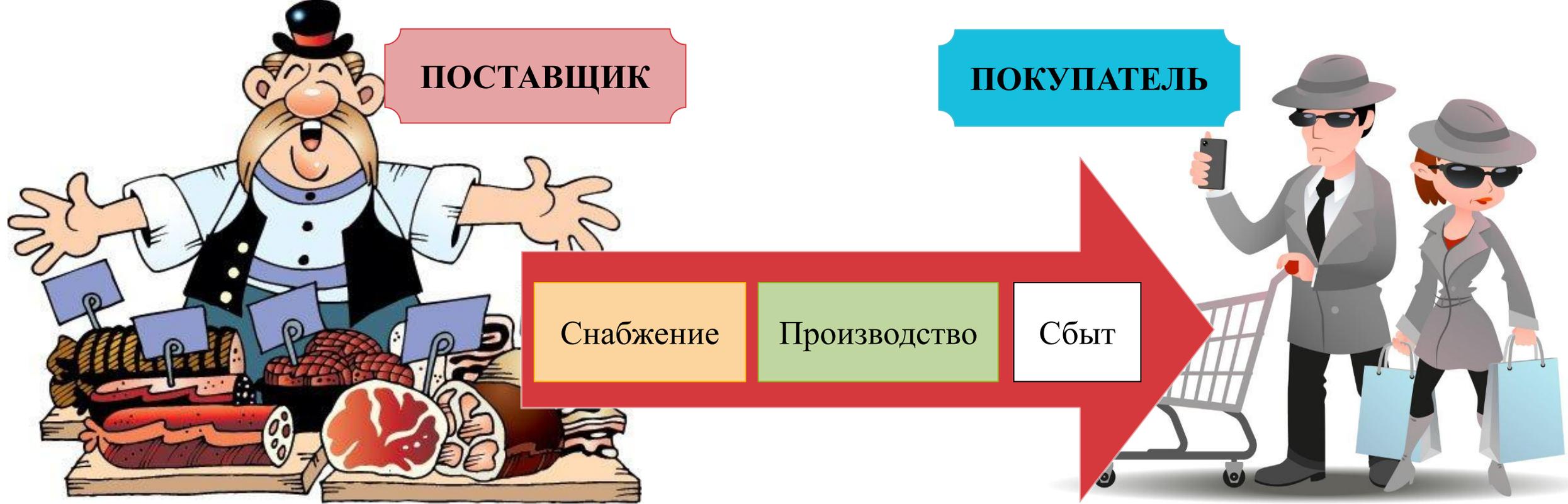


# Система распределения и товародвижения в маркетинге

- ❑ 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

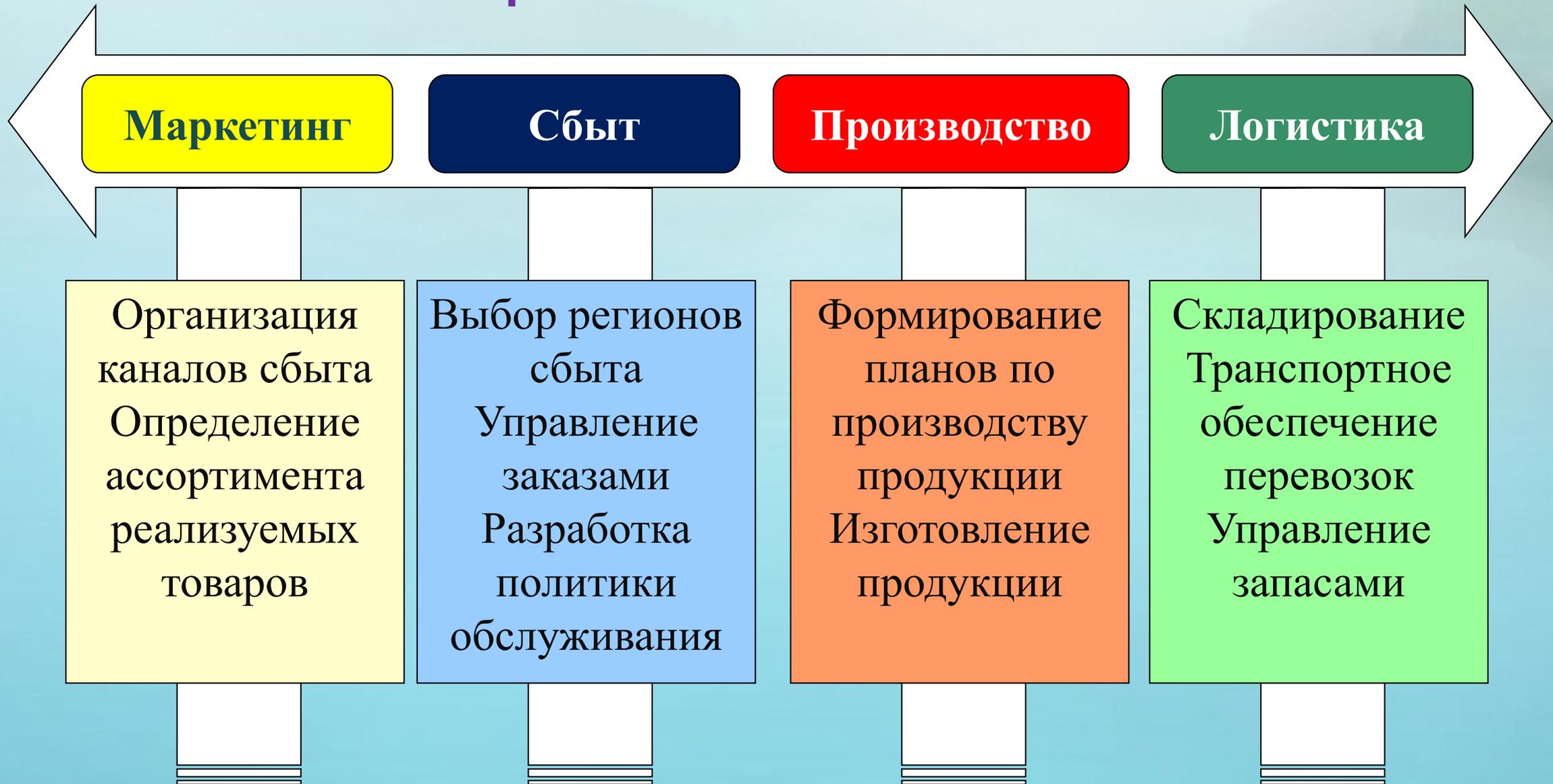


продукт должен быть  
доставлен в нужном виде

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

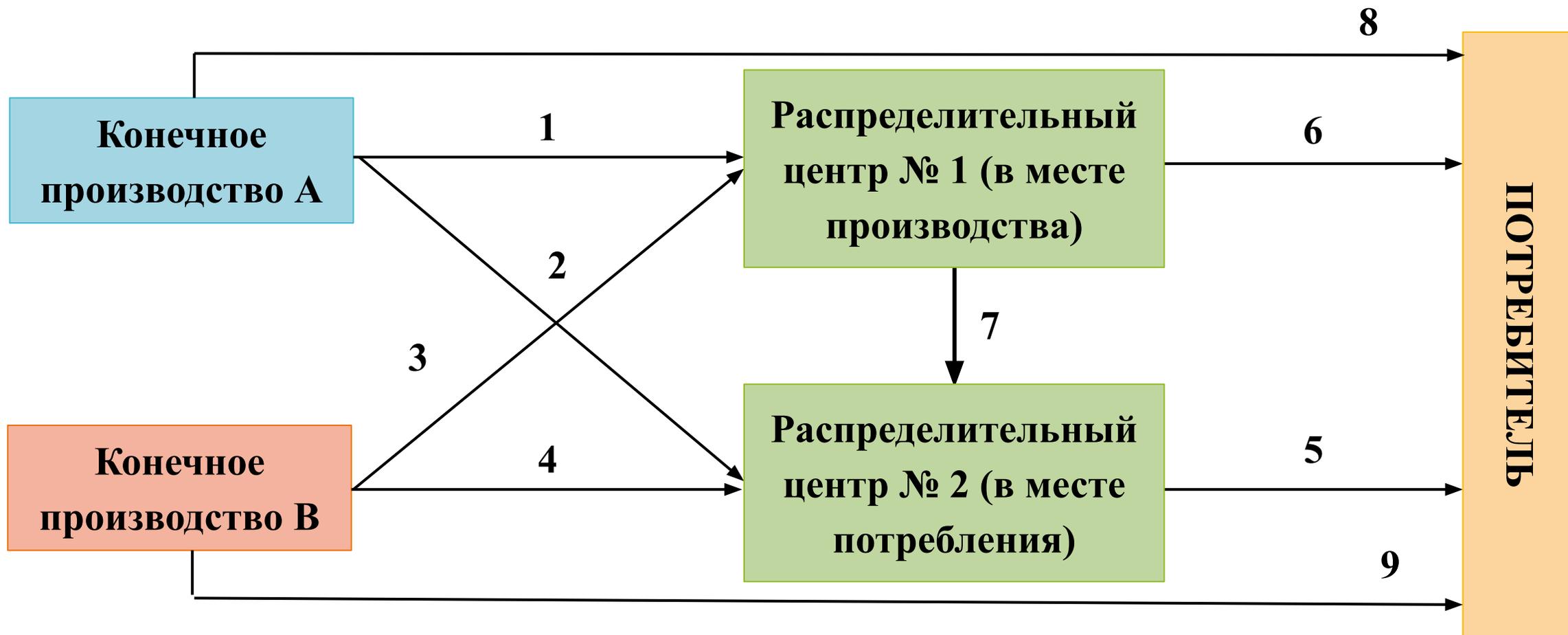
Оптовый  
посредник

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:**

$$TЗ_{СР} = \frac{1}{n} \times \sum_{j=1}^m TЗ_j$$

$m$  – количество поставок, по которым зафиксирован факт отклонения;

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