДЕЛЕНИЯ ПРОДУКЦИИ

Интенсивное распределение заключается в охвате широкой территории с целью обеспечения максимального охвата рынка и контакта потребителей с товарами (товары повседневного спроса, сырьевые товары, нетрудоемких услуг и др.).

Достоинство:

- ❑ наибольшая доступность товара и высокая доля рынка благодаря широкой демонстрации товара.

Недостатки:

- ❑ Дорогое обслуживание каналов, при условии различной отдачи.
- ❑ Сложность планирования издержек, т.к. число посредников нестабильно.
- ❑ Отсутствие контроля за сбытом (установлением скидок, качеством обслуживания, организацией сотрудничества дистрибьюторов).
- ❑ Массовый сбыт несовместим с поддержанием имиджа марки и с точным позиционированием на рынке.
- ❑ Сложность проведения маркетинговой стратегии.

СИСТЕМЫ РАСПРЕДЕЛЕНИЯ ПРОДУКЦИИ

Избирательное (эксклюзивное) распределение заключается в ограничении доступности товара с целью снижения издержек распределения и достижения от посредников более эффективного сотрудничества.

Достоинства:

- ❑ Поддержка высокого имиджа марки, позиционирование товара.
- ❑ Обеспечение необходимого уровня качества при продаже товара.
- ❑ Легкость отслеживания появления контрафактных товаров и их источники.

Недостатки:

- ❑ Неспособность достичь нужного уровня охвата рынка. В этой связи необходимо следить за тем, чтобы конечный потребитель мог легко найти продавца.
- ❑ Сложность поиска посредников достаточной квалификации, технической компетентности.

ЭКСКЛЮЗИВНЫЙ
ДИСТРИБЬЮТОР



Кондиционеры
Вентиляция



Водонагреватели
Котлы



Радиаторы
отопления



Обогреватели
Камины



Увлажнители
Очистители



Теплый
пол



Пушки
Завесы



Насосы
водяные

ТПХ «РУСКЛИМАТ» - НОВЫЙ ЭКСКЛЮЗИВНЫЙ ДИСТРИБЬЮТОР БРЕНДА BINI CLIMA



Другие ма
раздела

Технические
телефонной

06.02.2018

ТПХ «Русклимат» растет и развивается, постоянно дополняя список партнёров новыми крупными брендами.

Летом 2018 года были проведены переговоры с генеральным директором Bini Clima Andrea Renzo на заводе в Италии. В результате проведенных переговоров был подписан контракт о сотрудничестве.

Electrolu
интеллектуа
управления

<https://probusiness.io/law/3756-esli-ty-uzhe-ne-edinstvennyy-pochemu-eksklyuzivnym-distribyutoram-b-espolezno-gorditsya-svoey-eksklyuzivnostyu.html>

ФУНКЦИИ РАСПРЕДЕЛИТЕЛЬНОГО КАНАЛА



КЛАССИФИКАЦИЯ КАНАЛОВ ПО ВИДАМ СВЯЗЕЙ И КОЛИЧЕСТВУ ПРОМЕЖУТОЧНЫХ ПОСРЕДНИЧЕСКИХ ЗВЕНЬЕВ

Производитель



Потребитель

продвижение товаров
на основе прямых
хозяйственных
взаимоотношений
«производитель –
конечный
потребитель»

Производитель

Розничный
посредник

Покупатели

Производитель

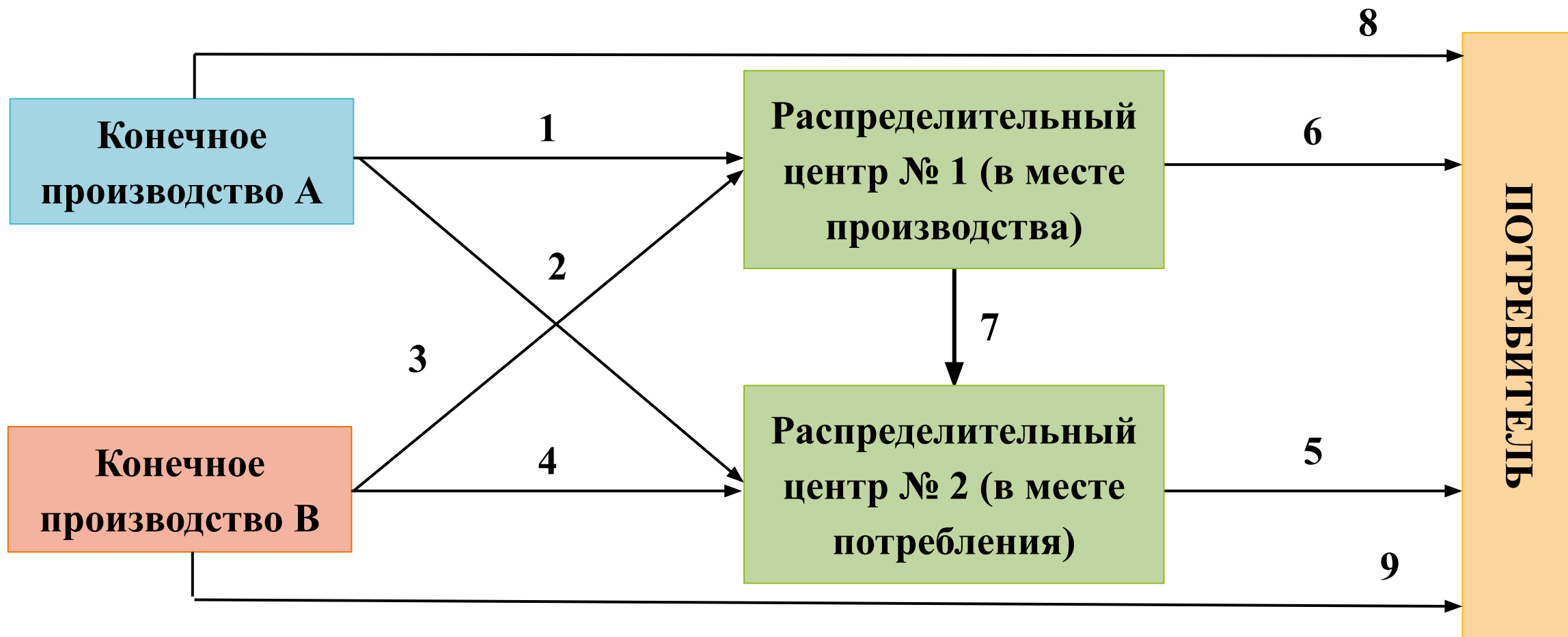
Оптовый
посредник

Розничный
посредник

Покупатели

ЛОГИСТИЧЕСКИЕ ЦЕПИ

линейно упорядоченное множество участников, осуществляющих операции по доведению внешнего материального потока от одного предприятия (производителя) до другого (потребителя)



ВИДЫ ЛОГИСТИЧЕСКИХ ПОСРЕДНИКОВ

Дистрибьютор (distribute - распределять) - фирма, осуществляющая функции торгового посредника в организации товародвижения и распределения для производителя товара, которая может быть либо дочерним предприятием, либо самостоятельной фирмой, действующей на договорной основе.

Основные функции дистрибьютора:

- построение организационной структуры каналов и сетей;**
- определение расположения баз, складов и других звеньев логистической сети в каналах;**
- складирование, хранение и грузопереработка продукции в складской системе;**
- управление запасами, консолидация и рассредоточение товаров;**
- обеспечение сохранности и защиты товаров, страхование рисков;**
- мониторинг и информационная поддержка поставщиков и т.д.**

ВИДЫ ЛОГИСТИЧЕСКИХ ПОСРЕДНИКОВ

Дилер (dealer – торговец, агент) - агенты фирмы-производителя или дистрибьютора, выступающие в роли участников его дилерской сети. Основное отличие дилера от дистрибьютора – это работа непосредственно с конечными потребителями, поэтому он, напротив, всегда заинтересован в прямых продажах и расширении базы клиентов. Главная задача дилера – найти и заинтересовать потребителя.

Брокер (broker – посредник) – это посредник, за вознаграждение осуществляющий контакт между продавцом и покупателем.

Такие операции почти всегда используются на биржах и аукционах. Они не являются постоянными представителями ни покупателя, ни продавца, они не получают в свои руки товары, редко выполняют операции по физической переработке запасов...





Минеральные удобрения

Средства защиты растений

Семена

Зерно

Поставка сельхозтехники

Сервисное обслуживание

Запасные части

Коммунальная техника



ГК «Еврохимсервис»

ГК «Еврохимсервис» » [Направления](#)

Продажа сельхозтехники

[Перейти на сайт сельхозтехники и оборудования](#)

Компания «Еврохимсервис» является официальным дилером крупнейших европейских производителей сельскохозяйственной техники и оборудования:

- **Официальный дилер JCB.** Продажа техники сельскохозяйственного назначения, навесного оборудования и запчастей. Услуги сервиса. [Подробнее](#)
- **Официальный дилер РОСТСЕЛЬМАШ.** Продажа кормоуборочных и зерноуборочных комбайнов, тракторов, опрыскивателей, почвообрабатывающей, посевной и кормозаготовительной техники. Поставка запасных частей Ростсельмаш. Услуги сервиса. [Подробнее](#)
- **Официальный дилер GRIMME.** Продажа техники для картофелеводства и свеклоуборки. Поставка запчастей, сервисное обслуживание техники. [Подробнее](#)
- **Официальный дилер AMAZONE.** Поставка техники для полеводства: внесение минеральных удобрений, опрыскивание, посев, обработка почвы. Продажа запчастей, сервисное обслуживание. [Подробнее](#)
- **Официальный дилер АГРОТЕХМАШ.** Продажа тракторов, коммунальной техники, запчастей. Услуги сервисного обслуживания. [Подробнее](#)

Определение целей сбыта

Определение интенсивности распределения

Выбор длины канала распределения

Выбор типа посредника

Установление взаимоотношений с посредниками

Организация поставок

Контроль деятельности посредников

**ОРГАНИЗАЦИЯ СИСТЕМЫ
РАСПРЕДЕЛЕНИЯ**

СТИМУЛИРОВАНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПОСРЕДНИКОВ

В рамках мотивации посредников принято различать две группы факторов:

- **стимулирующие** – временные (краткосрочные) рычаги, побуждающие посредников продвигать товар производителя: скидка с цены, которую получает посредник при первой сделке, скидки за объем закупок, скидки за оплату товара наличным (безналичным) способом и т.д.;
- **партнерские** факторы мотивации способствуют формированию долгосрочных отношений сотрудничества предприятия-поставщика и других участников канала: совместная разработка финансовых условий сотрудничества, целей и стратегии сбыта и др.



СТИМУЛИРОВАНИЕ СБЫТА ПО ОТНОШЕНИЮ К СОБСТВЕННОМУ ТОРГОВОМУ ПЕРСОНАЛУ

- премии;
- дополнительные дни отпуска;
- организация развлекательных поездок;
- конкурсы с награждением победителей;
- всевозможные моральные поощрения и др.

- увеличение объема сбыта в подразделениях компании
- поощрение эффективно работающих сотрудников
- дополнительная мотивация труда
- способствование обмену опытом между продавцами

ЦЕЛИ



ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТЬ СИСТЕМЫ РАСПРЕДЕЛЕНИЯ

- ❑ **Равномерность поставки** – соблюдение предприятием обязательств по поступлению продукции равным объемом через равные промежутки времени.

$$K_{РАВН} = 100 \% - K_{ВАР}$$

- ❑ **Ритмичность поставки** – соблюдение временных и количественных параметров поставки, которые прописаны в договоре.

$$K_{АР} = \sum_{i=1}^n \left| 1 - \frac{П_{\Phi}}{П_{Д}} \right|$$

n – количество анализируемых периодов поставки;

$П_{Д}$ – поставка по условиям договора за i -й промежуток времени;

$П_{\Phi}$ – поставка фактическая за i -й промежуток времени.

- ❑ **Среднее время задержки поставок:**

$$ТЗ_{СР} = \frac{1}{n} \times \sum_{j=1}^m ТЗ_j$$

m – количество поставок, по которым зафиксирован факт отклонения;

$ТЗ_j$ – длительность задержки по i -й поставке.